ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ

ЖУРНАЛ КЛУБА «РОССИЙСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ТОРГОВЛЯ»

№3(99) 2022

журнал для производителей и продавцов ювелирной продукции

JUNWEX MAGAZINE 16+

www.junwex.com

Выпускается при содействии информационного агентства «РосЮвелЭкспорт»

JUNWEX
ОТРАСЛЕВОЙ МЕДИА-ХОЛДИНГ

Клуб «РОССИЙСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ТОРГОВЛЯ»

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ
ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ

XVIII МЕЖДУНАРОДНАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ВЫСТАВКА

JUNWEX
МОСКВА

28 сентября – 2 октября 2022
Москва, ВДНХ

WWW.JUNWEX.COM

На правах рекламы

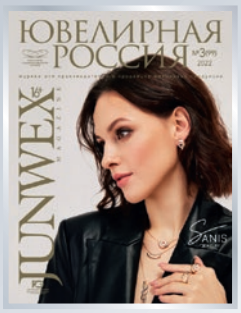
ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД СТАТУС

Мужские изделия из золота и серебра

Павильон 55
Стенд В-205

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

На правах рекламы



16+

Реклама
на обложке:
«SANIS»
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ,
SANIS.RU
+7 (812) 363-47-44

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, 320-01-41
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 10000 экз.
Номер подписан в печать 5 мая 2022
Дата получения тиража из типографии 18 мая 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

8

10

14

ОТ ИЗДАТЕЛЯ
«JUNWEX Новый Русский Стиль» — достойный пример высокотехнологичных достижений в воссоздании промышленного производства России! 4

СЕКРЕТЫ УСПЕХА
SANIS — сочетание стабильности и смелых идей 6
Талант видеть возможности 8
«ФИТ» — бренд народный 10

ВЫСТАВКА
JUNWEX Петербург 2022 14
Форматы меняются 22

КРУГЛЫЙ СТОЛ
На выставку — без сомнений 26

АКТУАЛЬНЫЙ РЕПОРТАЖ
Февральских цен уже не вернуть 34

34

70

42

74

РОСЮВЕЛИРЭКСПЕРТ
Обзор рынка: статистика 38
Рост или?.. 40

ДИЗАЙН
Всероссийский конкурс
«Признание Петербурга» 42

МАРКЕТИНГ
Тренд на доверие 64
Концентрированный маркетинг 68

КАМЕННАЯ АЗБУКА
Бриллианты будущего 70

ЮВЕЛИРНЫЙ ТУРИЗМ
От фараонов до современности 74

«JUNWEX Новый Русский Стиль» – достойный пример высокотехнологичных достижений в воссоздании промышленного производства России!

Война, санкции, русофобия, инфляция, ГИИС ДМДК, упразднение УСН, подавление малого и среднего бизнеса, возрастающая коррупция, угроза безработицы… — как пулеметная очередь по нашей привычной жизни. Хочется много сказать виновникам происходящего… Но на поле боя, где мы сегодня все оказались, необходимы единство и единоначалие, иначе врага не одолеешь. А в этой «пулеметной очереди» проблем — не один враг, а множество, да еще с разных сторон. Наберемся выдержки и будем каждый на своем месте приближать Победу своим терпением. Терпение, так присущее нашему народу, всегда помогало выжить. И сегодня оно актуально. Трудности впереди.

И не оттого такое настроение, что теряем оптимизм и веру. А из понимания серьезнейших проблем, накопившихся в стране накануне этих событий. Их всеобъемлемость обозначила руководитель Совета Федерации Валентина Матвиенко, вдруг обнаружившая, что у нас даже гвозди не делают, и потребовавшая от малого бизнеса заняться их производством. Да, это так, уважаемая Валентина Ивановна! Жаль только, что человек, занимающий третью строку в чиновничьей номенклатуре, только сейчас это понял. Может быть, там сверху и правда не видно? Тогда почему же нижесидящие этого не знают и не доложили? Мы понимаем так, что профессионализм как понятие ныне заменен термином «компетенция». Наверное, для оправдания профанов в вертикали власти, пытающихся руководить тем, о чем понятия не имеют. Они ведь, каждый раз поднимаясь на новое доходное место, осваивают новые компетенции. Да и то правда: где взять профессионалов, когда вся система образования заточена на подготовку менеджеров… по продажам? Настоящих профессионалов осталось мало, и в «вертикали» их не учитывают, а тех, кто был бы готов «производить гвозди», уничтожают экономической политикой. Сегодня государство, стремясь восполнить продукты, уже давно в стране не производимые и в связи с санкциями недоступные к ввозу из-за рубежа, судорожно ищет возможность наладить «параллельный импорт». Вот еще такой новый экономический термин родили «компетентные» чиновники. Теперь это будет называться не контрабанда, не контрафакт, а «параллельный импорт». Ну, хоть что-то новое в экономической политике после ДЕиндустриализации, решительно уничтожившей советские результаты превращения страны в ведущую промышленную державу мира.

Ювелиры должны гордиться, что ювелирные изделия не вошли в списки необходимого параллельного импорта. Нашу отрасль, созданную в постперестроечный период без всякой государственной поддержки на частные инвестиции самих ювелиров, власть наконец-то признала реально состоявшейся и самодостаточной. Может быть, после этого признания можно ждать от власти если не шагов поддержки, то хотя бы дальнейшего прекращения активности во внедрении губительной ГИИС ДМДК, в отмене УСН, в насаждении абсурдного финмониторинга и т. д. Ювелирная индустрия это заслужила и в состоянии реально перерабатывать драгоценное сырье внутри страны, а не терять его, гоня за рубеж. И может, в военных условиях есть необходимость посмотреть, кто внутри страны заинтересован в уничтожении и этой, пожалуй, одной из очень немногих успешно созданных при нынешней власти промышленной отрасли?

Майская выставка «JUNWEX Новый Русский Стиль» на ВДНХ — очевидный пример отсутствия необходимости импортозамещения и параллельного импорта в области производства ювелирных изделий. Коллекции, предлагаемые участниками выставки внутреннему рынку, доказывают перспективность промышленной переработки драгоценного сырья внутри страны и огромные возможности выхода с экспортом ювелирной продукции на мировые рынки (видимо, теперь уже «параллельными» путями).

От имени Оргкомитета поздравляю всех членов Ассоциации «Гильдия ювелиров России» и Клуба «Российская Ювелирная Торговля» с признанием передового статуса ювелирной индустрии в качестве достойного примера высокотехнологичных достижений страны в воссоздании промышленного производства России!

Наряду с сохраненной позицией на мировом нефтегазовом рынке ювелирной составляющей в новой промышленной структуре может гордиться страна. Рождение современной отечественной ювелирной индустрии стало возможно только благодаря ювелирам, продемонстрировавшим свою ответственность за реальную приватизацию в экономике. Это исторический факт!

Пример нашей отрасли, каждого участника ювелирного рынка, сформировавших современное промышленное производство, должен послужить методическим пособием для руководителей министерств и государственных ведомств в подъеме отечественной экономики!

Успешной работы на выставке «JUNWEX Новый Русский Стиль» всем участникам и торговым специалистам!

Валерий Будный,
руководитель Программы «Ювелирная Россия»

SANIS JEWELRY

сочетание стабильности и смелых идей

Впереди у отрасли дни насыщенной работы на очередной майской выставке «JUNWEX Новый Русский Стиль». О том, почему клиенты с первых шагов на площадке стремятся попасть на стенд компании, проявляя большой интерес к ее продукции, рассказывает коммерческий директор SANIS Елена Серебренникова.

Елена Серебренникова, коммерческий директор SANIS

Вы не готовы ждать изделия с производства?

У нас в наличии постоянно обновляемый склад высокооборачиваемых ювелирных изделий объемом 35 кг: свыше 3500 SKU из красного, белого и лимонного золота. Важно отметить — мы сохранили для вас систему быстрого обмена.

Хотите сбросить лишнее и стать еще привлекательнее?

Мы используем новые технологии производства, например Straight line, позволяющие сделать цену изделия для конечного покупателя более привлекательной. Эта технология дает возможность сделать вес украшения на 30% легче, чем у аналогичной модели стандартного производства. Наши покупатели уже оценили все выгоды Straight line, поэтому на данный момент половина нашей ассортиментной матрицы — это изделия, выполненные с использованием именно этой технологии.

Вы привыкли сотрудничать только с лучшими?

Компания SANIS работает с 1992 года и неизменно входит в ТОП 10 ювелирных заводов России начиная с 2012 года. Предприятие девять раз становилось победителем в международных конкурсах дизайна «Лучшие ювелирные украшения России», отмечена золотой медалью за качество в Париже и имеет высшую отраслевую награду — золотую медаль за вклад в развитие ювелирной отрасли.

Сколько стоит час вашей работы?

Не теряйте свое драгоценное время на поиски ответов. У нас полностью автоматизирована и интегрирована информационно-аналитическая программа ГИИС ДМДК, все изделия имеют QR-коды. Наш IT-отдел оказывает техническую поддержку всем нашим клиентам в режиме 24/7.

Политика продаж SANIS — это абсолютное движение вверх, профессионализм, сильный ассортимент, гибкость и взаимовыгодное сотрудничество.

Следуя выбранной политике, компания к каждой выставке готовит новинки, удивляя даже искушенных игроков рынка. Нынешний весенний сезон — не исключение.

*Востребованная покупателями коллекция **Serpentine** пополнилась новыми моделями — это серьги, в которых очень удачно воплотилась идея абсолютного движения. Теперь не нужно задумываться, с чем носить полюбившиеся браслеты и кольца этой линейки.*

*В коллекции **Rim** новинками стали жесткие браслеты — крупные, яркие, со вставками фианитов высшего качества французской марки Dalloz, а также актуальные в этом сезоне массивные, акцентные кольца. Благодаря инновационной технологии Straight line мы уменьшили вес изделий на 30%, поэтому покупка даже столь крупных украшений будет комфортна для вашего бюджета.*

*Знаковую форму шара обыгрывает коллекция **Disco**, дарящая веселье и беззаботность, которых нам всем так не хватает. На огромном танцполе со светомузыкой эти серьги будут двигаться в такт вашим танцам под ритмичные и зажигательные хиты.*

Мы точно знаем — бизнес делают люди!

Кто главный в бизнесе? И собственник, и бухгалтер, и товаровед, и продавец. А что их всех объединяет? Они — люди! Сегодня очень важны человеческие отношения, поэтому компания SANIS стремится делать бизнес открытым, интересным и позитивным.

Мы открыты!

Любой наш сотрудник находится с вами «на расстоянии телефонного звонка»: 24/7 обращайтесь по телефону +7 (981) 686 60 00 и задавайте вопросы собственнику, менеджеру, бухгалтеру, программисту. Даже на самый сложный вопрос вы получите компетентный ответ в течение одного дня.

Мы интересны!

Сотрудничество с нами обеспечивает вам дополнительные выгоды:

1. подарки (изделия, сопутствующие товары, подарочные карты);
2. повышение квалификации ваших сотрудников (курсы по развитию профессиональных навыков);
3. участие в благотворительных проектах;
4. участие в отраслевых мероприятиях (компенсации ваших расходов в рамках выставок и деловых поездок).

Подробнее о программе лояльности — на нашем обновленном сайте: www.sanis.ru

Мы позитивны!

Наши чувства, эмоции, знания воплощаются и в наших уникальных авторских украшениях, и в сервисе, предоставляемом нашим партнерам. Мы за то, чтобы больше общаться, дарить друг другу комплименты, вместе радоваться общим и личным достижениям.

Что делает бизнес успешным ? Мы уверены, во многом это простые человеческие отношения!

Алексей Ткаченко,
директор по развитию SANIS

SANIS
JEWELRY

приглашает на выставку
«JUNWEX Новый Русский Стиль»
с 24 по 27 мая!
ВДНХ, павильон 55, **стенд В-302**

На правах рекламы

Талант видеть возможности

Давно и хорошо налаженный бизнес, как правило, очень инертен и трудно адаптируется к резким изменениям на рынке. На ювелирном заводе TALANT, наоборот, все настроено на изменения и развитие. Нынешние обстоятельтсва мы воспринимаем как источник задач для развития бизнеса и интересные возможности расширения ассортимента. В ситуации, когда не все производители могут сохранить объемы, TALANT открывает новые производственные площадки, сборочные и экспериментальные, создает рабочие места, опробует и внедряет новые технологии.

Плетение «Питер-Корда» — уникальная разработка TALANT. Красивая прочная цепочка выглядит объемной, при этом она втрое легче обычной. Крученая структура элегантно и волнующе раскрывается в движении.

Элегантные мужские печатки STATUS QUO

Представленные на осенней выставке в Петербурге женские золотые печатки пользовались большим спросом. Этой весной мы расширили линейку золотых печаток для мужчин. Удивительно красивый контраст глянцевой поверхности золота 585^0 пробы и матового черного лака оттеняет сверкание фианитов высочайшего качества.

Мужчины, безусловно, оценят кольцо, которое продемонстрирует хороший вкус и подчеркнет статус своего обладателя.

Серебряная история

Серебряные браслеты «миланского» плетения TALANT безупречны и всегда актуальны. Женщинам предоставлен богатый выбор шармов, которые крепятся на эти модные плоские браслеты: изящные цветные элементы с горячей эмалью, звезды и сердечки с фианитами и без вставок и даже полумесяцы для любителей этнических мотивов. Изделия мужской линейки украшены орнаментальными вставками с православной и мусульманской символикой.

TALANT

JEWELRY

«Дамаск» — новая роскошная коллекция серег из серебра. Для изготовления этих изящных украшений применена уникальная технология лазерной резки. Благодаря ей изделия получились ажурными, легкими и с идеальным блеском. Прочные соединения обеспечивают подвижность отдельных элементов в разных плоскостях. Серьги будто танцуют в воздухе, привлекая внимание и вызывая восхищение. Украшения выполнены в серебре 925^0 с золочением или родированием. Особенное внимание мы уделяем качеству этих покрытий, тщательно отрабатывая все до мельчайших деталей.

Цепи TALANT

Самое современное итальянское оборудование позволяет производить качественные и красивые цепочки всевозможных размеров и плетений: тончайшие «панцири», популярные «Нонны», массивные «Бисмарки», эксклюзивный «Гарибальди» — изысканный «царь» в золоте и серебре. Придавая металлу красивый ровный цвет, мы делаем наши цепи качественными, прочными и удобными.

На правах рекламы

«ФИТ» — бренд народный

Интервью с Кириллом Масловым, руководителем компании «ФИТ»

За двадцать пять лет работы на рынке Ваше предприятие стало одним из крупнейших производителей изделий из серебра в Северо-Западном регионе, подтверждением чему являются практически ежегодные первые места в рейтинге «Лидеры отрасли», основанном на данных Пробирной палаты РФ. Расскажите о ключевых этапах в развитии компании.

Начинали мы с небольшой фирмы, работавшей по договору комиссии: восемьдесят процентов нашей продукции реализовывалось через Ювелирторг. Я лично выстраивал взаимодействие с директорами, бухгалтерами и товароведами каждого из магазинов этой сети. Следующим шагом стал выход на «JUNWEX Петербург», где мы нашли первых оптовиков. Вдохновленные хорошими результатами, последующие выставки мы уже не пропускали. Конечно, были и ошибки, и неудачи, однако это бесценный опыт. На выставках мы не только ищем контакты тех, с кем будем работать в дальнейшем, но и используем возможность общения с розничными покупателями, продвижения бренда на конечного потребителя.

Еще один важный шаг — значительное усиление производственно-технической базы предприятия. В кризисный период, когда многие ювелирные компании прекращали свою деятельность, нам удалось приобрести у них современное оборудование. Если сравнивать объемы выпускаемой нами продукции на начальном этапе и сейчас, то они не сильно увеличились по весу, однако кардинально изменились по составу — это качественно иной ассортимент.

Три года назад мы начали развивать собственный канал розничных продаж, что повлекло за собой выпуск изделий ручного производства, которые находят у покупателей очень живой отклик. Почти восемьдесят пять процентов такой продукции продается в течение недели после создания. Мы очень быстро получаем обратную связь с помощью интернет-магазина. Зачастую даже до выставки уже понимаем, пойдут ли новинки. Кроме того, это хороший аргумент для оптовиков. Когда мы оттестировали изделия на своей аудитории, пусть даже она лояльная, мы смело говорим партнерам об этом, и они как профессионалы часто соглашаются с нашими доводами.

Мы планомерно пробуем себя в различных ассортиментных направлениях, привлекаем новых дизайнеров и мастеров, делаем совместные проекты. Одно из недавних достижений — производство пустотелых шаров и украшений с ними: колье, браслетов, серег. Не сразу это получилось, долго разрабатывали технологическую карту, но сейчас уже выпускаем шары диаметром шестнадцать — двадцать один миллиметр, стремимся к уменьшению их размера. Уверен, у нас это получится.

В качестве вставок в изделиях используем в основном камни, которые либо добываются, либо обрабатываются в России. Их диапазон очень широк. В общей сложности за последние три года в нашем ассортименте было задействовано около пятидесяти поделочных самоцветов, а всегда в наличии двадцать пять — тридцать различных минералов. Импортные вставки тоже, конечно, используем, но акцент делаем на российские, поэтому поставки камней у нас от пандемии и санкций не зависят. Мы стараемся делать то, чего нет у других.

Приятно, что наши изделия не только нравятся покупателям, но и высоко оцениваются экспертами-искусствоведами. «ФИТ» неоднократно становился призером конкурсов Программы «Ювелирная» Россия»: на нашем счету десять почетных дипломов, в том числе и за первое место в номинации «Ювелирный подарок».

> «Наши изделия не только нравятся покупателям, но и высоко оцениваются экспертами-искусствоведами.

Говорят, что в ювелирном производстве случайных людей нет, все энтузиасты и подвижники, так ли это?

Думаю, да. Именно так можно назвать тех, кто проработал три — пять лет в тяжелых условиях фактически «за интерес». По трезвому расчету выгоднее было отнести деньги в банк, быть рантье — получишь больше, а нервов

потратишь гораздо меньше. Но надежда есть всегда. Кроме того, я считаю, многое зависит и от самого человека. Как показала наша практика, предпринятые нами усилия по развитию розничных продаж и новых ассортиментных направлений привели к тому, что мы увидели «свет в конце тоннеля». И потом — это интересно. Ты создаешь продукт и видишь его судьбу. Когда понимаешь, что твой птенец оперился и полетел, на душе становится очень приятно. Ошибки, конечно, случаются, но их меньше, чем побед.

Когда что-то зависит от меня, я стараюсь сделать все, чтобы потом «не было мучительно больно». Можно оправдываться внешними обстоятельствами, сложностями, но, если делал спустя рукава, себя не обманешь. Перед собой надо быть честным. Поэтому я барахтаюсь, как лягушка из известной притчи, и надеюсь, что у меня все получится.

Петербургское ювелирное производство всегда имело собственный узнаваемый почерк. В чем, на Ваш взгляд, его отличие от других региональных школ?

