

MIUZ DIAMONDS

Ювелирная Россия

Новостной еженедельник

784 от 18 июля 2023

- www.junwex.com

ПЛАНЫ КЛУБА НА ОСЕНЬ

Клуб “Российская Ювелирная Торговля” сейчас готовит сразу две интересные поездки, которые мы очень советуем не пропустить.

Сначала в планах Таиланд, а потом махнем в Китай. Как вам такой план?

68th Bangkok Gems and Jewelry Fair

6-10 сентября 2023, Бангкок

Выставка Bangkok Gems & Jewelry Fair (BGJF) является одной из самых известных и давних выставок драгоценных камней и ювелирных изделий в мире. Проводится она два раза в год Департаментом содействия международной торговле и Министерством Коммерции Таиланда (DITP). Выставка считается важной торговой ареной, где встречаются все ключевые игроки мирового ювелирного бизнеса.

Как обычно, Клуб “Российская Ювелирная Торговля” по договоренности с Посольством Королевства Таиланд окажет всестороннюю поддержку российским компаниям, готовым посетить выставку. Что получают участники делегации?

- привилегированное обслуживание (Trade Mission)
- оперативное получение пакета участника, включая фирменную сумку и сувениры от организатора
- VIP бэйдж для быстрого прохода на выставку
- доступ в лаундж зону с напитками и снеками, бесплатный Wi-Fi
- а также шатл-сервис: автобус отель – выставочная площадка – отель.



The 6th China International Import Expo (CIIE)
5-10 ноября, Шанхай

По оценкам организаторов, в выставке примет участие около 150 000 китайских и зарубежных профессиональных покупателей.

Являясь первой в мире экспозицией по импорту на национальном уровне, CIIE предоставляет компаниям платформу для демонстрации своей продукции, популяризации своих брендов и поиска новых деловых партнеров во второй по величине экономике мира.

Проведение CIIE - часть масштабной программы правительства Китая, в которой власти пытаются сместить акцент с экспортно-ориентированной модели в сторону большей открытости Китая и увеличения объемов импорта.



**ПРИСОЕДИНЯЙТЕСЬ
К ДЕЛЕГАЦИИ!**
INFO@JEWELLERCLUB.RU



ГИИС ДМДК. ЧТО ОСТАЛОСЬ И К ЧЕМУ ГОТОВИТЬСЯ?



Дмитрий Румянцев,
руководитель компании
“ЮвелирСофт”

Внедрение ГИИС ДМДК не обошлось без сложностей. Но необходимо отметить, что практически все заявленные задачи оказались выполнены. Многие процессы стали проще и понятнее. И главное, были установлены правила “игры”. Одинаковые для всего бизнеса. Без исключений. Мы, как разработчики прикладного программного обеспечения, наблюдаем это буквально из “первого ряда”.

Завершающие этапы запуска ГИИС ДМДК

по ПОСТАНОВЛЕНИЮ от 26 февраля 2021 г. N 270

с 1 марта 2024 г. на территории Российской Федерации на ювелирные изделия из драгоценных металлов и драгоценных камней, за исключением ювелирных изделий из драгоценных

металлов и драгоценных камней, заявленных в качестве остатков, а также ювелирных изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней, ввезенных на территорию Российской Федерации из государств, не входящих в

Евразийский экономический союз, должны быть нанесены двухмерные штриховые коды непосредственно на ювелирные изделия из драгоценных металлов и драгоценных камней согласно Правилам, за исключением случаев, установленных международными договорами Российской Федерации;

с 1 сентября 2024 г. на территории Российской Федерации на ювелирные изделия из драгоценных металлов и драгоценных камней, заявленные в качестве остатков, должны быть нанесены двухмерные штриховые коды непосредственно на ювелирные изделия из драгоценных металлов и драгоценных камней согласно Правилам, за исключением случаев, установленных международными договорами Российской Федерации, а также осуществляется

маркировка ювелирных изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней, ввезенных на территорию Российской Федерации из государств, не входящих в Евразийский экономический союз, в порядке, установленном Правилами ...”