За долгие годы работы в отрасли у меня сложилось мнение, возможно, субъективное, что петербургские ювелиры не нацелены только на коммерциализацию, они в большей степени склонны к творчеству. На мой взгляд, хорошо, когда две эти составляющие в работе компании совмещаются. Достижение такого симбиоза и является задачей руководителя, за этим будущее. Когда мы создаем новинки, я стараюсь сочетать современные 3D-технологии с ручной работой профессиональных мастеров-граверов, чтобы вещь была живой и ее сложно было повторить.

Расскажите подробнее о новом направлении компании — изделиях с драгоценными камнями.

Мы давно хотели попробовать себя в выпуске изделий ценового сегмента выше среднего, в нише между массовкой и премиумом. Созданные к майской выставке украшения — проба пера, мы пока не знаем, как на них отреагируют покупатели. В изделиях использованы бриллианты, но основной акцент сделан на камни исключительно российского происхождения: аквамарины, изумруды, турмалины... Дизайн выдержан в традициях ювелирной классики — она хороша тем, что подходит и для двадцатилетней девушки, и для шестидесятилетней дамы. Такие драгоценности вне времени. Потенциальный успех этих украшений в том, что приобрести их может

Ювелирная компания ФИТ

СМОТРИТЕ НАС НА YouTube

БУДЬТЕ С НАМИ

На правах рекламы

более широкая покупательская аудитория. Тем не менее я не сторонник того, чтобы позиционировать коллекцию как дорогую и премиальную. Мне хочется, чтобы «ФИТ» оставался народным брендом и как можно больше покупателей могли сказать о наших украшениях: это качественно, красиво, интересно, доступно.

Какой совет Вы бы дали человеку, который планирует заняться ювелирным бизнесом?

Сейчас правила игры очень усложнились. Если человек чувствует в себе силы как творец, художник-ювелир, то ему имеет смысл попробовать себя на небольших предприятиях, которые работают оперативно, функционируют как живой организм. У нас ежегодно проходят практику учащиеся Художественно-профессионального лицея Санкт-Петербурга имени Карла Фаберже, многие из них остаются работать. Я вижу, что год от года уровень выполняемых ими изделий растет. Это хорошо, поскольку и покупатели сегодня гораздо искушеннее, чем еще два-три года назад. Останавливаться в профессиональном развитии нельзя. Мы уже настолько высоко подняли планку, что самому становится страшно: что же еще нужно такое придумать, чтобы удивить?! Что предложить, чего пока у наших постоянных покупательниц нет и что они захотели бы приобрести?..

JUNWEX ПЕТЕРБУРГ

Основные мероприятия деловой программы «JUNWEX Петербург 2022» вполне объяснимо были связаны с внедрением ГИИС ДМДК. Пути решения возникающих в этом процессе проблем широко обсуждались на совместном заседании членов советов Ассоциации «Гильдия ювелиров России» и Клуба «Российская Ювелирная Торговля». В совещании приняли участие руководители региональных общественных организаций, представляющих интересы ювелиров Урала, Северо-Западного региона, Калининградского края.

По давно сложившейся традиции на февральской выставке, начинающей ювелирный год, состоялась церемония награждения лидеров отрасли СЗФО.

В программу «JUNWEX Петербург» вошло и множество интересных тематических событий: это и сеанс цветотерапии с дизайнером Натальей Тимофеевой, и показ вечерних нарядов, и мастер-класс по изготовлению кулона с эмалью от Школы ювелирного мастерства.

РИТЕЙЛ НЕ СНИЖАЕТ АКТИВНОСТИ

С учетом предварительно аккредитовавшихся, а также получивших беджи специалистов непосредственно на площадке, на «JUNWEX Петербург» прибыли 2459 оптовиков из разных регионов России и ближнего зарубежья, в том числе: «Тритон» (Якутск), ИП Мингазова А. Н. («Рубин», Челябинск), ИП Сагаль Н. А. («Золотой путь», Екатеринбург), ИП Пелипас К. О. (LoraGold, Калининград), «Ирис Плюс» (Костанай, Казахстан), ИП Жалыбина Е. В. (Бузулук, Оренбургская обл.), «Русский Ювелирный Стандарт» (Кострома), ИП Астапович В. В. (Новокузнецк), ИП Цыденова С. В. (Абакан), ИП Бурцева К. С. (Якутск), ИП Придворова С. В. (Курск), ИП Виноградов С. Н. (Белая Калитва, Ростовская обл.), ИП Степанов П. А. «Золотая кисть» (Камчатский край). Примечательно, что в Секретариат Клуба «Российская Ювелирная Торговля» поданы заявления о вступлении от 102 новых игроков отраслевого ритейла. Безусловно, ситуация всеобщей неопределенности сказалась на организации работы торговых специалистов на выставке. В нынешнем феврале средняя продолжительность их пребывания

РосЮвелирЭксперт

РОССИЙСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПРОБИРНАЯ ПАЛАТА

JUNWEX
ОТРАСЛЕВОЙ МЕДИА-ХОЛДИНГ

Лидеры отрасли Северо-Западного федерального округа за 2021 год

- по производству золотых украшений без камней, с цветными и синтезированными вставками — **«ЮИ-ТРЕЙД» («ТАЛАНТ»)**;
- по производству серебряных украшений без камней, с цветными и синтезированными вставками — **«ФИТ»**;
- по производству серебряной посуды — Императорский ювелирный завод **«РУССКИЕ САМОЦВЕТЫ»**;
- по производству золотых украшений с камнями I группы — **ЮЗ «ГРАНТ»** и **«ВИП-2000»**;
- по производству платиновых украшений с камнями I группы — **«МАСТЕРСКИЕ МИХАЙЛОВА»**;
- по экспорту ювелирной продукции — **«ВИП 2000»**.

ЛЮБОВЬ КОНЕНКОВА, ЗАМЕСТИТЕЛЬ ДИРЕКТОРА ПРОФИЛЬНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ЦЕНТРА «ШКОЛА ЮВЕЛИРНОГО МАСТЕРСТВА»:

Презентация открытия нашей школы состоялась 5 февраля 2001 года на выставке «JUNWEX Петербург». Эту дату мы считаем днем рождения нашего образовательного центра, и очень приятно, что спустя двадцать один год именно 5 февраля мы вновь на площадке JUNWEX. Совместно с Клубом «Российская Ювелирная Торговля» мы провели мастер-класс по работе с холодной эмалью.

Сегодня у нас в арсенале двадцать восемь курсов, охватывающих все возрастные категории обучающихся и все ювелирные специализации. Мы занимаемся и обучением с нуля, и повышением квалификации, даем возможность приобрести новую профессию, найти интересное хобби или получить определенный опыт. В последние два года у нас очередь из желающих обучаться на базовых курсах. Самой востребованной сейчас можно назвать программу «Ручное изготовление ювелирных изделий». Популярны и курсы по 3D-моделированию, без которого сегодня в ювелирном деле не обойтись, и по геммологии. Люди хотят быть образованными, чтобы чувствовать себя уверенно в ювелирном магазине, в зарубежных поездках, когда приобретают там камни. А по выходным у нас работает Школа юного ювелира для детей старше десяти лет.

составила два дня, причем многие ритейлеры прибывали только к третьему, а то и к четвертому дню. Сомневались, осторожничали. Но, как выразилась Марина Баборина («Алмаз», Иркутск): «Не утерпела и утром четвертого февраля удивила своих сотрудников решением вылетать с ними в Питер». Традиционно свернувшие работу к концу третьего дня выставки «монстры», интересующиеся только оптовиками, в этот раз могли бы продолжить работу и далее. Но кто мог предугадать... Да, выставка — это возможность оценить происходящее, сориентироваться в ситуации. Кроме того, таких цен на поставки больше уже не будет — это понимали все прибывшие. Следует отметить положительный факт: многие из тех, кто в прежние времена искал счастья рядом с проводимой выставкой, в нынешнем году вернулись в цивилизованное пространство. Им было, наверное, трудней всего ориентироваться в выставочном трафике, и это нас, организаторов, волновало. Надеемся, наша работа и внимание были замечены и ими.

ПРОДАЖИ И АССОРТИМЕНТ

Настроения участников, так же как и оценки ими объемов отгрузок, разные. Янтарщики заявляли о кратном снижении интереса оптовиков. «Хорошо востребованы только высокохудожественные янтарные вещи. На них и спрос, и заказы есть», — поделился Василий Симонов («Сувениры Балтики»). И с китайским Новым годом период выставки совпал, что фактически исключило широкое присутствие на площадке китайских ритейлеров. Хотя уже «прижившиеся»,

ВЕРА КАБАРОВСКАЯ (ЮД KABAROVSKY): Несмотря на трудное время, нужно продолжать рассказывать об искусстве. Ведь мы, ювелиры, предлагаем то, что дарит людям спокойствие, умиротворение. Мы должны не просто продавать украшения, но и знать культуру, традиции, историю, передавать свои знания покупателям. Поэтому мы и организовали арт-встречу «Многоликий модерн».

работающие на различных мировых электронных платформах китайцы чувствовали себя на JUNWEX вполне по-домашнему. В среднеценовом ассортименте и серебре угадавшие с товаром получили хорошие результаты. Но, как выразился Александр Синенко (Corona), это «угадывание стоило большой работы». Пришлось много общаться с розничными продавцами, дизайнерами, переделать все коллекции. Поддержал его мнение и Виктор Туликов («Туликов»), заявивший о двадцатипроцентном росте опта. Компании Natasha Libelle, «Империал», Delta, Klondike, «Фабрика серебра АргентА», «Лукас-Голд», «Гранат», Sargon, «Талант», «Бриллианты Костромы», «Династия», «Красносельский Ювелирпром», Vesna, Grant, Violet, Sanis, Berger, Pokrovsky Jewelry, «ФИТ»,

На правах рекламы

Karatov, «Ювелирные традиции», «Алькор», Rusgoldart, Master Brilliant, «Лето», «Атолл», De Fleur, Platina, «Альфа-Карат», Efremov, Platinor, Brillian Style, «Альтмастер», Sun Stone, Salam, Dilight, «Вырица», «Аврора», Corde, «Серебряный совет» также оправдали свои усилия по совершенствованию дизайна коллекций. Многие вынуждены были искать новые пути развития. SOKOLOV организовал встречу с ключевыми клиентами, наградил партнеров по итогам года, провел переговоры и представил новый проект — франшизу бренда Diamant, а также новинки ассортимента всех своих суббрендов.

СТЕНД — ЛИЦО КОМПАНИИ

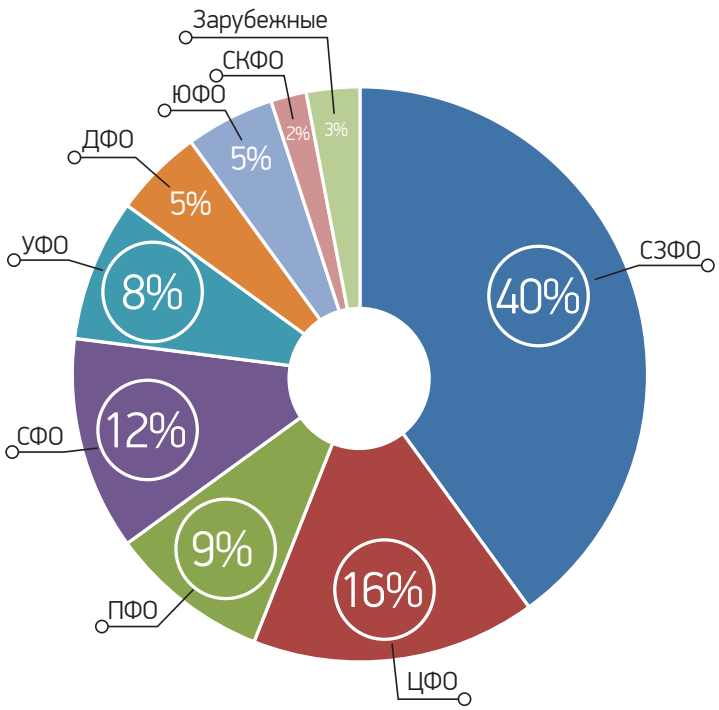
В этом году мы наблюдали особый подход участников к оформлению стендов. Давно на выставке не было такого количества нестандартных и запоминающихся экспозиций. Нельзя не отметить потрясающий стенд «Империал», оригинальный «Graf Кольцов», привлекательный Vesna и, конечно, яркий стенд Kabarovsky с интересным меню и баром, полюбившимся всем партнерам компании еще на прошлой февральской выставке. Бренд проводит огромную и постоянную работу по привлечению внимания к своим дизайнерским новшествам. Надо поздравить руководителя компании Веру Кабаровскую с найденной манерой эффективного обеспечения клиентской привязанности: делается это с душой и вызывает уважение. В один из выставочных дней ювелирный дом провел арт-встречу «Многоликий модерн». Искусствовед Полина Павлович рассказала о том, как появился этот стиль, какое отражение он нашел в ювелирном искусстве, каковы его отличительные черты и почему он стал сегодня таким популярным.

РОЗНИЧНЫЙ СПРОС

Конечно, украшением выставки стали витрины Chamovskikh JH, Maxim Demidov, Ringo, Sarkissian, «Алексей Помельников», «МЭЮЗ Ювелирпром» с удивительными по исполнению новыми драгоценными шедеврами, у которых склонялись петербургские ценители ювелирного искусства. В целом число посетителей было не многим более 8000 человек. С каждым годом их становится все меньше и меньше, как и денег у населения. Однако JUNWEX еще раз подтверждает свою решимость бороться за сохранение ювелирного дела в стране, и доказательством этого стала следующая выставка медиа-холдинга — JUNWEX Premium, открывшая свои двери в московском Гостином Дворе буквально через несколько дней после завершения петербургского мероприятия. Мы уверены: только многообразие форм организации ювелирного бизнеса при наличии разновеликих по собственности и финансовым оборотам отраслевых фирм, работающих в разных дизайнерских стилях, возможно творчество и продолжение великих традиций, заложенных мастерами эпохи расцвета ювелирного искусства в России, такими как Карл Фаберже. Без этого нереализуема и задача полной переработки драгоценного сырья в стране.

Обобщенный портрет посетителей-специалистов выставки «JUNWEX Петербург»

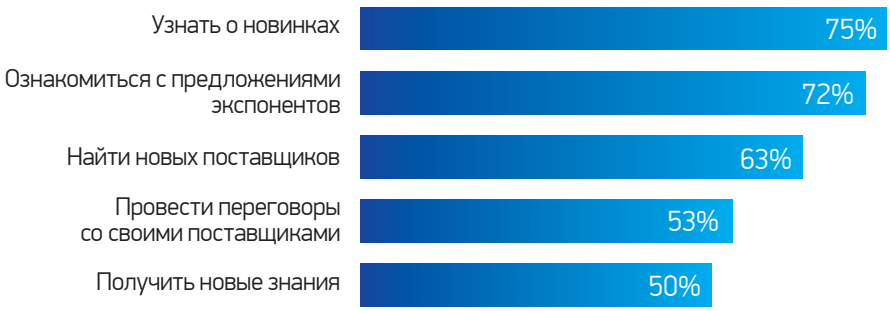
ГЕОГРАФИЯ ПОСЕТИТЕЛЕЙ



СФЕРА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ДОЛЖНОСТЬ

ЦЕЛЬ ПОСЕЩЕНИЯ



КАКИЕ РАЗДЕЛЫ ВЫСТАВКИ (АССОРТИМЕНТ) ВАМ НАИБОЛЕЕ ИНТЕРЕСНЫ?

JUNWEX

JUNWEX
ОТРАСЛЕВОЙ МЕДИА-ХОЛДИНГ

Клуб «РОССИЙСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ТОРГОВЛЯ»

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ
ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ФОРУМЫ ЮВЕЛИРНОЙ ИНДУСТРИИ

JUNWEX

ФЕВРАЛЬ • САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

2–6 февраля 2022 • 1–5 февраля 2023
ЭкспоФорум

МАЙ • МОСКВА

25–29 мая 2022 • 17–21 мая 2023
ВДНХ

СЕНТЯБРЬ • МОСКВА

28 сентября – 2 октября 2022
27 сентября – 1 октября 2023
ВДНХ

ВЫСТАВКИ ЮВЕЛИРНЫХ УКРАШЕНИЙ И ПОДАРКОВ

JUNWEX Premium

МОСКВА • ГОСТИНЫЙ ДВОР

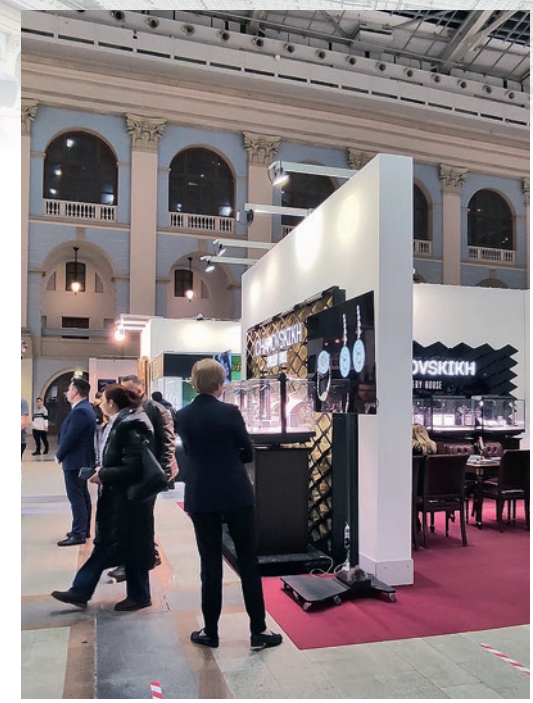
9–11 декабря 2022
5–7 марта 2023
8–10 декабря 2023

На правах рекламы

Форматы меняются

Прошедшая в московском Гостином Дворе выставка JUNWEX Premium во многом определила вектор дальнейшего развития Программы «Ювелирная Россия». Прежние форматы выставок меняются по причине не только внешних факторов, связанных с развитием Интернета и онлайн-продаж, но и кризисов, которые создаются не всегда продуманными законами и желанием государства контролировать все и вмешиваться там, где должен решать сам рынок. Но если цифровое развитие способствует появлению новых видов дистрибуции, то «затягивание гаек» возвращает назад к «серым» схемам продаж. В такой ситуации и формат выставок, к которому мы стремились все эти годы (специализированный, профессиональное место встреч, оптовый), перестал удовлетворять отечественных специалистов. Закрытые для иностранных брендов границы и радикальное расслоение общества привели к необходимости акцента на премиум-формат. В этой связи повышенный интерес стали вызывать конкурсы, подиумные показы как вариант предложения эксклюзивных изделий. В результате мы помимо выставок формата B2B (февраль, май, сентябрь) возобновляем программу выставок B2C (декабрь, март). Декабрьское событие будет ознаменовано подведением итогов ежегодного Всемирного конкурса им. К. Фаберже. Площадкой для форумов, которые объединят в себе наши прежние выставки «Лучшие украшения России» с экспозицией JUNWEX Premium, станет именно московский Гостиный Двор, где когда-то и начинались наши столичные проекты.

2022 год объявлен президентом РФ Годом культурного наследия народов России. Нынешняя, уже четвертая по счету, выставка JUNWEX Premium в содружестве с форумом «Уникальная Россия» (где участвовали представители 53 регионов, более 1200 экспонентов) стали первым масштабным культурным



и социально-политическим событием выставочного формата в рамках этого года. Среди участников премиальной экспозиции, представивших свои произведения на суд искушенной московской публики, были: Brovanz, Chamovskikh JH, Clarity, Gems Butik, Izmestiev Diamonds, Kamni Pro, Natasha Libelle, Nord Diamond, Sarkissian, Sun Stone, Violet, «Ауджа», «Бриллианты Беломорья», «Галерея Арт-Санна», De Fleur, «Виктор Дзюбьяк», «Золото Северной столицы», «Золотой монетный дом», «Комдрагметалл РС (Я)», «Меркурий», «Сияние Сибири», «Столица». Впервые в проекте JUNWEX Premium приняли участие такие компании, как Briall, «Студия Лютар», Elena Mir Jewelry.

Иван Ермошенко, «Сияние Сибири»:

Сегодня, на мой взгляд, продажи идут либо в самом низком ценовом сегменте, либо в очень высоком, когда чек может быть безграничным, а клиенту важны лишь дизайн и качество. Первый вариант нам совершенно не подходит — мы не в силах конкурировать с украшениями масс-маркета, так как производим украшения преимущественно премиального уровня, у нас сложное, зачастую ручное производство.

Сейчас человек покупает глазами. Тот, кто может позволить себе дорогие украшения, уже наполнил свои «шкатулки» изделиями с классическими белыми бриллиантами. По опыту скажу, что именно с них наши покупательницы начинают формировать свои драгоценные коллекции. Если дама решает приобрести украшение сама, а не получить, скажем, в подарок, то чаще всего это желание подчиняется определенному принципу. Кто-то ориентируется на купленный наряд к важному мероприятию, кто-то — на любимый цвет или даже на камень своего знака зодиака. Некоторые добирают свою коллекцию таким образом: сапфиры остались от бабушки, изумруды — от дедушки, а я теперь хочу рубины.

Еще один немаловажный принцип, которому следуют при выборе украшения, — мода. Каждый год мировые бренды выпускают различные коллекции украшений, создавая некую ауру вокруг тех или иных камней. Наши покупатели очень следят за этим. Пошел тренд на морганиты — всем нужны морганиты. Услышали, что ювелирные дома с мировым именем используют аквамарины «Санта-Мария», — тут же на них появляется огромный спрос. Зачастую клиенты спрашивают про «Санта-Марию», даже не понимая, что это аквамарин. Если десять лет назад людям было неважно, какой цвет у танзанита, — лишь бы приобрести заветный камень, то сейчас требуется только танзанит, по цвету близкий к топовому. В случае с бриллиантами всем нужен размер, пусть даже в ущерб цвету и качеству.

Ситуация с закрытием границ на работе нашей компании особо не отразилась, если можно так сказать. За годы работы у меня сложился обширный круг друзей — поставщиков камней из Азии, поэтому проблем со вставками у нас нет. И на данный момент мне не нужно летать к партнерам, они знают мои требования и подбирают камни соответствующих характеристик по самым лучшим ценам. И мы, в свою очередь, предлагаем нашим покупателям качественный современный продукт с отличной стоимостью.

Наталья Ванчакова, «Техно-бронз» (BroVanz):

Мы всегда тщательно готовимся к выставкам, очень много работаем. К февральским мероприятиям JUNWEX в Петербурге и Москве мы выпустили новую коллекцию «Умиротворение» — многофункциональные предметы, воплощающие образы, которые ассоциируются со спокойствием, гармонией, равновесием. Комбинируя эти бронзовые арт-объекты с шарами из различных природных материалов или свечами, можно создавать бесчисленные композиции, уместные и на рабочем столе, и в домашнем интерьере. Сам процесс сродни медитации, настраивает на умиротворение, что особенно важно в наше время. Как показывает опыт, спрос на качественные высокохудожественные вещи остается высоким. Когда мы делаем достойные красивые вещи, их раскупают в первую очередь.

Юлия Синицина, URBAN·M (ЮД DeFleur):

Мы представляем на выставке свой новый бренд URBAN M («Мадонна большого города»), его премьера состоялась на «JUNWEX Петербург 2022». Вдохновила нас на создание коллекции современная женщина. Она не только любящая жена и заботливая мать, но и личность, активно развивающаяся в эмоциональном, физическом, духовном и профессиональном планах. Такая жизнь в условиях урбанистического мира требует от женщины очень много сил. Мы видим свою миссию в том, чтобы помогать ей сохранять свое женское начало, чувственность, красоту и очарование.

Проведенные нами маркетинговые исследования выявили, что сейчас на рынке есть потребность именно в статусных изделиях с жемчугом высокого класса. В центре наших украшений — жемчуг Эдисон, который мы отбираем вручную на месте культивирования. Эти жемчужины отличаются впечатляющими размерами, ярким сиянием перламутра, удивительными редкими оттенками и идеальной формой. И далеко не каждая из них подойдет для нашей коллекции. Мы предлагаем коллекционные украшения, которые имеют паспорта с указанием всех характеристик жемчужины.

Коллекция выдержана в стиле современной классики, очень близкой нашим покупательницам. С одной стороны, классика подходит под любой образ, с другой — это интересные и эффектные модели. Технологии их изготовления весьма затратные, но результат все оправдывает. Производство не крупносерийное, и покупатель может гордиться: такое изделие идеально подчеркнет его индивидуальность.

В программе объединенного мероприятия состоялось 35 деловых и культурных встреч, 20 арт-проектов, 37 показов дизайнерских коллекций одежды, что обеспечило площадке массовое присутствие представителей целевой потребительской аудитории, постоянный трафик и широчайший резонанс в столичных и федеральных СМИ. Среди посетителей были замечены Елена Малышева, Юрий Куклачев, Анатолий Карпов и другие известные личности, в том числе из правительственных структур. Это неудивительно, ведь «Уникальная Россия» проводится при поддержке Министерства финансов, Министерства промышленности и торговли и Федерального агентства по делам национальностей России. Кроме того, в шаговой доступности от выставки располагаются Торгово-промышленная палата и администрация президента. Соседство JUNWEX Premium, представившей публике топовые российские ювелирные бренды, с историко-музейными экспозициями церковного искусства, художественной фотографии, современной живописи, антиквариата оказалось взаимовыгодным. Цель форума «Уникальная Россия» созвучна задачам JUNWEX Premium. Отечественные ювелиры в своих работах связывают прошлое, настоящее и будущее, создавая и актуальный креативный дизайн, и драгоценности, которые останутся на века. Одна из задач премиальной экспозиции — продемонстрировать, что ювелирное искусство России имеет колоссальный потенциал в XXI столетии. Оно продолжает вдохновлять авторов драгоценных произведений и ценителей прекрасного, стремящихся стать ближе к истокам наших традиций.

Виктория Артеменко, Kamni pro:

Наша компания — молодая, это всего вторая наша выставка. Своим примером мы показываем, как новым игрокам развиваться на рынке, ведь не секрет, что конкурировать с крупными фирмами достаточно тяжело, особенно в сфере продаж драгоценных и ювелирных камней. Наш рост идет по экспоненте вверх, чему способствует совокупность двух ключевых факторов. Во-первых, у нас есть возможность закупать камни напрямую из Азии, причем доставка осуществляется в кратчайшие сроки — в течение двух недель. Во- вторых, у нас собственное ограночное производство.

Мы предлагаем коллекции турмалинов, шпинели, цирконов, гранатов, морганитов и многих других камней самых разнообразных оттенков. Кроме того, мы нашли особую нишу в сегменте бизнес-подарков — сеты для колье. Один камень дарить «несолидно», а полный комплект на ожерелье вызывает wow-эффект. Даже если человек равнодушен к камням, он принимает такой презент с восхищением. Кто-то ставит эти планшеты на полку и любуется ими, кто-то использует камни для создания украшений. Это интересный процесс — клиент может сам поучаствовать в разработке индивидуального дизайна. Не углубляясь в тему магии камней, могу утверждать, что некая энергия, взаимосвязь между человеком и драгоценным камнем существует. Нередко такие украшения придают уверенности, создают определенное настроение, а от этого в жизни многое зависит.

Периодически на рынке появляются камни, вызывающие ажиотаж. Сейчас номер один по спросу — шпинель, причем в разных оттенках: и розовая, и серая, и лавандовая. К нам часто приходят клиенты, желающие вложить средства в драгоценные камни и через какое-то время окупить затраты. Мы всегда объясняем, какая при этом может быть маржинальность, рассказываем о специфических нюансах такого инвестирования. К счастью, покупательская заинтересованность в камнях и осведомленность о них неуклонно повышаются.

Никита Николаев, «Комдрагметалл РС (Я)»:

На бриллианты цена растет постоянно, поэтому приобретают их всегда. Грамотно инвестирующие свои средства покупатели стремятся вложить их именно в сертифицированные бриллианты от карата и выше. Мы использовали эту выставку как дополнительную возможность встречи с постоянными московскими клиентами, которых немало. В Якутии нашу компанию тоже очень хорошо знают, поскольку мы представляем там самый широкий ассортимент изделий с бриллиантами. Жители Якутии являются настоящими знатоками и ценителями драгоценных украшений, поэтому востребованность наших изделий не снижается, даже при весьма сильной конкуренции на региональном рынке.

На выставку — без сомнений

Говорят участники выставки «JUNWEX Петербург»

Вера Кабаровская, ЮД Kabarovsky:
Накануне выставки мы опасались, что из-за очередной волны коронавируса и новых требований ГИИС ДМДК к нам приедет мало клиентов, но по итогам не пожалели об участии. У нас много планов и стремлений, не всегда получается их воплотить: иногда по нашим внутренним причинам, но чаще — по внешним. Государство скучать не дает, приходится сдерживать наши творческие порывы. Рынок испытывает серьезные сложности в связи с внедрением ГИИС. Мы, со своей стороны, все требования выполнили, загрузили необходимую информацию, а вот дальнейшие функции программы вызывают много вопросов. В ювелирной отрасли введение такого цифрового контроля более проблематично, чем в других сферах рынка, поскольку есть множество специфических нюансов.

К февральской выставке мы подготовили новую коллекцию «Петербургъ» — признание в любви великому городу. Нам приятно, что эти украшения были позитивно восприняты покупателями не только Северной столицы, но и других регионов, например Казахстана. Еще одна наша новинка, которая пользовалась на выставке популярностью, — коллекция «Балет». Обе линейки украшений отличает высокий художественный уровень и достаточно демократичная стоимость. Наш любимый покупатель — женщины 35+, которые выросли на советских ювелирных традициях и на каждый праздник любят получать драгоценные подарки. Поэтому мы стараемся создавать разнообразные коллекции и неизменно удивлять своих клиентов!

Дмитрий Поминов, «Мастер Клио»:

В течение пяти лет мы не участвовали в петербургской выставке JUNWEX, но накануне нынешней, буквально за неделю до нее, в течение дня приняли решение ехать. Поскольку стало ясно, что ситуация на рынке очень сложная. Клиенты не понимают, как быть с отгрузками, УИНами, ГИИС ДМДК… Информации мало, и она противоречивая, технические проблемы возникают на каждом этапе. В этих условиях мы решили, что необходимо встретиться с клиентами, пообщаться напрямую, чтобы показать и объяснить им, как мы будем в дальнейшем работать и сотрудничать.

Ощущения по итогам выставки у нас положительные. Появились новые партнеры, в частности из Северо-Западного региона, который до сих пор у нас был практически не охвачен. Мы довольны результатами так же, как и в октябре. Осеннюю выставку в Москве мы тоже отработали хорошо, несмотря на непонятную ситуацию с коронавирусом (мы тогда даже витрины решили украшать по минимуму, так как была опасность, что в любой момент павильон могут закрыть). Думаю, что успешные продажи обусловлены несколькими факторами. Во-первых, у нас сплоченный профессиональный коллектив. Во-вторых, мы предлагаем востребованную продукцию в разных ценовых сегментах. Сейчас особым спросом пользуется облегченная «бескаменка», минимализм. В-третьих, постоянно работаем над новинками. В связи с пандемией возникли определенные сложности с импортом. Раньше мы сами летали на отборки и приемку товара, теперь приходится многое делать удаленно, онлайн. Но мы стараемся подстроиться к нынешним реалиям.

Василий Куприянов, «Уруу»:

В переводе с якутского «уруу» — «семья, свадьба». Это название неслучайно, поскольку мы начинали с салона обручальных колец. За пять лет множество молодых пар выбрали наши изделия как символ вечной любви, вошли в семейную жизнь с нашими кольцами. Из торговой точки площадью восемь квадратных метров мы выросли до компании, объединяющей ювелирный завод в центре Якутска и четыре магазина. Сегодня ассортимент нашего производства составляет свыше тысячи наименований: помимо обручальных это и помолвочные кольца, традиционные якутские украшения, аксессуары, сувениры, посуда и так далее. В компании, которая стала одним из узнаваемых брендов нашей республики, трудятся более пятидесяти человек.

В последнее время мы получаем очень много заказов из разных регионов России и зарубежных стран: клиенты связываются с нами на сайте, в соцсетях. Посылки отправляются ежедневно. Поэтому мы приняли решение выйти на выставку, начать развивать это направление. Конечно, первый опыт показал какие-то ошибки, которые мы обязательно исправим в дальнейшем. Но у нас были активные отборки товара и розничные продажи, появились новые партнеры. Мы увидели, что большой интерес, особенно у клиентов из Китая, вызывают наши изделия-обереги. А завершающим радостным аккордом выставки стала для нас победа в конкурсе «Признание Петербурга».

**Владимир Стрелков,
АНО «Центр поддержки экспорта
Владимирской области»:**

Наш Центр создан в рамках реализации нацпроектов «Международная кооперация и экспорт» и «Малое и среднее предпринимательство». Можно сказать, что мы являемся инструментом реализации государственной политики в области экспорта и в тесном сотрудничестве с администрацией Владимирской области помогаем компаниям выходить на зарубежные рынки. Организация участия в международных выставках — одно из направлений деятельности Центра. Стенд может быть индивидуальным или коллективным, а сама услуга оказывается на безвозмездной основе. Воспользоваться ею может любая компания, зарегистрированная на территории Владимирской области и являющаяся субъектом малого и среднего предпринимательства.

Поскольку «JUNWEX Петербург» — выставка международная, наш Центр принял решение участвовать в этом мероприятии, организовав коллективный стенд и пригласив на него предпринимателей. На нынешней выставке в рамках коллективного стенда Владимирской области я представляю три компании: Amore Jewelry, «Мстерский ювелир», «Центр традиционной Мстерской миниатюры». Мы периодически проводим мониторинг состояния экономики региона и в последнее время наблюдаем, что ювелирное производство находится на подъеме, развивается, но в период пандемии ему требуется помощь. Поддержка Центра дает предпринимателям возможность показать свои работы на международной выставке JUNWEX.

С начала этого года ювелирная отрасль столкнулась с трудностями, связанными с внедрением обязательной системы контроля за оборотом драгоценных металлов. Сама по себе эта мера неплохая, она направлена на то, чтобы вывести с поля недобросовестных игроков. Еще Адам Смит писал, что государство в рыночной экономике должно играть роль арбитра. Понятно, что со временем вопросы внедрения ГИИС ДМДК снимутся с повестки дня, важно, как скоро это произойдет. На данный момент очевидно, что проблему надо решать совместно.

Мы будем всеми возможными средствами помогать бизнесу. Центр поддержки экспорта Владимирской области и создан именно для того, чтобы оказывать адресную помощь среднему и малому предпринимательству. Проблема носит системный характер и свойственна для всех регионов. Мы активно общаемся с другими региональными центрами и намерены обсудить эти вопросы, чтобы в дальнейшем вывести проблему отрасли на федеральный уровень. Такое возможно в рамках работы Экономического совета при губернаторе Владимирской области, где врио губернатора Владимирской области А. А. Авдееву проект будет уже в ближайшее время предложен для согласования и дальнейшего продвижения.

Думаю, что все трудности к осени сойдут на нет, проблемы в ювелирной отрасли будут решаться. Мы планируем продолжить хорошую традицию сотрудничества с медиа-холдингом JUNWEX, развивать этот положительный опыт. Уже сейчас мы принимаем заявки на участие компаний Владимирской области в сентябрьской выставке «JUNWEX Москва» в рамках индивидуальных стендов, а также проводим работу по поиску зарубежных покупателей, в том числе через международные электронные торговые площадки.

> «Мы планируем продолжить хорошую традицию сотрудничества с медиа-холдингом JUNWEX.

Михаил Земсков, «Русский альянс»:
К сожалению, в этот раз у меня было недостаточно товара для участия в «JUNWEX Петербург» в качестве экспонента, однако я не мог не приехать, потому что выставка, помимо прямых продаж, — еще и встречи с коллегами, обмен мнениями, обширная деловая программа. Клуб «Российская Ювелирная Торговля» взял на себя большую работу по разъяснению порядка внедрения ГИИС ДМДК в жизнь отрасли. Вопросы ритейлеров поступают в Секретариат Клуба со всей страны. Это настолько авторитетная общественная организация, что розничные торговые компании обращаются за поддержкой именно к ней. Клуб взял на себя функции оперативно и централизованно отвечать на все запросы: проводит совещания и конференции, приглашает специалистов для разъяснения сложных тем, готовит обращения в государственные инстанции, чтобы донести до власти проблемы отрасли. Дело в том, что ювелиры готовы работать по новым правилам

«Клуб взял на себя функции оперативно и централизованно отвечать на все запросы: проводит совещания и конференции, приглашает специалистов для разъяснения сложных тем, готовит обращения в государственные инстанции, чтобы донести до власти проблемы отрасли.

ГИИС ДМДК, но поскольку платформа еще сырая, то возникает много вопросов по взаимодействию с программой. Четких инструкций нет, некоторые сведения в систему внести нет возможности, многие «кнопки» попросту отсутствуют, нельзя исправить ошибочно введенные данные, программа зависает… Разработчики не учли специфику ювелирной отрасли. И если крупные предприятия еще могут дополнительно взять в штат сотрудников, занимающихся исключительно новой системой, то маленьким фирмам, индивидуальным предпринимателям это не под силу. Подчас человек работает один, у него нет соответствующих компьютерной техники и программного обеспечения. Люди вынуждены сидеть по ночам, вводя данные в систему, поскольку днем программа зависает, а от техподдержки толку нет. Мы все работаем по-белому и не собираемся прятаться, только дайте нам возможность и подскажите, как это правильно сделать в соответствии с изменившимися требованиями учета. Я уже не говорю о том, что весь ювелирный бизнес — это частные деньги: если вы хотите меня контролировать, то создайте условия. А то «шаг влево, шаг вправо» — уголовная статья. Отрасль лихорадит уже полтора года. Отгрузки остановились, так как торговля не хочет брать изделия без QR-кодов. Пока разработчики сами с программой не разберутся, нам делать нечего — остается ждать. Надеюсь, к сентябрьской выставке все успокоится: я твердо убежден, что «гнуть» можно только до определенного момента. Да и Клуб пытается достучаться до чиновников высокого ранга: он вдохновляет нас, обобщает требования участников отрасли и становится посредником в диалоге между ювелирами и властью.