Если коротко, то с 01.03.24 обязательная маркировка будет на всех ювелирных изделиях, отправленных в ФПП на опробирование. На всех вновь изготавливаемых ювелирных изделиях и импортных изделиях, прошедших таможеню.

В этой статье под ювелирными изделиями будем понимать изделия из золота, платины. На такие ювелирные изделия DM-код будет наноситься в обязательном порядке.

СЕРЕБРЯНЫЕ ИЗДЕЛИЯ МАРКИРОВКЕ НЕ ПОДЛЕЖАТ.
ВСЕ ЧТО НАПИСАНО НИЖЕ К НИМ НЕ ПРИМЕНИМО.

С 01 сентября 2024 все изделия (изделия подлежащие маркировке) во всех торговых сетях должны иметь DM – код, нанесенный на тело ювелирного изделия.

Если первая контрольная дата больше затрагивает производственные компании, то вторая дата – это контрольная точка для всей розницы.

Остановимся подробнее на этих датах. Основная часть ювелирных изделий (полуфабрикатов) поступаемых в ФПП на первичное опробирование - это новые изделия, выпускаемые на производственных предприятиях. В настоящий момент, при прохождении опробирования, ювелирному предприятию выдается определенный пул УИН-ов. УИН-ы можно присваивать произвольно любому изделию из партии, на которую эти УИН-ы выделены. При условии, если на ювелирное изделие еще не нанесен DM-код.

ПОСЛЕ 01.03.24 ГОДА НА ВСЕХ ИЗДЕЛИЯХ, ПОЛУЧАЕМЫХ ИЗ ФПП ДОЛЖЕН СТОЯТЬ DM – КОД.

Это означает, что УИН на бирке готового изделия должен соответствовать DM-коду, нанесенному на тело изделия.

Следовательно, на производстве, перед заключительной операцией упаковка/обирковка следует считать DM-код с тела изделия и передать его в учетную систему. В учетной системе готовому ювелирному изделию обычно присваивается собственная уникальная последовательность цифр. Серия номенклатуры в терминах 1С.

Это тот штрихкод, который печатается на бирках для удобства перемещения и реализации готового изделия. Кроме того, на бирках сейчас печатается и DM-код. С 01.03.2024 на DM-код на бирках должен совпадать с DM-кодом, нанесенным на тело изделия.

В НАСТОЯЩИЙ МОМЕНТ (ЛЕТО 2023) ПРОХОДИТ ОПЫТНАЯ ЭКСПЛУАТАЦИЯ ПРОЦЕДУРЫ НАНЕСЕНИЯ DM – КОДА НА ТЕЛО ЮВЕЛИРНОГО ИЗДЕЛИЯ.

В качестве пилотного оператора было выбрано Верхне-Волжское межрегиональное управление Федеральной пробирной палаты.

В тестовом пуле производителей присутствуют следующие компании:

- КЮФ Топаз
- 585 Золотой
- Sokolov

Это компании, которые уже активно пробуют считывать DM-кода с поверхности изделия. В настоящий момент есть тенденция к расширению тестового пула. Так на днях к эксперименту присоединилась компания “Империл”.

В ХОДЕ ЭКСПЕРИМЕНТА ПРОВЕРЯЮТСЯ ПАРАМЕТРЫ:

Рациональное место нанесения DM-кода. В зависимости от типа изделий, DM-код будет наноситься на определенное место. На наиболее удобное место, которое будет гарантировать считывание сканером кода с большей вероятностью.

Время считывания. Время считывания зависит от типа изделия, места нанесения DM – кода, типа оборудования (сканера), используемого программного обеспечения. Например, технология считывания DM – кода с плоской поверхности отличается от технологии считывания кода нанесенного на швензу с круглым сечением.