«Отрасль лихорадит уже полтора года. Отгрузки остановились, так как торговля не хочет брать изделия без QR-кодов.

Максим Одинцов,
Артем Рождественский,
Platika Jewelry:

Признаемся честно, что на выставку мы собирались с пессимистичными ожиданиями, поскольку во время предварительных телефонных переговоров многие партнеры сообщили, что не приедут в связи с эпидемиологической обстановкой. Тем не менее мы очень довольны итогами работы: обрели новых клиентов, открываем новые интересные направления по экспорту… Особенно порадовал тот факт, что отзывы на нашу продукцию — только положительные. Партнерам нравятся наши новинки, качество исполнения изделий и ассортимент, отличающийся от продукции других костромских фирм. Коллекции «Сафари» и «Пространство» раскупили уже в первый день выставки, и заказов на них мы получили очень много.

Клиентам помешала приехать не только эпидемия: некоторые просто не успели внести остатки товара в ГИИС ДМДК и не готовы в связи с этим делать отборки новой продукции. Мы всемерно помогаем партнерам, предоставляем всю необходимую информацию, объясняем, как решить какие-то технические проблемы. Они действительно возникают на каждом шагу, но наши программисты с ними пока справляются. До завершения процесса освоения ГИИС еще далеко.

Кроме того, нынешняя выставка ознаменована для нас первым днем рождения компании. Именно на «JUNWEX Петербург 2021» мы впервые представили уникальный для российского рынка продукт — ювелирные изделия из платины 950º. Подводя итоги первого года работы, мы гордимся своими успехами и планируем освоить новые направления. В частности, начинаем выпуск премиальных украшений с натуральными камнями — сертифицированными турмалинами, танзанитами и другими редкими драгоценными самоцветами. Мы искренне благодарны нашим партнерам за признание и доверие. Обещаем и в дальнейшем удивлять своими идеями!

«Начинаем выпуск премиальных украшений с натуральными камнями — сертифицированными турмалинами, танзанитами и другими редкими драгоценными самоцветами.

«Женщины украшать себя не перестанут ни при каких обстоятельствах.

Оксана Некрасова, Ювелирный дом «Элита»:

Мы работаем уже тридцать лет и знаем, что новшества на рынке появляются постоянно. Не следует ждать пинка, чтобы начать их внедрять в работу своей компании. Надо не идти в ногу со временем, а бежать впереди. Если развиваешься — будешь успешным. Если остановился, то все вложенное в бизнес до этого пропадет зря. Сегодня экономить на серверах, компьютерном обеспечении, программах — все равно, что экономить на зимних шинах. У нас вся цифровая база была заранее подготовлена, что позволило освоить работу с ГИИС ДМДК без особых сложностей. Поэтому на выставку мы приехали полностью готовыми к деятельности в новых условиях.

На сегодняшний день у нас три торговые точки. Недавно я провела тестирование своего бизнеса, и выяснилось, что он находится на пике развития. В этот переломный момент мы в качестве дальнейшего пути сознательно выбрали масштабирование. Дело в том, что ко мне неоднократно обращались люди, влюбленные в ювелирные украшения, из Казахстана, Москвы, Екатеринбурга, Костромы с просьбой помочь открыть бизнес. И я с удовольствием это делаю, так как знаю, что люди погружены в тему, со своей клиентской базой, и у них все получится. Но меня на все салоны не хватит. Поэтому я предложила франшизу: это будут современные бутики премиум-класса с лучшим оборудованием, полным банковским пакетом, сформированной программой лояльности. Я шучу, что меня можно отправить на необитаемый остров — и там через две недели появится ювелирный бутик!

Ювелирный дом «Элита» расположен в городе-курорте федерального значения. Наши покупатели — люди, которые объехали весь мир, привыкли приобретать украшения в duty free, знают, что такое бренды. Это очень требовательная аудитория. Сейчас покупки таких клиентов стали более взвешенными: они «голосуют рублем», смотря при этом и на марку, и на цену, и на качество, и на подачу. Тем не менее женщины украшать себя не перестанут ни при каких обстоятельствах. Беседы с коллегами на выставке подтвердили мои наблюдения: в последние годы бриллиантовую группу покупают лучше, чем фианитовую. А российские ювелиры по-прежнему радуют и удивляют меня новинками, так что выбор у наших покупателей всегда есть!

Жанна Ванхадло, The78Lab

«JUNWEX Петербург» — наш первый опыт участия в выставках. Мы решили заявить о себе в ювелирном сообществе как о заводе нового формата, который служит хабом и производственной площадкой для многих современных брендов России. Эта ниша была свободна, мы ее заняли и планируем развиваться в выбранном направлении. Наш лозунг — Nothing is impossible. Мы всегда идем навстречу клиентам, гибко реагируем на их запросы, готовы выполнять заказы, за которые другие заводы не берутся. Работаем с золотом, серебром, платиной, драгоценными камнями, различными гальваническими покрытиями (родирование, золочение, холодные эмали, цветная нанокерамика и так далее). Наш завод — универсальный, мы оказываем весь спектр услуг: от дизайнерских разработок до итогового продукта в материале. В нашем арсенале самые современные технологии, новое оборудование, глубокое понимание рынка и профессиональный опыт.

На выставке мы презентовали новую коллекцию «Симфония цвета», которая стала одним из победителей конкурса «Признание Петербурга». Среди наших клиентов — не только современные российские ювелирные марки, но и дизайнеры одежды, которые хотят разрабатывать собственные линейки украшений, и молодые талантливые художники-ювелиры, и частные заказчики. Мы хотим внести в ювелирный мир свежую струю. Неслучайно даже наш стенд на выставке визуально отличался от остальных: люди подходили и говорили, что он выглядит очень необычно, ярко, красиво. Мы не ставим для себя никаких рамок и уверены, что за нами будущее, поскольку молодежным брендам необходимо производство, где они сумеют реализовать свои смелые идеи. Наше предприятие и является таким хабом!

Владислав Багирян, Bagiryan jewelry:

Накануне выставки я всегда стараюсь настроиться на скромный результат, чтобы хороший потом порадовал. Итогом февральской выставки я остался доволен, учитывая общую ситуацию с пандемией. Основные наши оптовики приехали, плюс прошли переговоры с новыми ритейлерами из Москвы. В моей практике были случаи, когда в течение выставки не состоялось ни одной продажи, а спустя месяц звонил оптовик, подходивший к стенду, и делал заказ.

Премиум-сегмент рынка сейчас чувствует себя лучше, чем ниша массовки. Но у нас нет резких взлетов, а главное — нет отката назад, мы движемся маленькими шагами постепенно вверх. Я не сторонник резких изменений, считаю, что всему свое время: все, что растет правильно, растет медленно. Важно суметь выполнить то, что обещал, и быть надежным партнером. У нас есть изделия на разный кошелек, но даже недорогие изделия — это эксклюзив.

Олеся Юрина, MForm:

Гагат — то, чем я занимаюсь, и то, что продвигаю уже почти три года. Это камень органического происхождения, окаменевшее дерево араукария, пролежавшее на илистом дне без доступа кислорода и под воздействием различных минеральных веществ. Этому материалу около двухсот миллионов лет. Использование его в ювелирных изделиях обусловлено его легкостью и одновременно возможностью хорошо держать форму. Украшения с гагатом ввела в моду в XIX столетии королева Англии Виктория. Их популярности способствовало и то, что одно из крупнейших месторождений гагата находилось именно в этой стране — возле города Уитби, графство Йоркшир. Для создания своих дизайнерских коллекций я получаю сырье из двух месторождений. Первое — в Грузии — было известно с советских времен. Там мастера давно работают с этим камнем. Второе мне удалось найти в Иркутской области. Я люблю гагат, считаю, что у него огромный потенциал в сфере ювелирного искусства и он достоин того, чтобы о нем знало как можно больше людей. На февральской выставке я увидела, что интерес покупателей к таким украшениям есть, и это мотивирует меня на дальнейшее продвижение и масштабирование бренда, создание самостоятельного производства изделий с гагатом.

Галина Аксенова, Aksioma:

Моему бренду уже четыре года, изначально основным каналом продаж авторских украшений была сеть Instagram. Я сотрудничала с ювелирными магазинами в разных странах мира, участвовала в небольших выставках, но мне казалось, что масштабные мероприятия JUNWEX пока не для меня. Однако в какой-то момент я подумала, что, если сейчас не выйду на «JUNWEX Петербург», придется ждать еще как минимум год. И решила: время пришло. Результатами участия я очень довольна. Появились новые клиенты — и оптовые, и розничные. Но самый главный сделанный мной вывод: мне нужно участвовать в JUNWEX Premium. Дело в том, что на рынке больше никто не работает в том формате, который предлагаю я, и эта услуга, названная мной «Украшения на Доверии», — особая. Идея родилась случайно. Как-то я рассказала одной девушке, блогеру-«многотысячнику», что иногда в процессе общения с человеком вижу, как рядом с ним проявляется образ «его» украшения. И предложила создать такое украшение для нее, предупредив, что до момента получения она не узнает, что именно это будет. Я не рисую эскизов, не рассказываю об используемых камнях и формах. Создаю изделие по своему видению, отправляю клиенту, который живет с ним сутки, и если понимает, что это именно его вещь, то оставляет ее и оплачивает. Если же нет, то возвращает. «Украшение на Доверии» находит все больший отклик у моей покупательской аудитории и переросло в особый проект. На сегодняшний день из пятидесяти семи заказов, разлетевшихся во все уголки света от Владивостока до Лос-Анджелеса, лишь одно украшение вернулось обратно.

Февральских цен уже не вернуть

Интервью с Кариной Богдан, руководителем компании Sun Stone

Выставка — главное место встречи поставщиков и ритейла. Появляются ли в последнее время новые оптовые покупатели?

У нас огромный прирост по игрокам, которые впервые вышли на рынок, произошел на майской выставке: появилось около тридцати новичков. Им очень нравился наш товар, они активно делали отборки, подчас мы их даже сами останавливали: возьмите меньше, мы лучше вам потом дошлем. Однако на осеннюю выставку значительная часть этих клиентов не вернулась. К сожалению, на российском рынке заказчики не привыкли грамотно формировать потребительскую корзину. У нас большой опыт работы на выставках в Европе, где на стендах — только красиво оформленные витрины с образцами, а компании работают по четко спланированному заказу. На нашем рынке, даже тщательно анализируя спрос, производитель получает завышенную складскую программу. Поэтому, выпуская новые изделия, он вынужден закладывать в маржинальность свои потери. Если бы мы работали четко под заказ, наша продукция однозначно была бы дешевле на пятнадцать — двадцать процентов. Все затраты предприятия, в том числе связанные с внедрением ГИИС ДМДК, в итоге ложатся на «цену за грамм». До выставки в течение трех недель мы не могли получить УИНы, поэтому предложили клиентам, готовым брать изделия без них, скидку тридцать процентов. Таких акций у нас не было никогда — это практически вся наша маржа. Но я предпочла

вернуть деньги, которые мы потратили на производство. Мы не заработали, но хотя бы не потеряли.

На что Вы обращаете внимание, создавая новые изделия?
Для меня важны детали — замки, оборотная сторона изделий, отсутствие зазоров на стыках металла и камня. Непосредственно как потребитель, рассматривая выставочные витрины компаний, сразу вижу, где украшения холеные, с вау-эффектом, а где — «и так сойдет». Наш начальник производства бывает очень недоволен, когда я прихожу на работу в новом наряде и говорю: подходящих украшений для платья дома не нашла, сейчас нарисую. Тут же делаю эскизы, объясняю, каким именно изделие должно быть — и уже через месяц-два у нас появляются новые украшения. Перед запуском в производство я обязательно ношу их, тестирую, проверяю, чтобы украшение не цепляло даже самые деликатные ткани — шелк, кашемир. Потребитель такое качество изделий видит и ценит. Оптовикам же, конечно, важнее цена, чтоб быстрее продать. И зачастую они делают выбор не в пользу «ахового», а в пользу дешевого ассортимента. Но по опыту нашей собственной розницы мы знаем, что более дешевые изделия покупают на подарки, а для себя любимой — качественные и красивые. Да, магазин, возможно, и не продаст сто таких изделий, но поскольку они недешевые, то его маржа не уменьшится. Я всегда призываю ритейлеров: делайте разные наценки на разные сегменты!

А как изменился спрос в ваших розничных торговых точках?
Начнем с того, что на данный момент у нас их четыре: по одному магазину в Калининграде, Польше и Санкт-Петербурге, плюс шоу-рум при петербургском офисе. Если раньше средний чек у нас был семь — девять тысяч рублей, то сейчас три — пять тысяч. Мы понимаем, что денег нет ни у розницы, ни у оптовиков. Тем не менее мы все время рассказываем людям, что янтарные украшения могут быть другими, не такими, к которым все привыкли. Я сама часто выхожу работать в торговый зал. Это помогает мне увидеть, чего не хватает в нашем ассортименте для того или иного типажа покупательниц. Лучшее вдохновение для меня — это клиенты! Например, мы долго выпускали жесткокаркасные браслеты: оптовикам они нравились, им было удобно, что изделия одного размера. Но я заметила, что, работая в зале, я не продаю ни одного такого браслета. Все клиентки спрашивают браслеты-цепочки. Мы ввели их в ассортимент, розница отреагировала на это очень хорошо. И уже тогда мы начали убеждать оптовиков, что такие браслеты у них точно будут востребованы.

SUN STONE
sunstoneamber.com

СТЕНД А-54

@sun_stone_silver
sale@sunstoneamber.com
8-800-500-89-90

Проблема, с которой сталкиваются практически все поставщики, общающиеся на выставках с товароведами: информация о товаре практически не доходит до непосредственного продавца. Как вы решаете этот вопрос?

Да, действительно, это очень распространенная ситуация. Кроме того, часто товароведу нравится одно, а продавцу другое, и по итогу продавать он будет в первую очередь то, что ему ближе. Сегодня «просто колечко» не продается. Нужно предлагать клиенту историю, эмоции. Мы регулярно готовим обучающие материалы — буклеты, книжки с ответами на наиболее часто задаваемые вопросы о янтаре с информацией по каждой нашей коллекции. Примечательно, что раньше мы эти материалы рассылали в электронном виде по магазинам наших партнеров, просили распечатать и ознакомить с ними продавцов. Это не работало вообще, мы видели, что продавец остается в неведении.

Сейчас, чтобы минимизировать склад и оптимизировать работу производства, мы запустили партнерскую программу по договору комиссии. Мы даем клиенту восемь планшетов с уже сформированной стандартной выкладкой, коррективы в которую внести нельзя. Ежемесячно клиент присылает нам отчет о продажах, а мы пополняем партию. То есть партнер получает наш ТОП 200 — проверенные модели с высокой оборачиваемостью, достойные планшеты, фирменную упаковку, раздаточные рекламно-информационные материалы, обучение продавцов. А платит, по сути, только вступительный взнос тридцать тысяч рублей. Кроме того, клиенты, участвующие в программе, будут приоритетно получать все наши новинки; эти магазины будут указаны на нашем сайте как партнерские.

Программа стартовала в конце 2021 года, процесс ее подготовки был весьма трудоемкий и затратный. В дальнейшем мы планируем ее расширять и предлагать магазинам разных форматов, а также ввести несколько этапов развития программы: «Старт», «Стандарт», «Элит» и «Элит плюс».

В каждой нашей коллекции минимум семь моделей, из них две-три обязательно пересекаются с украшениями из предыдущей линейки. Таким образом, они могут легко комплектоваться, максимально подходят друг другу, удачно сочетаются — это очень удобно в розничной торговле. Я не люблю строгие комплекты, предпочитаю миксовать — украшения, камни, металл. Благодаря этому подходу к формированию нашего ассортимента каждая клиентка может быть сама себе дизайнером. В партнерской программе мы предлагаем такую выкладку, которая позволяет продавцу максимально легко подобрать изделию пару, увеличив чек.

Как, на Ваш взгляд, изменится ценовая политика компаний в связи с внедрением ГИИС ДМДК?

Эта мера однозначно вызовет рост стоимости готовой продукции на пятнадцать — двадцать процентов. Перспективы непонятны, но один вывод можно сделать уверенно: глупо поступили те оптовики, кто не закупился на февральской выставке. Все поставщики предлагали значительные скидки, партнерские акции, бонусные программы. На следующей выставке такого уже не будет, а товар окажется гораздо дороже.

Русский РА 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

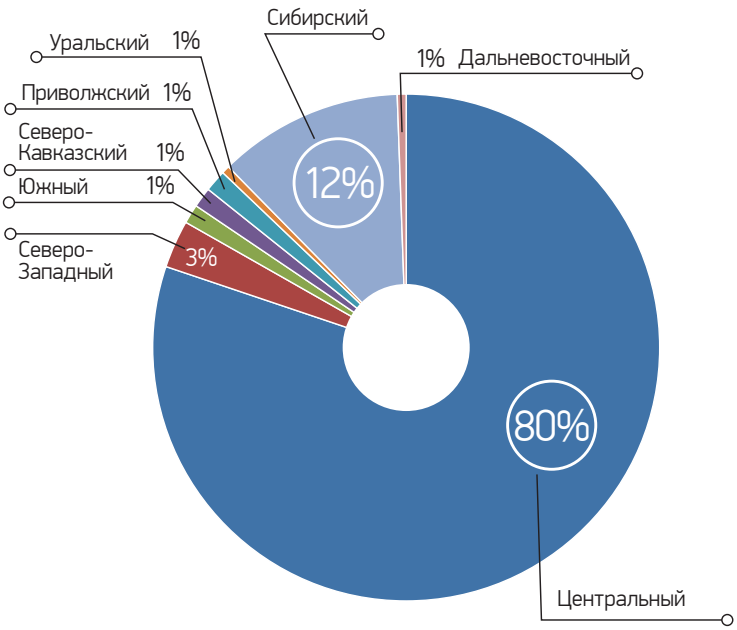
На правах рекламы

Обзор рынка: статистика

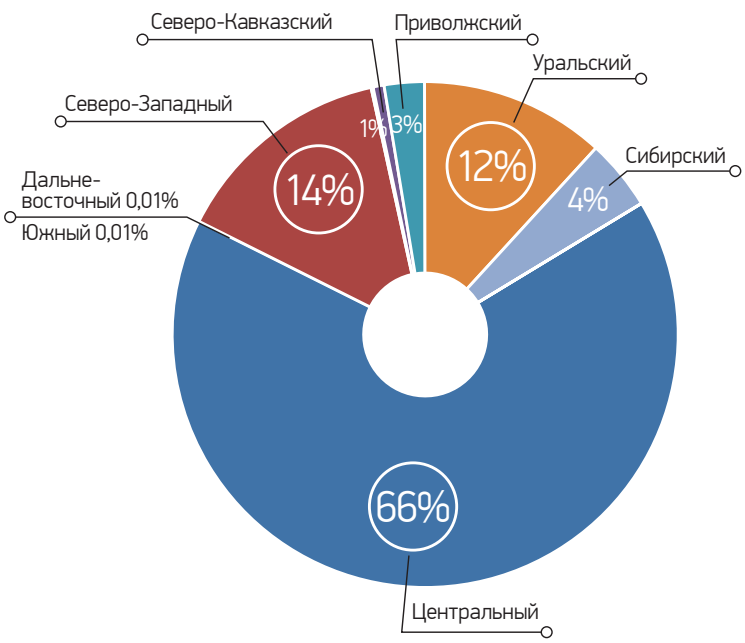
По данным Росстата, в 2021 г. производство ювелирных изделий в денежном выражении выросло по отношению к 2020 г. на 27%, а к 2019 г. на 22%. Однако следует учесть тот факт, что такой скачок обусловлен ослаблением рубля и ростом биржевой стоимости золота. В количественном эквиваленте рынок за последний год сократился на 16%.

По данным Пробирной палаты, темп прироста заклейменных ювелирных изделий в 2021 г. в сравнении с 2020 г. по количеству составил 4,86%, а по массе — 14,73%. Всего в государственные инспекции пробирного надзора в 2021 г. ювелиры предъявили 43 790 000 шт. общей массой 121 820 кг. Лидером по количественным показателям стало Верхне-Волжское МРУ ФПП, а по весовым — МРУ ФПП по Центральному ФО. Это вполне объяснимо, поскольку именно на территории

ПРОИЗВОДСТВО ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ ПО ОКРУГАМ В 2021 Г.



ПРОИЗВОДСТВО БИЖУТЕРИИ ПО ОКРУГАМ В 2021 Г.



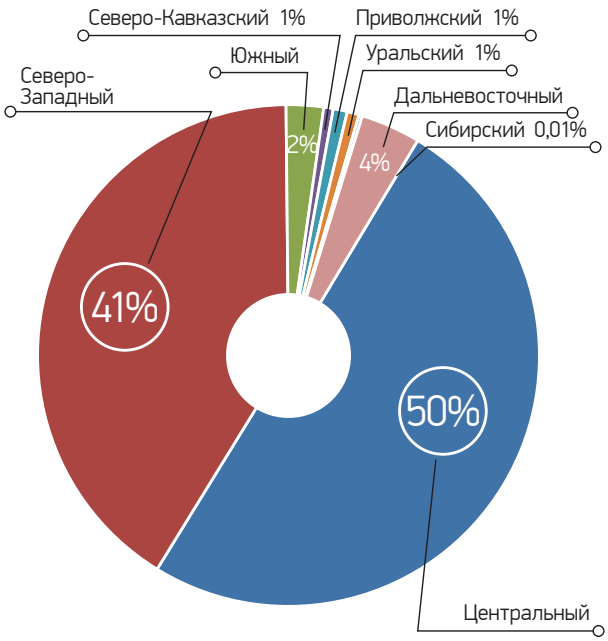
ЦФО, по актуальным данным Росстата, сосредоточилось 80% всего отечественного ювелирного производства.

Доли по остальным округам распределились следующим образом: Сибирский — 12%, Северо-Западный — 3%, в остальных — примерно по 1%. Интересно: в 2020 г. ЦФО занимал 50% отраслевого рынка, а СЗФО — 41%. За счет чего настолько сильно изменилось соотношение, остается только гадать или оставить на совести статистического ведомства.

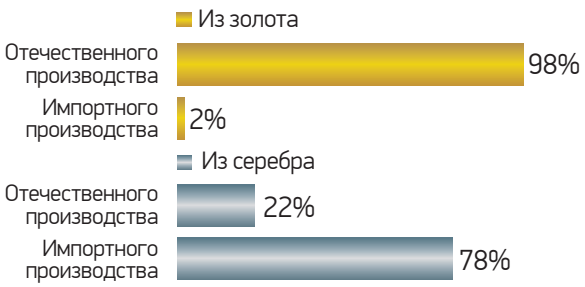
Наиболее слабо представлено ювелирное производство в Дальневосточном ФО.

Как и прежде, среди ювелирной продукции отечественного производства лидируют изделия из золота (63%). Импортные золотые украшения составляют лишь 1%. Серебряных изделий российского производства на клеймение в пробирные инспекции поступило 28%, зарубежной продукции из серебра — 8%.

ПРОИЗВОДСТВО ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ ПО ОКРУГАМ В 2020 Г.



ИЗДЕЛИЯ ИЗ ЗОЛОТА И СЕРЕБРА, ЗАКЛЕЙМЕННЫЕ В ФПП В 2021 Г.



В связи с тем, что опробование и клеймение государственным пробирным клеймом ювелирных изделий из серебра отечественного производства осуществляется на добровольной основе, в 2021 г. наблюдается значительное уменьшение их поступлений в ФПП: 3 510 000 шт. (за предыдущий год этот показатель составил 9 180 000 шт.).

В 2021 г. 77,7% общего объема заклейменных изделий из серебра были иностранного происхождения, для них эта процедура обязательна (в 2020 г. — 52,9%).

В 2021 г. на российском рынке появилось значительно больше изделий из платины — 20 751 шт. В предыдущем периоде этот показатель составлял 14 260 шт. (рост 146%).

Рост или?..

Оборот всей розничной торговли в РФ в 2021 г. составил 39,2 трлн руб. (на 7,3% выше, чем в 2020 г.), при этом доля продаж ювелирных изделий в общем объеме заняла 0,7%.

ОБЪЕМ РЫНКА — СТОИМОСТЬ, КОЛИЧЕСТВО, МАССА

В 2021 г. рынок ювелирных изделий оценивался в 365,9 млрд руб. По сравнению с предыдущим периодом продажи увеличились на 50%, но этот скачок обусловлен ростом стоимости украшений (он составил в среднем 20% относительно показателей 2020 г. и 45% по отношению к 2019 г.). Что касается количества покупок и массы приобретаемых изделий из золота, то эти показатели увеличились примерно на 20%. Это означает, что рынок растет, хотя и не так значительно, как это показывают финансовые объемы. Согласно опросу ритейлеров, средний чек за год увеличился примерно на 25%.

В нынешнем году особенно активный рост цен на ювелирные изделия был зафиксирован в первой половине марта. Примечательно, что статистика расходов по банковским картам клиентов, как сообщают аналитики МТС Банка, показывает: именно в этот период петербуржцы совершили на 90% больше транзакций на покупку ювелирных украшений, чем за первую половину февраля, а средний чек возрос на 95%. По словам генерального директора сети «585*ЗОЛОТОЙ» Алексея Феликсова, в первой половине марта выручка магазинов компании выросла в пять раз по сравнению с мартом 2021 г. Это может быть вызвано ажиотажным предпраздничным спросом, а также высокими темпами роста стоимости товаров.

РОЗНИЧНЫЕ ПРОДАЖИ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ ЗА ПЯТЬ ЛЕТ (2017–2021 ГГ.)

Год	Фактически продано, млрд руб.
2017	226,85
2018	232,59
2019	241,29
2020	241,42
2021	365,90

ГЕОГРАФИЯ ПРОДАЖ

Как всегда, в различных федеральных округах рост продаж происходил неодинаково. Традиционным лидером остается ЦФО — 159,27 млрд руб., его доля увеличилась за год на 11% и составила в 2021 г. 43% от общей структуры рынка. За ним с большим отрывом следуют Северо-Кавказский (11%) и Южный (10%) ФО.

В рейтинг по продажам ювелирных изделий за 2021 г. первая четверка субъектов перешла из прошлогоднего списка лидеров.

Ведущие позиции, как обычно, у Москвы. Ее доля составляет 28% общего рынка (106,31 млрд руб.). Жители Москвы и Московской обл. потратили на украшения почти 33 млрд руб. Там же зафиксирован и самый высокий чек — 9600 руб. В остальных субъектах этот показатель варьировался в достаточно узком диапазоне 5000–6500 руб.

На втором месте в рейтинге лидеров расположился Дагестан, совокупная выручка от продаж драгоценностей там превысила 9 млрд руб.

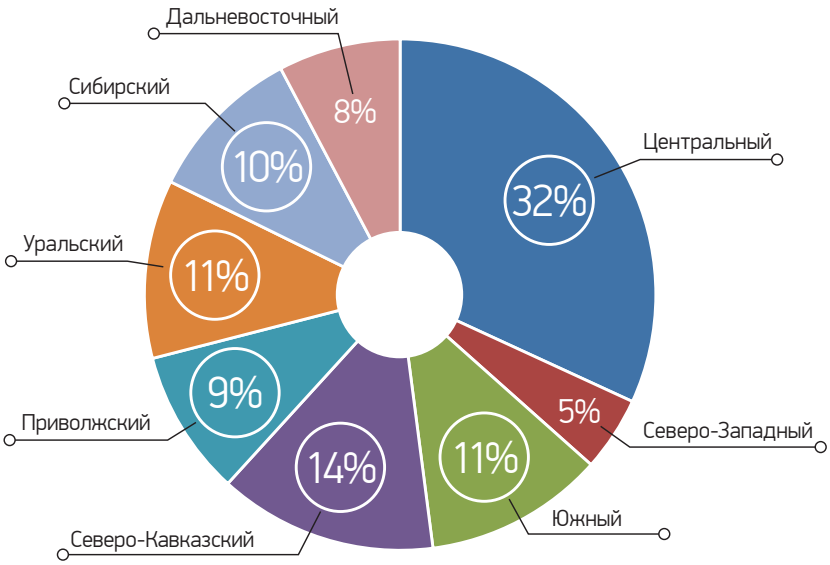
Пятое место Новосибирская обл. уступила Санкт-Петербургу. В новой десятке лидеров не удержалась Свердловская обл.

ОНЛАЙН-ПРОДАЖИ

При общем росте тренда на онлайн-продажи товаров ювелирный бизнес в этом направлении долгое время был не слишком активен. Ситуация изменилась в период пандемии: доля отраслевых продаж в Интернете выросла на 8–9% в 2019 г., еще на 13–14% — в 2020 г., а к 2021 г. увеличилась почти вдвое. По данным на 2021 г., в общем объеме ювелирного рынка онлайн-реализация в денежном выражении составила 17%. Структура ювелирного онлайн-ритейла выглядит следующим образом: маркетплейсы — 42%, сайты ювелирных компаний — 48%, социальные сети — 8%. Согласно оценкам экспертов, совокупный объем этого рынка по итогам нынешнего года достигнет 283 млрд руб.

Лидером онлайн-продаж ювелирной продукции в 2021 г. является Wildberries. Основатель этой платформы Татьяна Бакальчук подтвердила, что россияне на фоне высокого уровня инфляции стали покупать больше украшений и при этом экономить

ОБЪЕМЫ РОЗНИЧНЫХ ПРОДАЖ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ ПО ОКРУГАМ В 2020 Г.



на товарах повседневного спроса. Самый активный спрос наблюдается в Центральном, Северо-Западном, Уральском и Приволжском ФО.

Исходя из вышесказанного, можно делать осторожные выводы, что в целом российский ювелирный рынок демонстрирует тенденцию к восстановлению. Однако, что будет завтра, не знает никто...

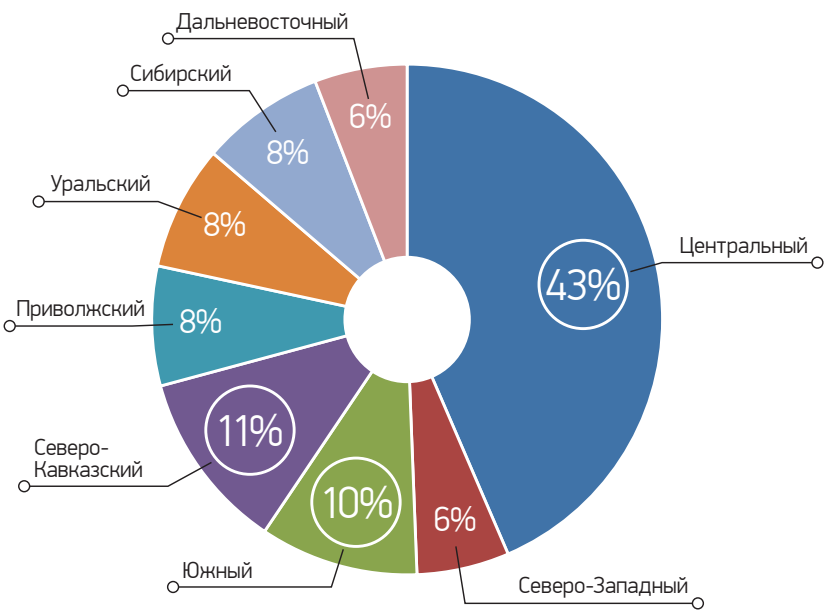
ЛИДЕРЫ 2020 Г.:

1. Москва
2. Республика Дагестан
3. Краснодарский край
4. Тюменская обл.
5. Новосибирская обл.
6. Свердловская обл.
7. Ханты-Мансийский АО
8. Московская обл.
9. Белгородская обл.
10. Республика Саха (Якутия)

ЛИДЕРЫ 2021 Г.:

1. Москва
2. Республика Дагестан
3. Краснодарский край
4. Тюменская обл.
5. Санкт-Петербург
6. Московская обл.
7. Новосибирская обл.
8. Республика Саха (Якутия)
9. Ханты-Мансийский АО
10. Белгородская обл.

ОБЪЕМЫ РОЗНИЧНЫХ ПРОДАЖ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ ПО ОКРУГАМ В 2021 Г.



Всероссийский конкурс Признание Петербурга

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;
Татьяна Мунтян искусствовед, ведущий научный сотрудник Музеев Московского Кремля;
Анна Ратникова независимый эксперт.

Всероссийский конкурс ювелиров «Признание Петербурга» в этом году отметил свое тридцатилетие. Праздник прошел в деловой и сдержанной обстановке, впрочем, как и все, что происходит сейчас в ювелирном мире. Для членов жюри, безусловно, были важны встреча с представителями ювелирных фирм и возможность убедиться, что творческий потенциал наших дизайнеров и мастеров продолжает оставаться на высоком уровне. Гран-при конкурса отправился в Якутск: победителем стала компания «Киэргэ», представившая образ «Небесная невеста», созданный в коллаборации с известным якутским модельером Августиной Филипповой. Жюри выбрало эту многогранную композицию, отдавая должное и восхитительной красоте образа, и вкладу в сохранение традиций народа Якутии. Поздравляем всех художников и мастеров, принимавших участие в работе над уникальным произведением!

Гран-при

Анна Ратникова

Впервые на конкурс был представлен полный наряд, включающий одежду и комплекс традиционных украшений. Он создан компанией «Киэргэ» в содружестве с известным якутским модельером Августиной Филипповой. Изумительный по красоте образ Небесной невесты в основе своей соотносится с персонажами древнего героического эпоса якутов «Олонхо» — фантастичными и мифологичными. Образ Небесной невесты — воплощение чарующей магической силы женской души. Эта героиня — нежная и тонкая, но в то же время сильная и смелая женщина-воительница, богатырша.

Представленный на конкурс свадебный наряд сшит из бархата глубокого синего оттенка и отделан роскошным мехом белого песца (цвета неба и облаков). Это стилизация старинного наряда со шлемовидным головным убором, лицевым свадебным покрывалом, накосниками, нагрудным украшением, парными браслетами, поясом с набедренными и поясничным украшениями (они выполнены из серебра и дополнены многочисленными шумящими подвесками из бисера). Все украшения искусно сделаны вручную. Наряд «Небесная невеста», продемонстрированный в финале конкурса изящной манекенщицей, произвел завораживающее впечатление на зрителей и заслужил бурные аплодисменты. Большое уважение вызывают якутские мастера и художники, бережно хранящие свое традиционное наследие и умеющие придавать ему современные формы и смыслы.

Наряд
«Небесная
Невеста»
«Киэргэ»
(Якутск)

Лучшее украшение или коллекция сезона

Наталия Коровина

Пьедестал победителей в этой номинации разделили четыре компании.

1 МЕСТО

Коллекция
Magic Garden
Daiko Jewellery
(Кострома)

В коллекции Magic Garden фирмы Daiko Jewellery хочется особо подчеркнуть высокое мастерство эмальеров, их виртуозное владение рисунком, цветом, чувством композиции. С каким изяществом, тонкостью и проникновением изображены миниатюрные птицы в серьгах Birds, не меньшим изяществом линий отличается цветочная композиция серег Blue flowers, а темный фон эмали в серьгах и кольце Garden помогает подчеркнуть плотную цветовую насыщенность, распространяющуюся на всю поверхность изделий. Законченность композициям серег Blue flowers и Birds придают каплевидные подвески из сапфиров и жемчуга. В украшениях этой коллекции нашло отражение трепетное и нежное отношение художников-ювелиров к образам живой природы и их интерпретации в драгоценных изделиях.

1 МЕСТО

Коллекции «Балет» и «Петербургъ»
Ювелирный дом Kabarovsky (Кострома)

Неоднократный обладатель высоких наград конкурсов Программы «Ювелирная Россия» ЮД Kabarovsky вновь получил первое место за две коллекции «Балет» и «Петербургъ». В дизайне украшений «Балет» использованы приемы совмещения ажурных форм и значительных поверхностей сатинированного желтого золота. В этом композиционном решении в условной манере эффектно передан момент вихревого движения, своеобразная трансляция энергии фуэте, исполняемого балериной. Немалое значение в игре цвета и форм в этих изделиях приобретают белые бриллианты.

В коллекции «Петербургъ», самим названием отсылающей к образам столицы империи, с помощью искусно встроенных в композицию хорошо узнаваемых архитектурных деталей зданий и мостов удалось выразить неповторимую ауру города на Неве. Атмосфера прошлых эпох подчеркивается и использованием в украшениях круглых белых жемчужин, столь характерных для драгоценностей того времени, неизменно дополняющих дамские наряды в великосветских салонах Петербурга. При этом в художественном решении коллекции «Петербургъ» нет ощущения антикварности, дизайн украшений хорошо вписывается в контекст современной ювелирной моды.