Процент считывания. Основные факторы влияющие на считывание DM-кода с поверхности изделия:

- Глубина нанесения DM-кода
- Используемое оборудование (сканер) для считывания
- Чистота поверхности считывания
- Освещение рабочего места
- Квалификация работника

Компании, участвующие в эксперименте, еженедельно отчитываются о результатах в работы в Минфин и ФПП. Контроль, за ходом реализации проекта по нанесению и считыванию DM-кодов, осуществляется на самом высоком уровне.

ПЕРЕНОСА СРОКОВ НЕ БУДЕТ.

По неофициальной информации, наносится DM-код на изделие глубоко. Вероятность, что DM – код будет затерт на операции финишной полировки/фетровки – минимальная. Качество считывания сканера DM- кода позволяет распознавать информацию с вероятностью более 90%.

От себя заметим, что это еще опытная эксплуатация. Уверены что по итогам теста будут выработаны рекомендации по всему комплексному процессу от нанесения DM-кода на тело ювелирного изделия до момента считывания и занесения DM-кода в учетную программу.

Для производственных компаний

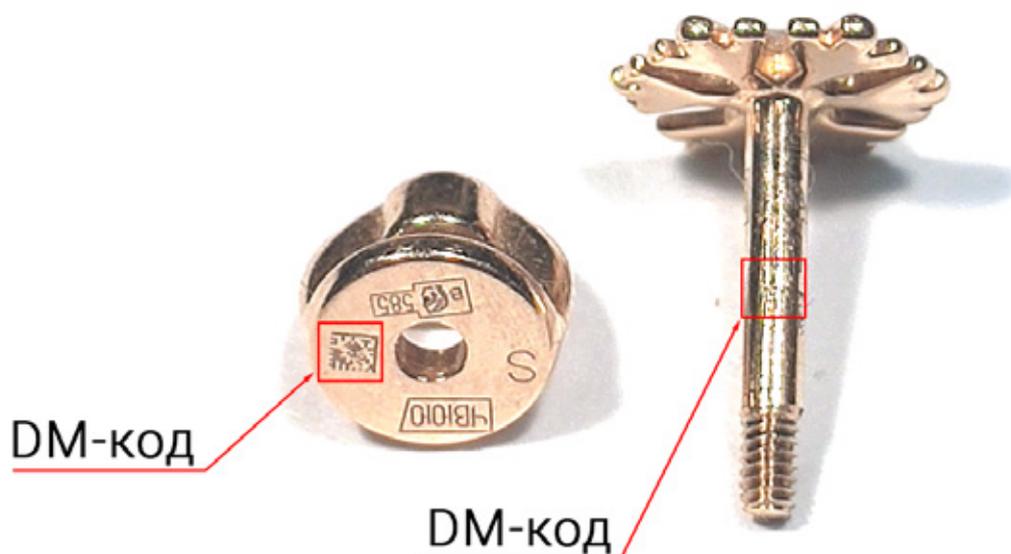
К 01.03.2024 у Вас должно быть закуплено оборудование (сканеры), доработан программный продукт (подключение сканера, считывание DM-кода, хранение в системе), перестроен технологический процесс финишной операции.

Но скорее всего, все это придется делать гораздо раньше.

Посмотрим со стороны розничных сетей. С 01.09.2024 все продаваемые ювелирные изделия (золото, платина) должны иметь физическую маркировку. В усредненной “золотой” ювелирной торговой точке, находится от 3 до 6 ТЫСЯЧ штук изделий в количественном выражении. Умножаем на количество торговых точек в

сети. Делим на максимальный размер партии, который мы можем послать в ФПП. Учитываем время, необходимое на сбор партии и последующую обработку/сортировку пришедших из ФПП изделий. И приходим к пониманию, что начинать маркировать остатки в торговых точках нужно было уже вчера. А все вновь поступающие в торговую сеть ювелирные изделия уже должны иметь физическую маркировку. Иначе все новые поступившие изделия придется отправлять в ФПП на маркировку как остатки, но уже за свой счет. Что влечет как финансовые, так и временные затраты.