Великолепный драгоценный гарнитур Shanghai, представленный на конкурс брендом «Бронницкий ювелирный завод», по праву можно отнести к произведениям высокого ювелирного искусства, выраженным в эстетике современных форм и ритмов, вдохновленным архитектурой мегаполиса. Дизайн кольца и серег этого сета навеян многомерностью структуры архитектурных сооружений Шанхая, в частности уникального здания, построенного по проекту, разработанному знаменитым бюро Захи Хадид. В украшениях, выполненных с высочайшим ювелирным мастерством, удалось создать иллюзию глубины пространства объекта и подчеркнуть монументальность образа. Бриллианты, закрепленные по всей поверхности четко выстроенной композиции изделий из белого золота, прекрасно дополняют красоту приподнятых на высоту роскошных турмалинов ступенчатой огранки.

1 МЕСТО

Гарнитур Shanghai
«Бронницкий ювелирный завод»
(Бронницы)

Лучшее украшение или коллекция сезона

Наталия Коровина

В кольце «Танец ритмов» и гарнитуре «Иллюзия», представленных на конкурс фирмой Bagiryan Jewelry, благородство белого золота 750°, блеск бриллиантов и природная красота цветных камней нашли достойное воплощение в дизайне современных форм. В кольце найдено интересное пространственное чередование бриллиантов, заключенных в глухой каст и размещенных по округлой форме украшения, а овальной формы граненая шпинель как бы завершает этот танец ритмов. Декоративную выразительность гарнитуру придает цветовая изысканность подбора драгоценных камней в лаконичном дизайне кольца и серег, исполненных на высоком уровне ювелирного мастерства. Тонкость колористического решения этих украшений особенно заметна в моменте соприкосновения розовых граненых турмалинов — центральных камней драгоценных изделий — с чуть более темной окраски родолитами огранки «багет» в окружении белых бриллиантов.

1 МЕСТО

Кольцо «Танец ритмов»
Гарнитур «Иллюзия»
Bagiryan Jewelry
(Санкт-Петербург)

the78lab

— ЮВЕЛИРНАЯ КОМПАНИЯ НОВОГО ВРЕМЕНИ

Мы разрабатываем и создаем произведения ювелирного и цифрового искусства. Компании принадлежит ювелирный завод полного цикла. Мы используем инновационные технологии, обучаем начинающих мастеров, коллаборируемся с представителями в Метавселенной. Мы осуществляем креативную анимацию для вашего бизнеса и предлагаем весь перечень инновационных услуг, существующих на данный момент на цифровом и ювелирном рынке.

8 800 444-11-70
9 911 240-38-89

196006, г. Санкт-Петербург
ул. Коли Томчака, д. 206 лит. Д, оф. 2

info@the78lab.com
the78lab.com

The78Lab

На правах рекламы

Мужские украшения и аксессуары

Наталия Коровина

Первое место в этой номинации отдано золотым наручным часам «Президент» часового производства «Русское время». Не вдаваясь в детализацию устройства часового механизма, поскольку жюри оценивает дизайн часов, надо признать, что этот экземпляр самого популярного мужского аксессуара обладает всеми качествами дорогой, престижной, статусной вещи. Корпус часов выполнен из золота, украшен тонкой лентой бриллиантов; более крупные бриллианты размещены на ушках, соединяющих корпус с кожаным ремешком. Циферблат выполнен из эффектного светлого перламутра, на фоне которого четко, как своеобразный орнамент, читаются римские цифры. Как завершающий акцент, подтверждающий высокий статус часов «Президент», в верхней части циферблата — герб России в виде золотой с эмалью накладки, Такие часы, несомненно, не останутся незамеченными на руке их обладателя.

1 МЕСТО
Наручные часы «Президент» «Русское время» (Москва)

3 МЕСТО
Подвес «Наблюдатель» Gem Silver (Москва)

Третье место — массивный подвес с оригинальным названием «Наблюдатель», созданный компанией Gem Silver. В качестве наблюдателя здесь предстает серебряная сова, восседающая на уникальном, редкой красоты экземпляре друзы турмалина. С высоты своего положения птица внимательно следит за происходящим и одновременно выполняет роль хранителя прекрасного камня.

2 МЕСТО
Цепь «Викинг» «ФИТ» (Санкт-Петербург)

В объемной, массивной серебряной цепи «Викинг» (вес — 1350 г), искусно выполненной вручную мастерами компании «ФИТ», в качестве основного декоративного элемента использован значимый для скандинавских стран символ — изображение дракона. Как часть декора он часто употреблялся в архитектурных сооружениях, на мебели, в коврах и в неменьшей степени в изделиях ювелирного искусства. Экспрессивные, скульптурной лепки головы дракона, удерживающие соединительные кольца, эффектно завершают каждый из трех сегментов цепи-колье. Это выразительное мужское украшение отмечено вторым местом в номинации.

1 МЕСТО

Кольцо «Розетта»
с турмалином Параиба
Ювелирный дом Chamovskikh
(Екатеринбург)

Первое место в этой номинации заняло кольцо «Розетта» с турмалином Параиба, бриллиантами, сапфирами и аквамаринами. Изумительна работа бренда Chamovskikh JH: украшение одновременно строгое и шикарное, наполненное цветовыми нюансами оттенков неба и воды.

Кольцо

Галина Ковалева

Пьедестал первого места с екатеринбургскими мастерами разделил ярославский Центр «Русские ремесла», представивший кольцо «Автопортрет» из серии «Идентификация» и коллекцию колец «В черную глубь окунаюсь с надеждой». Идея «Автопортрета» с графическим изображением QR-кода на серебряной поверхности — отражение времени, в котором мы сейчас живем.
В произведении все составляет гармоничный ансамбль: прекрасно подобранный материал шинки (африканское черное дерево — гренадил), волнистая поверхность серебра и темно-красные блики драгоценных вставок рубина.

1 МЕСТО

Кольцо «Автопортрет»
из серии «Идентификация»
Коллекция колец «В черную глубь
окунаюсь с надеждой»
«Русские ремесла» (Ярославль)

Архитектурные формы и ритмические композиции коллекции колец погружают нас в таинственную рубиновую глубину, призывая ничего не бояться и побеждать. Эти уникальные произведения, выполненные из гренадила, золота, бриллиантов и рубинов, ценны благодаря не только мастерству исполнения и материалам, но и авторскому философскому замыслу.

2 МЕСТО

Кольцо-подвес
«Сердце Якутии»
«Уруу» (Якутск)

Второе место жюри отдало украшению-трансформеру «Сердце Якутии» компании «Уруу». Драгоценное изделие с символом любви — бриллиантовым сердцем легко превращается из кулона в кольцо, но в любом случае главную роль в нем играет великолепный ограненный алмаз.

1 МЕСТО

Кольца «Трио», «Солнце» и «Лотос» Sarkissian (Москва)

Эксклюзивные изделия с драгоценными камнями

Ольга Костюк

Есть в истории ювелирного искусства яркие и выразительные художественные изделия, выполненные из металла, стекла, пластика или иных материалов. Но драгоценные камни, специально отобранные, обработанные согласно творческой задаче и заключенные в ювелирные оправы, придают украшениям особый статус. Приходится констатировать, что, несмотря на отдельную номинацию «Кольцо», предложений и идей в разработке этого едва ли не самого распространенного вида драгоценностей было представлено на конкурс так много, что лучшие кольца были отмечены и в смежных разделах. Так, первое место в номинации «Эксклюзивные изделия с драгоценными камнями» было отдано группе колец «Трио», «Солнце» и «Лотос», разработанных ювелирами предприятия Sarkissian — многократного призера конкурсов Программы «Ювелирная Россия». Сколько творческой выдумки и образности в каждом из этих изделий! Кольцо «Трио» образовано тремя подграненными изумрудами глубокого зеленого тона, подобранными по размеру. Камни заключены в оправу из белого золота с бриллиантами, подчеркивающими глубину и таинственность главного минерала. Кольцо «Лотос», как восточная сказка, противоречиво и ярко, построено на сочетании желтого и белого цветов. Два цвета в металле — белое и желтое золото, в камнях — белые и желтые бриллианты, два разнонаправленных движения форм — все это создает оригинальный визуальный эффект. Кольцо «Солнце» представляет редкий симбиоз всех достоинств ювелирного изделия: белые и желтые бриллианты в гармонии с оправой желтого золота завершаются акцентом из яркого желтого бриллианта необычной формы.

2 МЕСТО

Кольца «Арктика» и «Антарктика» Diamond JF (Екатеринбург)

Второе место за два кольца «Арктика» и «Антарктика» присуждено Diamond JF. Соответственно названиям смысловым центром каждого изделия является образ, символизирующий тот или другой материк: белый медведь в первом случае и пингвины во втором. Аквамарины в этих украшениях дополнены орнаментальным декором белого золота. Для каждого кольца разработана интересная оправа, лаконичная и выразительная, как природная красота Северного и Южного полюсов Земли.

1 МЕСТО

Кольцо «Жаклин»
и гарнитуры «Параиба Dream»,
«Солнечное настроение»
«Питерский Джем»
(Санкт-Петербург)

Первое место получили также несколько работ, представленных компанией «Питерский джем». Санкт-Петербургские мастера давно известны как ценители камня и эксперты в сфере геммологии, в течение многих лет показывающие интереснейшие и элегантные ожерелья, подобранные с большим вкусом. В нынешнем конкурсе жюри отметило кольцо «Жаклин» как пример гармоничного сочетания яркого минерала и оригинальной художественной оправы. Бразильский кунцит словно парит над бриллиантовой основой. Гарнитур «Параиба Dream» — эффектный и изысканный. Разный, но выверенный ритм в формах и размерах серег и камней (а это турмалин из Афганистана, гранат из Мали, аквамарин из Мозамбика, дополненные бриллиантами) производит замечательный эффект. Гарнитур «Солнечное настроение» более лаконичен. Ортоклаз с гематитом, минералы родом из Танзании необычного розоватого тона удивительно гармонируют с декором из золота и белых бриллиантов. Все эти самоцветы, их художественные комбинации и пластичность решений выдают работы истинных знатоков драгоценных камней.

Классика XX столетия

Ольга Костюк

Эта интересная номинация дает нам возможность представить изделия, выполненные в традициях, ставших эталоном искусства прошлого столетия и одновременно созвучных современным художественным запросам. Кроме того, она как бы возвращает нас в мир уже устоявшихся художественных предпочтений, столь полюбившихся и мастерам и покупателям.

1 МЕСТО

Кольца «Сила Сибири», «Виртус Мартис», «Око агамы», «Флоренция», «Вечер на Ганге» «Нижегородский джем» — бренд «Антал» (Нижний Новгород)

Еще одно первое место было отдано бренду «Антал», ювелиры которого давно и успешно работают на отечественном ювелирном рынке, представляя множество интереснейших творческих решений. В этот раз компания представила на конкурс кольца «Сила Сибири», «Виртус Мартис» (в переводе с латыни — «Мужество Марса»), «Око агамы», «Флоренция», «Вечер на Ганге», каждое из которых заслуживает отдельного рассказа, поскольку имеет собственный подтекст. «Виртус Мартис» и «Флоренция» построены в классических традициях, где камень — рубин или сапфир — обрамлен воздушной оправой из бриллиантов. Кольцо «Сила Сибири», как и следует из названия, выразительно и мощно. «Око агамы» — с турмалином и бриллиантами — привлекает внимание удивительно интересно решенной золотой оправой. «Вечер на Ганге» благодаря сочетанию зеленого турмалина, тсаворитов и бриллиантов отсылает нас к изысканным цветам юга. Камень и оправа, художественный подход, дизайнерское и техническое решение отличают каждую работу и выявляют особенности творческого почерка бренда.

Первое место получило предприятие Platika, создавшее выразительные и необычные изделия. Гарнитур «Сердце Танзании», наполненный сиянием и блеском, адресует нас к самобытному и яркому минералу танзаниту, являющемуся главным художественным акцентом каждого элемента этого ювелирного комплекта. Насыщенные глубокого тона камни изысканно дополнены оправами из платины и мелких бриллиантов. Кольцо «Капля меда», нарядное и элегантное, производит чрезвычайно яркое впечатление. Эффектный овальный турмалин необычного желтого цвета изящно оправлен в золото с белыми и желтыми бриллиантами, подчеркивающими основную форму.

1 МЕСТО

Гарнитур «Сердце Танзании»
Кольцо «Капля меда»
Platika (Кострома)

2 МЕСТО

Подвеска
«Послание из прошлого»
«Самоцветы Казахстана»
(Алматы)

Второе место в номинации отдано подвеске «Послание из прошлого» компании «Самоцветы Казахстана» (ИП Данилкин Б. Н.). Произведение словно погружает нас в мир самоцветов, заставляя еще раз насладиться многообразием и глубиной переливов пейзажного халцедона. Ювелирное обрамление из серебра дополнено вставками из лазурита, сердолика и хризопраза согласно художественной задумке автора.

Современный историзм

Татьяна Мунтян

Как историку ювелирного искусства мне хочется верить, что произведения участников и особенно призеров ювелирного конкурса «Признание Петербурга» войдут в историю отечественного ювелирного дела, которая, можно сказать, творится на наших глазах.

1 МЕСТО

Колье
«Елизавета»
«Кастинг Хауз»
(Москва)

Колье «Елизавета» компании «Кастинг-Хауз», получившее первое место в номинации, выполнено в лучших традициях русских украшений Haute Joaillerie. Украшение отличают прихотливость выразительно изогнутых линий, подчеркнутая репрезентативность и тщательный подбор великолепных материалов: двух крупных сапфиров и множества сверкающих бриллиантов.

Бренд Natasha Libelle — обладатель второго места — обратился и к традиционным техникам, и к национальной теме. В гарнитуре «Кружевные сказы» легкое белое драгоценное кружево составляет с малахитом, считающимся символом богатства российских недр, гармоничный, выразительный аккорд.

2 МЕСТО

Гарнитур
«Кружевные сказы»
Natasha Libelle
(Екатеринбург)

3 МЕСТО

Гарнитур
«Чертополох»
«Яспис»
(Санкт-Петербург)

Новые серебряные украшения, созданные компанией «Яспис», посвящены флоральной теме, которая постоянно интерпретировалась ювелирами разных исторических эпох и регионов. В данном случае изделия имеют вид чертополоха — ранящих, с острыми иглами цветков особенной неподражаемой красоты — символа страстей и духовной стойкости. Украшения объемны, воздушны, полихромны и весьма эффектны.

На правах рекламы

Ювелирная и камнерезная пластика

Татьяна Мунтян

В номинации «Ювелирная и камнерезная пластика» призерами стали признанные мэтры этого сложного направления декоративно-прикладного искусства, что вполне закономерно. В нынешнем конкурсе победителями объявлены три компании, разделившие первое место, так как жюри сложно было выделить лучшего.

1 МЕСТО

Резьба «Носорог»
Sun Stone
(Янтарный)

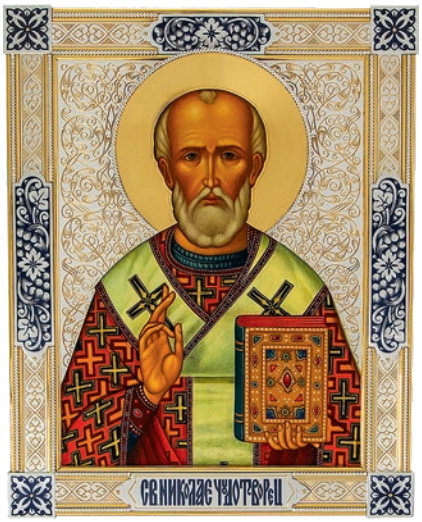
Компания Sun Stone регулярно демонстрирует умение не только найти уникальный самородок солнечного камня, но и разглядеть в нем контуры будущего произведения. Представленная предприятием резная скульптура «Носорог» выполнена из плотного белого янтаря идеального однородного цвета с пейзажными переливами. Вес камня был 1600 кг (таких самородков встречается не более десяти в год), после обработки он стал весить 350 г, превратившись в великолепную, мастерски исполненную фигуру носорога с матовой кожей и блестящим бивнем.

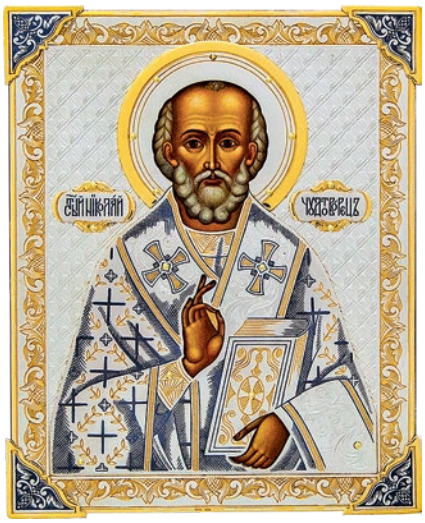
ИП Герасимов тоже верен однажды избранному народному, сказочному направлению своего творчества. Горчичница «Бабушкины сказки» выполнена в различных рукотворных техниках литья, чеканки, гравировки. Драгоценная вещица полна искреннего веселого настроения и юмора. Образы чрезвычайно выразительны. Баба-яга, которая сидит у котла над костром, — не косматая седая старуха, она вполне хороша собой, одета в модный сарафан и варит, видимо, волшебное приворотное зелье. Ее спутник — не черная зловеще каркающая ворона, а ластящийся к ногам кот. Драгоценный предмет помимо оригинальности замысла отличается богатством фактур и тщательностью отделки каждой детали.

1 МЕСТО
Горчичница
«Бабушкины сказки»
Игорь Герасимов
(Волгореченск)

Не в первый раз изобретательностью и в то же время верностью традициям удивляет компания «Альтмастер». В этот раз она представила на конкурс драгоценный набор для чая — подстаканник и заварочник «Родные окна». Российские мастера серебряного дела издавна относились к подобным предметам посуды с большим вниманием и делали их как «во вкусе разных веков», так и в «оригинальном русском стиле», нередко включая в декор образы народной жизни и крестьянского быта, элементы деревянной архитектуры. Художники-ювелиры костромского предприятия сплели из резных наличников — главного украшения русской избы — драгоценное ожерелье. При этом в каждое окошко помещены милые персонажи и узнаваемые детали: девица-красавица, кот-мурлыка, горшочек с цветами. Это привнесло в композицию предметов лиризм, легкость и особенное русское чувство.

1 МЕСТО
Набор для чая
«Родные окна»
«Альтмастер»
(Кострома)





Предметы религиозного культа

Татьяна Мунтян

1 МЕСТО

Коллекция икон «Торжество православия» «Северная чернь» (Великий Устюг)

Для компании «Северная чернь» религиозный жанр является лишь одним из направлений ее многогранной деятельности по выпуску изделий «с чернетью». Этой техникой российские мастера виртуозно владеют еще со Средневековья. Коллекция икон «Торжество православия», получившая первое место, была создана совместно с производственным кооперативом «Объединение художников Палеха». Святые образы написаны на липовых досках, а драгоценные ризы украшены наведенными искусной рукой черневыми узорами с необходимыми акцентами на полях и наугольниках. Иконы в серебряных окладах представляют собой показательные, чрезвычайно удачные образцы так называемых предметов «домашней святости». По желанию клиентов мастера двух предприятий могут исполнить любой образ — будь то тезоименный святой заказчика, его Ангел-хранитель, образы Спасителя, Богоматери или композиции «Праздники».

2 МЕСТО

Коллекция колец
«Смирение»
«Иордань»
(Красное-на-Волге)

Для творчества компании «Иордань» религиозный жанр, наоборот, является основополагающим. Поскольку фирма предана этому направлению долгие годы, ей удалось добиться больших успехов, о чем свидетельствует второе место, полученное за коллекцию колец «Смирение». Они подвижные, разноуровневые, с тонко наведенными миниатюрными текстами молитв, вязь которых столь изысканна, что одновременно является орнаментальным мотивом.

Модные тенденции

Анна Ратникова

Первое место в номинации получила компания «Белый бриллиант», представившая на конкурс два эксклюзивных кольца. «Одетта» — ювелирная фантазия на балетную тему. Благородное композиционное изящество, искусный рисунок неравномерного контура кольца, напоминающий балетную пачку, сочетание белого золота, холодного блеска бриллиантов с драматическим цветом шпинели тонко передают эмоциональное настроение, которое вызывает образ героини знаменитого балета. В кольце «Манхэттен» ступенчатая огранка великолепного изумруда во многом определила ритмическое построение элементов всей композиции, сдержанное и одновременно выразительное. Компоновка бриллиантов и идеальная закрепка изумруда свидетельствуют о высочайшем мастерстве и безукоризненном вкусе создателей украшения. Образ Манхэттена с Центральным парком в окружении небоскребов, его красота и мощь высокохудожественно и точно переданы авторами.

1 МЕСТО

Кольца «Одетта» и «Манхэттен» «Белый бриллиант» (Кострома)

Довольно часто в конкурсных работах принципиально важным является их название как ключ к расшифровке замысла автора. Так и название представленного компанией «Ауджа» гарнитура «Метаморфозы» (в переводе с древнегреческого — «преобразование, переход от одной формы в другую») открывает смысл дизайна кольца и серег. Стильный минималистичный гарнитур демонстрирует изменение форм через пластику как будто слегка деформированного центрального элемента из белого золота с нарочито «потертой» поверхностью и «трещиной», засыпанной мелкими бриллиантами. Он размещен на широкой шинке слегка асимметрично и контрастирует с желтым золотом, из которого она выполнена. Модный гарнитур, заслуживший второе место, как будто манифестирует красивую «неправильность».

2 МЕСТО

Гарнитур «Метаморфозы» «Ауджа» (Москва)

Обладателем второго места в номинации «Модные тенденции» стали и произведения компании Platika. Определяющим материалом в коллекции «Пространство» авторами трех сетов выбран прозрачный корунд — лейкосапфир, в гармонии с которым пребывают геометрические формы и минималистичный дизайн украшений. Камень ненавязчиво дополняют черные и белые бриллианты. Оригинальные кольца и серьги этой коллекции адресованы молодым и не только.

2 МЕСТО

Коллекции
«Пространство» и «Сафари»
Platika (Кострома)

Все так же актуальны для современной моды анималистические мотивы, деликатно воплотившиеся в коллекции «Сафари». Выразительная декоративность украшений достигается удачной художественной стилизацией орнамента, отражающего образы африканских животных и созданного благородным сочетанием белых, коньячных и черных бриллиантов в белом и желтом золоте. Жюри отметило безукоризненное и искусное исполнение сетов.

Имена Натальи и Татьяны Тарасовых («Невский-СПб») хорошо известны в ювелирном мире: кроме производства они работают и в направлении авторских произведений. Используя свой уникальный материал — переработанную бумагу, дающую бесконечное множество вариантов, они создали неповторимый стиль украшений с характерной сложной выразительной скульптурной пластикой, необычными объемами и разнообразной цветовой палитрой. Это все мы вновь наблюдаем в проекте «Идея серьги. Взмах» — темно-фиолетовых с красно-зелеными прожилками объектах, которые заняли первое место в номинации «Ювелирный эксперимент».

Ювелирный эксперимент

Анна Ратникова

1 МЕСТО

«Идея серьги. Взмах»
Коллекция «Узоры»
«Невский-СПб»
(Санкт-Петербург)

В производственном сегменте работ компании жюри выделило три сета из коллекции «Узоры», выполненные из серебра со вставками агата, черного резного перламутра и горного хрусталя ручной фирменной огранки. Рельефные и ажурные узоры украшают кольца, в дизайне которых есть оригинальные находки: в одном кольце — смещенный центр композиции, в другом — подвижная вставка в виде хрустального шара.

Эксперимент — всегда новый шаг на пути профессионализма, и молодая креативная фирма The78Lab сделала его, создав оригинальную яркую модную коллекцию «Симфония цвета» и завоевав второе место в номинации. Используя композитные материалы и нанокерамику, мастера получили возможность включить в дизайн колец, серег и подвесок очень активную цветовую гамму и достичь мощного декоративного эффекта, близкого эстетике цирка. Это то, чего нам не хватает в наше сложное время эмоциональной усталости для поднятия настроения — яркие цвета, оптические эффекты в орнаментах украшений и провокационные формы, как в подвесках в виде бритвенных лезвий. Надеемся, что столь жизнеутверждающий эксперимент получит свое продолжение.

2 МЕСТО

Коллекция «Симфония цвета» The78Lab (Санкт-Петербург)

2 МЕСТО

Коллекция обручальных колец «Грант» (Санкт-Петербург)

Известно, что в производстве массовых изделий путь к успеху лежит через модные тенденции, новые промышленные технологии и демократичные цены. В этом уже много лет преуспевает ЮЗ «Грант», представивший на конкурс коллекцию обручальных колец. В таком востребованном виде украшений очень сложно создать что-то новое, необычное. Однако творческий коллектив фирмы разработал одиннадцать вариантов дизайна обручальных колец, используя оригинальное технологическое решение, сделав украшения из белого и желтого золота пустотелыми, тем самым более доступными покупателям. Некоторые из моделей украшены вставками бриллиантов. Традиционные по форме, кольца выглядят очень современно и элегантно, а высокое качество исполнения делает их драгоценностями на все времена. Поэтому жюри отметило коллекцию, также поставив ее на второе место пьедестала победителей в номинации «Ювелирный эксперимент».

Тренд на доверие

Реально ли увидеть и спрогнозировать тренды? Конечно, ведь они не приходят из ниоткуда. Тренды — это ответ на назревшие ситуации в обществе, когда и экономика, и потребители уже не могут иначе. То есть меняются не только или не столько внешние обстоятельства, сколько отношение к ним человека, его внутреннее состояние. И это отношение перерастает в потребности.

Если понять вектор влияния среды и направления в изменениях внутреннего психологического состояния целевой аудитории, то можно говорить о конкретных потребностях, которые придут на смену изжившим себя. А для того чтобы понять, надо знать механизмы трансформации мировоззрения потребителя.

В этой статье мы рассмотрим лишь один из факторов, принципиально важных для мировоззрения каждого человека, — доверие.

> «Обман каждого каждым полностью уничтожает кооперацию, торговлю и производство.

Уровень доверия в экономике (как и в политике), с одной стороны, формируется происходящими событиями; с другой — информацией СМИ (от федеральных источников до социальных сетей и месседжеров). Кроме того, уровень доверия у граждан может быть различным в силу разницы в их воспитании, социальной жизни, эмоциональном развитии. В целом же экономическая деятельность может осуществляться только при наличии договоренностей и их соблюдении. Обман каждого каждым полностью уничтожает кооперацию, торговлю и производство. Это не значит, что в экономической сфере нет обмана, но без доверия невозможны не только фьючерсные сделки с большим сроком реализации проектов, но и элементарные покупки в магазинах, особенно интернет-магазинах, а также выполнение заказов по договорам, прием сотрудников на работу и т. д. Доверие можно рассматривать как иррациональную, ничем не обусловленную уверенность в результате. А еще это выбор (товара, партнера в бизнесе) и рациональность (то есть отсутствие дополнительных затрат на сбор информации, сопровождение сделки/груза, страхование и т. д.).

Понятие «доверие» напрямую связано со словом «риск» — как в простейших экономических, так и в международных процессах, особенно в условиях глобализации. Самым абстрактным проявлением доверия на рынке, наверное, можно назвать бумажные деньги как эквивалент неким товарам и услугам. Безличное доверие деньгам является существенным условием функционирования общества и экономики.

Наконец, доверие само является товаром, как бренд, торговая марка (репутация компании, страны — как гарантия прибыли, результата, успешного сотрудничества и т. д.). Оно создается рынком и стимулирует его развитие, повышает его активность Тем более важно изучение этого вопроса с точки зрения психологии.

Что мы имеем сейчас? Два года психической депривации населения всего мира (депривация личности — это невозможность удовлетворения ее потребностей: информационной, когнитивной, эмоциональной, социальной). Два года нестабильности в международной политике, экономике, страх банкротства, бедности, потери средств, бизнеса и инвестиций. Восемь лет санкций и угрозы военных действий.

Как изменяется доверие в таких условиях? Парадоксально, но оно и падает (к партнерам, банкам, государству, сотрудникам и коллегам, самому себе), и растет (есть потребность опереться на кого-нибудь, «схватиться за соломинку»). Меняются правила игры. Ты не знаешь, будет ли работать партнер, будет ли сырье, будут ли у клиента деньги на приобретение твоего товара, будет ли действовать банковская система и т. д.

Дополнительным фактором стала мощнейшая за последние 70 лет информационная кампания, сопровождающая пандемию коронавируса.

Страх заболеть, заразиться, заразить противоречит потребности общаться. В силу этого страха и ограничительных мер, вводимых властями, в первую очередь страдает сфера розничной торговли. Но у нее в сложившихся условиях и самый большой потенциал: людям как воздух необходимы личное общение, обмен мнениями, эмоциями, впечатлениями. В связи с этим актуальны те компании и их мероприятия, которые вызывают доверие как стабильные на фоне изменений, те игроки рынка, над которыми не властны обстоятельства.

Пик вызванного страхом смерти глобального напряжения в нашей стране пришелся на период с апреля 2020 г. по апрель 2021 г. Сначала пугала неизвестность, потом рост заболевших и новые штаммы. Но человек привыкает и адаптируется ко всему. Нельзя долго бояться чего-то одного. Угроза должна постоянно меняться.

Вернемся к тому, что будет определять развитие ювелирного ритейла на новом этапе — как рынка в целом, так и отдельных компаний. В этом плане особую значимость обретает участие в выставках. Если организаторы выставок JUNWEX представляют

тех, кому доверяют сами, то это является гарантией возможности доверия к участникам покупателей — как оптовых, так и розничных. Если компания аккредитована в Клубе «Российская Ювелирная Торговля», ей можно доверять. Если вы сейчас читаете эту статью о трендах, то это ваше доверие мне и журналу «Ювелирная Россия».

Доверие участников и посетителей к мероприятиям JUNWEX распространяется на все: на тех, кто построил павильон, на установленный в нем банкомат, где лежат ваши деньги, на поставщиков воды, на кафе и персонал, обслуживающий кофе-брейки, на сайт с отраслевыми новостями, на гардеробщицу, на заказанные через организаторов гостиницу и трансфер... И конечно, на те компании, которые принимают участие в выставке!

Если человек длительное время изолирован и лишен возможности доверять, подозревает всех и каждого, то у него формируется патологическое состояние и он может не верить никому, все проверять или, наоборот, — может поверить первому встречному, кто наиболее красочно и ярко его обманет. У нас есть потребность доверять — без этого мы разрушаемся как личности, заболеваем (происходят ослабление иммунитета, нарушение сна, пищеварения, восприятия, мышления, памяти). Когнитивный, информационный, эмоциональный, социальный голод человека необходимо удовлетворять регулярно и качественно.

Офлайн-мероприятия, непосредственное общение крайне необходимы (разумеется, при соблюдении относительных мер безопасности, которые нужны и для самой безопасности, и для спокойствия как организаторов, так и участников). Человек существо социальное.

> «У нас есть потребность доверять — без этого мы разрушаемся как личности.

Он должен встречаться с себе подобными, демонстрировать, кто он, и сравнивать себя с другими.

В целях защиты от психической депривации в условиях пандемии особенно необходимы источники эмоций и смысловой нагрузки для интеллекта, обеспечивающие влияние окружающей среды и обратную связь, которой мы лишились в силу введенных ограничений. Если в вашем магазине, куда покупатели привыкли приходить регулярно, нарядные продавцы, звучит приятная музыка, можно получить интересную и актуальную информацию о ювелирной моде, в витринах представлены новые коллекции, чья ценность не только в эстетике, но в дополнительных смыслах, то люди придут выразить вам свое доверие — эмоциями и деньгами.

«Любые проблемы в работе, несогласованность действий сотрудников, неаккуратность, какие-то ошибки и т. д. — свидетельства того, что вам нельзя доверять.

Подумайте, чему доверяют ваши клиенты? Что для них принципиально? Ваша программа лояльности? Многолетняя история и репутация магазина? Специалисты, которые у вас работают? Партнеры, которые вас поддерживают? Доверие к вам других клиентов? Это можно изучить, просчитать, замерить, проанализировать, определяя критерии, благодаря которым вам доверяют, к вам идут. Выберите два основных, на них можно делать упор — именно они являются вашими ключевыми преимуществами.

Важно также понимать, кому и почему доверяете вы. Вы приехали на выставку JUNWEX, значит, вы доверяете организаторам и участникам. Кроме того, вам хотелось куда-то приехать и увидеть своих коллег, просто пообщаться, обменяться эмоциями.

В зависимости от целей своей бизнес-деятельности вам надо разработать стратегию формирования доверия, в частности доверия для дальнейших отношений с клиентами. Вы сможете привлекать их, опираясь на накопившиеся у них потребности, связанные с психологической неудовлетворенностью и скудностью календаря приятных событий. Но какой результат вы получите, зависит от того, разработали ли вы конкретную цель, идею, миссию своего бизнеса, исходя из ваших задач и интересов клиентов.

Есть повод их пригласить и шанс монетизировать эти контакты. Чтобы так произошло, ничто не должно вызвать недоверия в процессе посещения магазина и совершения покупки. Любые проблемы в работе, несогласованность действий сотрудников, неаккуратность, какие-то ошибки и т. д. — свидетельства того, что вам нельзя доверять. Помните: «ложка нашлась, но осадок остался...».

Сейчас, когда всем страшно, но все устали бояться и ничего не делать, от вас требуется больше внимания к деталям, больше интересных нюансов, значимых встреч, личных откровений. Доверять проще тому, кого знаешь, тому, кто рядом, простому и понятному — магазину рядом с домом, заправке, на которую ездишь постоянно, кафе, где приятно и чисто. Все глобальное далеко, непредсказуемо и вызывает опасения, страх неопределенности, то есть рождает недоверие. Неслучайно более 60% россиян решили в 2020 г. провести очередной отпуск дома или на даче. В страну вернулись и очень многие из тех, кто жил за границей годами.

Подведем итог: сложная эмоциональная атмосфера 2020–2021 гг. привела к сильнейшей потребности в эмоциональном соучастии, в живых контактах, в возможности почувствовать другого человека, довериться ему, выразить себя. Открытые понятные компании, конкретные люди, простые действия, искренние эмоции — вот что надо всем сейчас.

Доверие — основа нашей жизни. Сегодня мы должны заново учиться свое доверие партнерам транслировать своим клиентам — и новым, и старым на новом витке отношений. Это сложно и интересно. Удачи всем!

Нелли Градова, директор информационно-аналитического агентства «Тим Инфо»

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

«Платиновая карта»

В РАМКАХ ВЫСТАВОК ПРОГРАММЫ «ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ»:

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

Концентрированный маркетинг

Выставка — самая прямая из всех когда-либо существовавших форм прямого маркетинга. И это единственный инструмент, который:

- приводит к вам наиболее активных, перспективных клиентов и лояльных потребителей;
- дает возможность работы по всем направлениям маркетинга — от долгосрочного развития бренда до непосредственных продаж, от исследования рынка до широкого резонанса в СМИ, от запуска новых продуктов до стимулирующих мероприятий для клиентов, от информирования постоянных партнеров до сбора новых контактов потенциальных клиентов;
- позволяет встретиться со всем рынком лицом к лицу (продемонстрировать продукцию, ответить на вопросы партнеров, провести работу с возражениями и т. д.);
- задействует все пять органов чувств клиента, что позволяет ему максимально хорошо запомнить транслируемую вами информацию.

И это лишь часть маркетинговых задач, которые выставки (и только они!) помогают решить оперативно, эффективно и достаточно экономично.

Что в нашем быстроменяющемся мире является наиболее ценным ресурсом? Время. Договориться о встрече с потенциальными клиентами, принимающими решения, на b2b-рынке всегда очень сложно. Еще сложнее добиться того, чтобы на знакомство с вашим предложением потратили свое свободное время розничные покупатели. Люди, полностью посвящающие несколько дней пребыванию на выставке, априори мотивированы на покупки. Это лояльные клиенты, а любой продавец знает, что продавать лояльной целевой аудитории гораздо легче, чем неподготовленной.

В этом сила выставки: ни один другой инструмент не способен в такой высокой степени сконцентрировать ваши маркетинговые усилия на наиболее активных в данный момент покупателях.

Многоцелевой характер выставки отмечают все игроки рынка, опрошенные в ходе очередного исследования РИА «РосЮвелирЭксперт».

ОЦЕНИТЕ ПО 10-БАЛЛЬНОЙ СИСТЕМЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВЫСТАВКИ

> «Ни один другой инструмент не способен в такой высокой степени сконцентрировать ваши маркетинговые усилия — в этом сила выставки.

ЧТО ДЛЯ ВАС ЯВЛЯЕТСЯ САМЫМ ПОЛЕЗНЫМ ИСТОЧНИКОМ ИНФОРМАЦИИ О РЫНКЕ?

Бриллианты будущего

О лабораторно выращенных бриллиантах рассказывает CEO компании «ЛУКАС» Хана Елиазаров. «ЛУКАС» входит в группу компаний LGC — одного из лидеров мирового рынка по добыче и обработке алмазов, стоящего у истоков создания коллекций с выращенными бриллиантами.

Выращивание лабораторных алмазов — сложный технологический и очень дорогостоящий процесс. Для их кристаллизации в специальной установке создаются условия, абсолютно идентичные природным.

Лабораторно выращенные алмазы — продукт высоких технологий, быстро захватывающий ювелирный рынок. Возможности, которые они предоставляют сегодня, уникальны. Это бриллианты разнообразных оттенков желтого, синего, розового, красного или вариации зеленого и коричневого цветов. Это возможность для производителей заказывать наборы камней, идеально откалиброванных по размеру, форме, цвету и оптике. И конечно, цена! Достижения технологии делают роскошные камни более доступными.