Не исключен вариант, что с определенного времени розничные торговые сети откажутся принимать ювелирные изделия от производителя без физической маркировки.



К чему готовиться розничным ювелирным сетям?

Контрольная точка – 01.09.24. С этого момента все продаваемые ювелирные изделия должны иметь физическую маркировку. Изделия без маркировки продаваться не должны.

Следовательно, необходимо отправить на маркировку готовые ювелирные изделия, находящиеся в салоне и не имеющие физической маркировки. *Напоминаем, речь идет только про золотые и платиновые изделия.*

При этом придется решить ряд логистических и организационных вопросов:

- 1) Сбор и доставка немаркированных изделий в центральный офис.
- 2) Ротация ассортимента в торговой точке чтобы не “оголять” прилавки.
- 3) Планирование отправки и получения продукции с учетом размера партии, времени транспортировки и продолжительности процесса нанесения маркировки в ФПП.
- 4) Последующая сортировка маркированной продукции и отправка по торговым точкам.

И все это приходится делать с учетом “размера” ювелирной сети.

Крайне важно для торговых точек получение продукции от производителей с уже нанесенной физической маркировкой. Как можно раньше. Не дожидаясь 01.03.2024. Иначе вся “тяжесть” маркировки ляжет на розницу.

ОСТАЕТСЯ ОТКРЫТЫМ ВОПРОС: НУЖНО ЛИ РОЗНИЧНЫМ СЕТЯМ ПРИОБРЕТАТЬ СКАНЕРЫ ДЛЯ СЧИТЫВАНИЯ ДМ-КОДА С ПОВЕРХНОСТИ ЮВЕЛИРНОГО ИЗДЕЛИЯ?

В каких случаях может понадобиться такой сканер? Все зависит от организации процесса маркировки уже готовых ювелирных изделий. Как изделия будут отправляться в ФПП? С биркой в индивидуальном пакете? Как изделия будут возвращаться из ФПП? Тоже в индивидуальном пакете с биркой?

Но для ФПП извлечь ювелирное изделие из пакета и обратно положить изделие в пакет – увеличение времени, которое будет тратиться на одно изделие. Время физической маркировки одного изделия в ФПП может быть

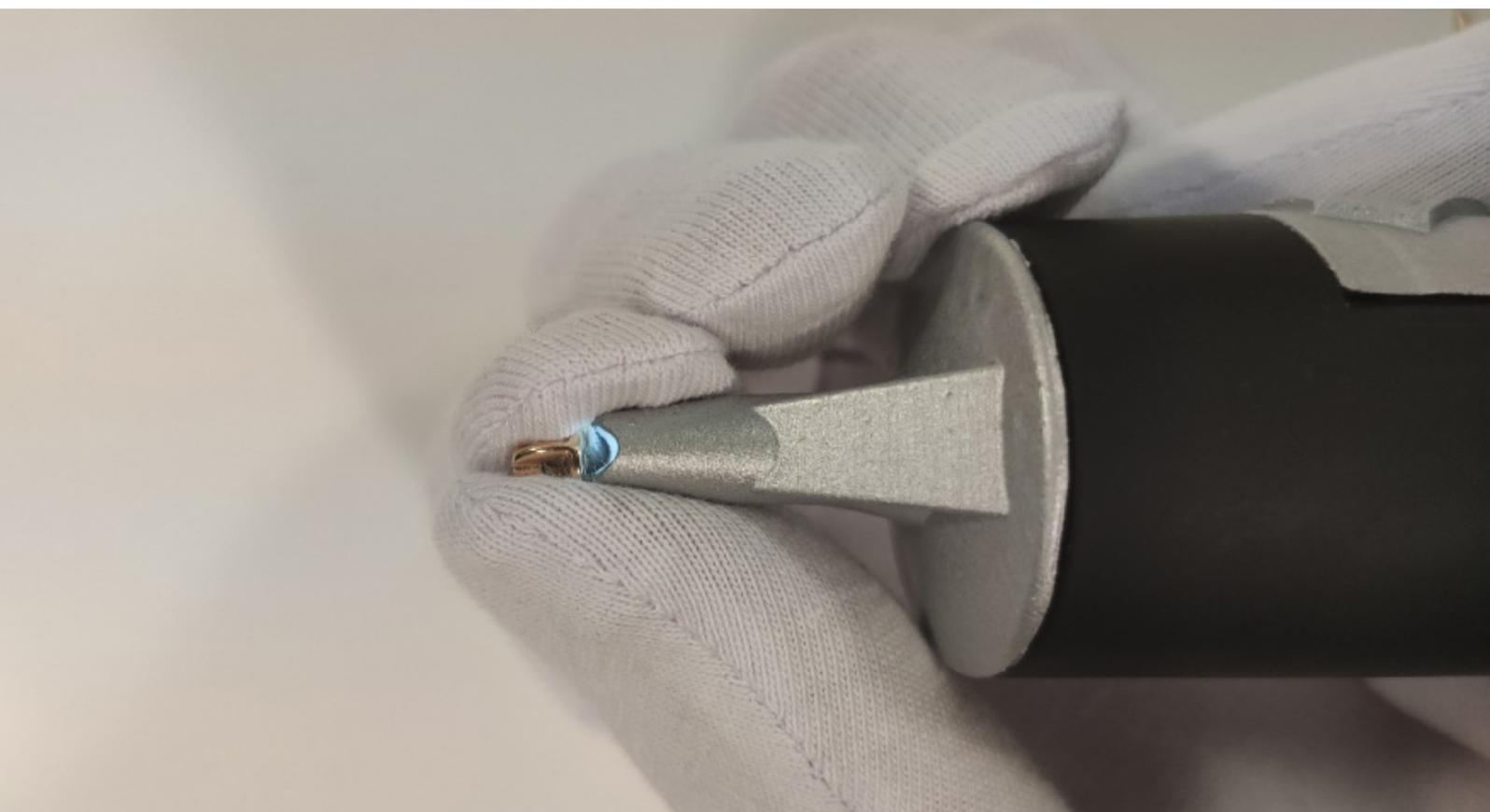
ключевым фактором, учитывая, что никакого дополнительного расширения штатов ФПП на период маркировки остатков не предусматривается.

Дополнительный вопрос. Готовые изделия в ФПП будут отправляться с уже присвоенными УИН-ами. Какой DM-код будет нанесен на изделие? Как процесс физической маркировки будет отражен в личном кабинете ГИИС ДМДК?

По всему выходит, что средним и крупным торговым компаниям желательно приобрести сканер DM-кода. Хотя бы для сверки корректности нанесения маркировки. Это в идеальном

случае. Если в силу обстоятельств ФПП не сможет обеспечить 100% точность при маркировке, то приобретение сканера или сканеров переходит из разряда “желательно” в разряд “обязательно”.

И хочется, конечно, чтобы в ГИИС ДМДК функционал по оформлению квитанций для физической маркировки готовых изделий был выпущен как можно раньше. По нашей информации разработчики ГИИС ДМДК планируют включить квитанции в рабочую сборку в сентябре 2023 года. Желательно, чтобы к этому моменту ФПП объяснила как будут приниматься на маркировку и выдаваться готовые изделия с нанесенным DM-кодом.



Продажа ювелирных изделий после 01.09.2024

Еще раз повторимся, после 01.09.2024 все продаваемые ювелирные изделия должны иметь физически нанесенный DM-код.

В настоящий момент все проданные в розницу изделия списываются в ГИИС ДМДК через механизм Реализация партий в разделе Объекты учета.