Рожденный в лаборатории минерал обладает всеми химическими, оптическими и физическими свойствами алмаза, который был образован под землей и получен в результате алмазодобычи.

Понятие «синтетический алмаз», которое часто употребляют, имея в виду выращенный в лаборатории минерал, на самом деле к нему не относится. Использование термина «синтетический» представителями алмазодобывающей промышленности направлено на удешевление выращенных камней, подрыв их «авторитета», сохранение статуса собственного бизнеса. Этот термин вызывает путаницу: созданные в лаборатории алмазы начинают приравнивать к имитациям алмазов.

Существует несколько вариантов выращивания алмазов, два из которых ориентированы на ювелирную промышленность.

HPHT (высокое давление, высокая температура). Этот метод известен с 1950-х годов. Рост алмаза происходит в небольшой капсуле внутри пресса: под воздействием высокого давления и высокой температуры атомы углерода начинают формироваться в кристаллическую решетку будущего минерала. Процесс кристаллизации может занимать от нескольких дней до нескольких недель. Полученные в результате ограненные драгоценные камни часто демонстрируют характерное распределение цвета, зональность флуоресценции, связанную с их крестообразной структурой секторов роста. В некоторых случаях материал проявляет фосфоресценцию (светится после воздействия ультрафиолетовых лучей, даже когда источник света выключен).

Когда-то выращивание алмазов методом HPHT было сложной задачей, однако последние технологические достижения позволили лабораториям производить бесцветные кристаллы весом от 10 карат и выше, ограненные, как бриллианты. Добавление бора в процессе роста приводит к образованию синих кристаллов. Другие цвета, такие как розовый и красный, могут быть получены с помощью процессов постростовой обработки, например облучения и нагрева.

CVD — более современный метод: выращивание алмаза происходит внутри вакуумной камеры, заполненной водородом и углеродсодержащим газом, например метаном. При синтезе методом химического осаждения из паровой фазы микроволны расщепляют подаваемые в реактор молекулы углеводородов. Эти фрагменты перемещаются вниз к более холодным затравкам и прикрепляются к растущей поверхности алмаза. Образец растет в вертикальном направлении тонкими слоями, и его конечная толщина зависит от времени, отведенного на рост. В результате получаются плоские пластинчатые кристаллы с внешним покрытием из черного графита. Кристаллизация происходит в течение нескольких недель при одновременном росте нескольких кристаллов. Точное их число зависит от размера камеры и количества высевных пластин. Этот процесс дает возможность более четкого контроля параметров роста алмаза, а значит, финальных характеристик бриллианта. Метод CVD немного дешевле, потому что в этом случае используются умеренные температуры и низкое давление, что требует менее дорогого оборудования. Однако в вакуумной камере можно вырастить только бесцветные кристаллы. Для получения алмазов фантазийных оттенков добавляются примеси соединений азота (для желтых) или бора (для голубых).

Очень часто у потребителей возникает вопрос: есть ли различия между муассанитом, кубиком циркона, природным и выращенным бриллиантами? Все это совершенно разные драгоценные камни. Созданные в лаборатории алмазы обладают теми же химическими свойствами, что и природные, в то время как кубический цирконий является имитацией алмаза. Он прослужит меньший срок из-за возможных повреждений, повседневного износа и обесцвечивания с течением времени. Геммологический институт Америки (GIA) так комментирует подобные вопросы: «Некоторые люди могут относиться к выращенным

> «Созданные в лаборатории алмазы обладают теми же химическими свойствами.

HPHT. ПРЕСС И СЫРЬЕ (PRESS AND ROUGH)

Процесс: кристаллизация алмаза из источника углерода (графита высокой чистоты) в контролируемых условиях.

Давление и температура: для воссоздания естественного процесса образования алмаза необходимы давление около 5 ГПа и температура около +1500°C.

Форма: HPHT-алмаз имеет кубооктаэдрическую форму.

Цвет: до D (по российским стандартам — 1) без облагораживания.

CVD. ПРЕСС И СЫРЬЕ (PRESS AND ROUGH)

Процесс: СВЧ-луч нагревает углеродосодержащий газ и создает плазму, отделяя углерод от оставшегося соединения (которое откачивается из вакуумной камеры). Затем углерод осаждается на тонком срезе алмазной пластины и сжимается, образуя алмаз.

Давление и температура: рост кристалла обычно происходит при давлениях ниже 27 кПа (в 185 185,185 раз меньше давления HPHT) и температуре, близкой к +800°C.

Форма: необработанное алмазное сырье обычно имеет форму алмазной пластины, на которой оно выращено.

Цвет: до D (по российским стандартам — 1), после обработки большинство камней почти бесцветны.

	Химический состав	Индекс отражения	Индекс дисперсии	Шкала Мооса	Плотность	Структура
Природный бриллиант	C	2,42	0,044	10	3,52	Кубическая
Выращенный бриллиант	C	2,42	0,044	10	3,52	Кубическая
Кубик циркона	ZrO_2	2,2	0,066	8,25	5,7	Кубическая
Муассанит	SiC	2,65	0,104	9,25	3,21	Гексагональная

«В противовес подобным имитациям, лабораторные алмазы обладают такими же мерцанием, вспышкой и блеском, что и добытые алмазы.

в лаборатории алмазам как к имитациям, но это неверное суждение. Фактические имитации, такие как кубический цирконий или муассанит, которые только выглядят как алмазы, имеют иные химические и физические свойства, что позволяет геммологам легко идентифицировать эти камни. Бриллианты, выращенные в лаборатории, определить сложнее, поскольку они во всех отношениях идентичны натуральным алмазам».

Муассанит — природный камень, который был открыт в 1893 году. Но в последние десятилетия появилась технология выращивания крупных прозрачных синтетических монокристаллов муассанита — карбида кремния, часто используемых для имитации бриллиантов. Эти образцы обычно почти бесцветны и известны своим мерцающим «эффектом диско-шара», который проявляется при воздействии света. Муассаниты продаются по гораздо более доступной цене, чем добытые алмазы, и великолепно смотрятся в украшении в качестве центральных камней, хотя их легко отличить от бриллиантов из-за искрящего эффекта.

В противовес подобным имитациям, лабораторные алмазы обладают такими же мерцанием, вспышкой и блеском, что и добытые алмазы. Лабораторные бриллианты не тускнеют, не меняют цвет с течением времени, каждый выращенный камень уникален в своем роде.

По прогнозам известного российского ученого и предпринимателя, доктора физико-математических наук Виктора Винса, рынок природных камней вскоре сожмется до минимума. «Натуральный бриллиант когда интересен? — рассуждает исследователь. — Когда это или крупный, или цветной камень. Для всего остального рыть огромные ямы, поддерживать инфраструктуру — сумасшествие! Представляете, что такое — искусственная дырка в Земле, которую видно из космоса и которая постоянно заполняется водой? Круглосуточно работают насосы, чтобы просто поддержать эту рану на теле Земли в рабочем состоянии. Ради чего? Гораздо проще поставить пресс или реактор и вырастить столько кристаллов, сколько нужно или сколько хочется. Придать же выращенному алмазу какой-нибудь уникальный фантазийный цвет — тоже вполне выполнимая задача. Массовое сознание сконцентрируется на том, что дешевле».

Действительно, выращенные в лаборатории алмазы могут быть на 40% дешевле, чем алмазы того же качества, добытые традиционным способом. Рынок бриллиантов, рожденных в лаборатории, растет, улучшается их качество, расширяется линейка цветовых характеристик, производятся калиброванные камни фантазийных форм; одновременно увеличивается и спрос на ювелирные изделия с такими камнями. Это новый мировой тренд, который называют «Бриллианты будущего».

Широчайший выбор ювелирных изделий и сопутствующих товаров

ISTANBUL JEWELRY SHOW

06 - 09 Октября 2022 г.

52-й Стамбульская международная выставка ювелирных изделий, часов и материалов

Стамбульский выставочный центр | Холлы 2-4-8

www.istanbuljewelryshow.com

#istanbuljewelryshow

Informa AllSecure Istanbul Jewelry Show is an Informa AllSecure Event.

На правах рекламы

При сотрудничестве: Jewellery & Gem World Hong Kong By Informa Markets

Официальный международный медиа-партнер: JNA Jewellery News Asia

Официальный онлайн медиа-партнер: Jewellery

Является членом

При поддержке: KOSGEB; Turkish Jewellery; Jewellery Exporters' Association; Republic of Turkey Ministry of Trade

Место Проведения: IFM Istanbul Expo Center

Организаторы: informa markets Jewellery

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

От фараонов до современности

Египет неслучайно называют колыбелью цивилизации. Это древнейшее государство оставило нам в наследство удивительные легенды и мифы, впечатляющие достижения науки и технологии, неповторимые памятники искусства, на которые даже сейчас, спустя тысячи лет, ежегодно приезжают посмотреть около трех миллионов туристов со всего мира.

Археологические раскопки последних десятилетий убедительно доказали, что описанные Гомером и открытые Генрихом Шлиманом сокровища в Микенах по большей части были выполнены из золота, бирюзы, изумрудов, добытых в многочисленных рудниках Древнего Египта. Одной из самых известных является расположенная в Нубийской пустыне недалеко от Красного моря шахта Эль-Соккари. Сегодня она считается

номером один по производству золота в Египте, ежегодно выдавая свыше 400 000 кг драгоценного металла. А вот изумрудные копи, активно разрабатывавшиеся на этой территории в I тысячелетии до н. э. — XV в. и покрывавшие большую часть мировых потребностей в зеленых самоцветах, сегодня забыты: их потенциал исчерпал себя до 1740 г. Даже образцов, добытых в древности в Нубийской пустыне между поселениями Сикайт, Забара, Умм Кабо, сохранились единицы. Изумрудные копи, названные «копями Клеопатры», получили известность благодаря легендам об этой царице. До нас дошли описания ее дворца, в котором стены декорированы слоновой костью, колонны выполнены из порфира, а будуар украшен изумрудами. Однако, по

ЗОЛОТЫЕ САНДАЛИИ, НАЙДЕННЫЕ В ГРОБНИЦЕ ЖЕНЫ ТУТМОСА III

литературным источникам, например трудам Плиния Старшего и Клавдия Птолемея, можно судить, что, несмотря на большую популярность, египетское сырье было не слишком высокого качества. Добытые там бериллы отличались бледным зеленым цветом и обильными газово-жидкими включениями. В XIX столетии некоторые разработки были заново открыты французским минералогом Фредериком Кайо, а археологи заинтересовались ими лишь в 1990-е гг. Находки современных ученых говорят о том, что добыча изумрудов в древности была тесно связана с религиозными культами. Вероятно, сам процесс добычи драгоценных камней считался сакральным. Поэтому возле рудников действовало большое количество храмов.

Но, пожалуй, самым популярным камнем в Египте была бирюза. Первые украшения, сделанные из нее еще в эпохе неолита, были найдены именно там. Больше всего ее

месторождений располагалось на Синайском полуострове, недаром арабы называли эту местность Землей бирюзы. Ее залежи египтяне начали разрабатывать 8000 лет назад, а около 3500 г. до н. э. в Южном Синае было обнаружено крупнейшее бирюзовое месторождение, разработка которого осуществлялась более 2000 лет. Сегодня у туристов, отдыхающих в Шарм-аль-Шейхе, появилась возможность посетить храм богини Хатхор — владычицы неба, который находится в Серабит эль-Хадим. Главное святилище разрушенного храма, вырубленное в скале, располагается на вершине горы, куда придется подняться пешком. Сакральное место со всех сторон окружено древними шахтами, где

> «Сегодня у туристов, отдыхающих в Шарм-аль-Шейхе, появилась возможность посетить храм богини Хатхор.

В Музее имени Н. К. Рериха хранится кольцо Нефертити — тонкая бронзовая шинка с бирюзовым скарабеем, на котором вырезана печать египетской царицы. Кольцо датируется XIV в. до н. э. и, по легенде, было получено Еленой Рерих во время экспедиции в Гималаи. Камень в драгоценном амулете — из месторождения Серабит эль-Хадим, куда в храм Хатхор традиционно совершали паломничества жены фараонов.

БРОШЬ С БИРЮЗОЙ, РУБИНАМИ И БРИЛЛИАНТАМИ. XIX В.

добывали бирюзу — священный камень Хатхор и символ бессмертия. Амулеты из бирюзы, как и амулеты с изображением богини, защищали от злых духов и сглаза. Археологи нашли фрагменты лица статуи Хатхор: оно было покрыто пластинками бирюзы с инкрустацией лазуритовыми вставками. «Когда ступает она по земле, совершенная, — восхваляли богиню в гимнах, — под стопами ее проступают камни драгоценные».

Добывали в Древнем Египте и аметисты, которые стали любимым самоцветом фараонов в период Среднего царства (между 2040 и 1783 (или 1640) до н. э.). Археологи при раскопках сооружений в Вади эль-Худи обнаружили множество надписей и надеются, что их расшифровка поможет пролить свет на большинство тайн, окружающих аметистовые рудники. Например, пока неясно, как шахты снабжались водой, необходимой для процесса добычи сырья, ведь ближайшая возможная скважина находится на расстоянии 3 км от копей, а Нил протекает в 30 км. На разгадку подобных головоломок у ученых времени не много, поскольку в этом районе начали действовать новые золотые рудники, которые наносят вред археологическим артефактам.

Профессия ювелира в Древнем Египте являлась прибыльной и почетной. Ценность изделий из серебра была весьма высока, поскольку его добыча в Египте не велась. Примечательно, что особенно ценились серебряные вещи тогда, когда их поверхность приобретала тусклый цвет и темнела. Чтобы достичь такого эффекта, ювелиры добавляли

В городе Александрия в окрестностях района Зизения находится один из самых крупных музеев драгоценностей. Площадь экспозиции — около 4000 кв. м, а удивительные украшения, которые представлены здесь, принадлежали египетской королевской семье, начиная еще с Мухаммеда Али, чье правление началось в 1805 г. Среди наиболее примечательных экспонатов — коллекция паши Тауфика, состоящая из 13 золотых чашек, обсыпанных ограненными алмазами, драгоценными и самоцветными камнями, а также золотого мешка для денег. Музей открыт ежедневно с 9.00 до 16.00, при нем работает ювелирный магазин, где можно приобрести украшения на любой вкус. Стоимость входа в музей составляет примерно 20 €.

БРАСЛЕТ ИЗ ЗОЛОТА С ЛАЗУРИТОМ. ПЕРИОД ПРАВЛЕНИЯ РАМЗЕСА II

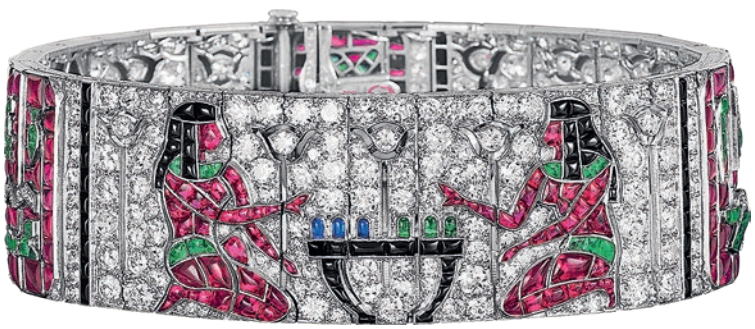
Комплекс пирамид в Дахшуре — источник драгоценных раритетов! В 1895 г. была открыта ранее нетронутая гробница древнеегипетской принцессы Хнумит, дочери фараона Сенусерта II. Именно там было найдено «иллахунское сокровище», хранящееся в Метрополитен-музее (Нью-Йорк): три эбеновые шкатулки, в которых лежали золотые инкрустированные нагрудные украшения — пекторали, восхитительная диадема с золотым пером и множество других ювелирных изделий. Некоторые из них можно отнести к лучшим из когда-либо найденных в Египте драгоценных творений.

в сплав медь и серу. Украшения, относящиеся к различным периодам Древнего Египта, говорят об исключительных умениях мастеров, владевших техниками ковки, резьбы, чеканки, филиграни, зерни и даже перегородчатой эмали.

Открытие в 1922 г. Говардом Картером гробницы Тутанхамона вызвало во всем мире интерес к Египту. Заинтригованный этим историческим событием и богатством древней культуры Ювелирный дом Van Cleef & Arpels создал в 1922–1925 гг. несколько изделий, в дизайне которых сочетаются египетские символы (иероглифы, сфинксы, амфоры, страусиные перья, образы священных животных, цветы лотоса) и эстетика ар-деко: геометрические линии, повторяющиеся узоры и яркие контрасты. Воплотить идеи художникам помогли изысканные драгоценные акценты — вставки бриллиантов, изумрудов, сапфиров, рубинов, ониксов.

VAN CLEEF & ARPELS

VAN CLEEF & ARPELS



CARTIER

CARTIER

У бренда Cartier, как и у древних египтян, изображение скарабея является излюбленным мотивом в создании украшений. Броши, которые компания создала в 1924–1925 гг. из платины, золота, драгоценных камней, представляют собой фигуру жука с расправленными крыльями.

CARTIER

BOUCHERON

Египетскую тему не обошел стороной и Boucheron. В одной из своих знаменитых моделей часов бренд также воплотил образ скарабея.

Яркая реплика древнеегипетского украшения была изготовлена и американской компанией Tiffany & Co. Прототипом для своего браслета марка выбрала серебряные браслеты царицы Хетепхерес, матери Хеопса. Орнамент на них был выполнен из малахита, красного сердолика, бирюзы и темно-синего лазурита.

Неоднократно обращался к египетской теме российский бренд Gevorgian. Кольцо из белого золота с жемчугом «Скарабей» отличает лаконичность формы и строгая симметрия. А кольцо «Око Нила» с древнеегипетскими украшениями роднит традиционная для них комбинация синих камней с золотом.

TIFFANY & CO

FABERGE

Почерпнули вдохновение в истории древней цивилизации и художники Freywille. Впервые идея создать коллекцию в египетском стиле возникла у компании еще в 1991 г. Итогом длительных творческих поисков стала коллекция «Фараон», представленная в двух дизайнах — «Тутанхамон» и «Луксор». Выразительные цвета эмали: яркий бирюзовый, насыщенный синий и оранжево-красный — напоминают бирюзу, лазурит и сердолик, которые в руках мастеров времен Тутанхамона превращались в изысканные украшения.

FREYWILLE

FILLART

MAXIM DEMIDOV

Международная ювелирная выставка

JUNWEX
МОСКВА

28 сентября — 2 октября 2022
Москва, ВДНХ

Эксклюзивные коллекции драгоценностей
и уникальные авторские изделия

Maxim Demidov

www.junwex.com

junwex_fair

На правах рекламы

Международная ювелирная выставка

JUNWEX Premium

9–11 декабря 2022
Москва, Гостиный двор

В центре экспозиции работы лауреатов
Всемирного конкурса ювелиров имени Карла Фаберже

СИЯНИЕ СИБИРИ

www.junwex.com

junwex_fair

На правах рекламы

материал защищен авторскими правами