ЧТО ВАЖНО ЗНАТЬ

В ГИИС ДМДК по УИН-у можно отследить была ли нанесена физическая маркировка на продаваемое изделие. И по информации от разработчиков ГИИС ДМДК информация такого рода будет отслеживаться. Таким образом ФПП всегда может проверить все ли проданные изделия после 01.09.2024 года имели DM-код на теле изделия.

На текущий момент регистрация розничной реализации в системе ГИИС ДМДК носит уведомительный характер. Мы не запрашиваем разрешение на продажу, а сообщаем, что продали ювелирное изделие.

Что будет если в ГИИС “пройдет” реализация немаркированных изделий? Мы пока не знаем. Что информация о такой сделке попадет в ФПП – это без сомнения. Какие меры будут приниматься к нарушителю – тут большой вопрос. Думаем, никому не хотелось бы узнавать об этих мерах на личном опыте.

Оптовые продажи регистрируются через механизм Спецификация.

Если при розничных продажах мы уведомляем ГИИС ДМДК, то при оптовой реализации фактически получаем разрешение на совершение сделки. Возможна ли будет оптовая продажа изделий без физической маркировки? Изделия ведь не выводятся из оборота. Понятно, что конечному продавцу перед розничной продажей необходимо будет промаркировать полученные изделия. Но будет ли ГИИС ДМДК проверять маркировку перед “проведением” сделки? И будет ли блокировать такие сделки, если не на всех изделиях в контракте нанесен DM-код? Постараемся узнать подробнее об этом в ближайшее время.

Оборудование

Самый часто задаваемый вопрос: Где приобрести сканеры для считывания маркировки с поверхности ювелирных изделий?

В настоящий момент на рынке представлено 2 модели.

1. Сканер штриховых кодов Scandart от Лазерного центра
2. Сканер штриховых Кодлайм от группы компаний Инфорсер

На Кодлайм можно оформить предзаказ, Scandart доступен к заказу.

По запросу, группа компаний Инфорсер предоставила нам прайс-лист на Кодлайм. Судя по прайс-листу, Инфорсер предлагает

множество вариантов - от аренды на квартал, до приобретения сканера и бессрочной лицензии в собственность. Самый простой вариант в розницу – 10 000 рублей за приобретение сканера и 10 000 рублей годовой лицензионный платеж за пользование программным обеспечением.

СКОЛЬКО НУЖНО СКАНЕРОВ?

На производстве, количество сканеров определяется в зависимости от объема выпускаемой продукции, с которой необходимо считать DM-код. Сканер нужен на каждом рабочем месте, где происходит упаковка/обирковка изделий и занесение ШК в учетную программу. Еще раз напоминаем: УИН-ы теперь должны считываться с тела изделия, а не присваиваться случайным образом из выделенного пула.

СОБИРАЕМ ВСЕ ФАКТЫ ВМЕСТЕ:

1. Надо считывать DM-код (УИН) с поверхности каждого изделия. Это дополнительное время.
2. Если изделие парное - Dm-код стоит на каждой половине. Считывать придется 2 раза.
3. Необходимо учитывать время на подготовку к считыванию, так называемое время технологического перехода, найти на каждом изделии DM-код, корректно считать сканером. Нужен опыт – как, под каким углом считывать DM-код. Какое должно быть освещение.

Приходим к неутешительному выводу. Время на упаковку/обирковку одного изделия (одной пары) неизбежно увеличится. На сколько? Тяжело прогнозировать. Зависит от индивидуального технологического цикла в каждой компании.

Мы получили обратную связь от одной из компаний, участвующей в тестовом пуле. Компания с отлаженным производственным циклом, то есть с минимальным временем технологического перехода от операции к операции.

Так вот, при считывании DM-кода, полное время, затрачиваемое на 1 изделие увеличивается в среднем в 2 раза.

Понятно, что на каких-то типах изделий считывание будет происходить быстрее, на других медленнее. Но общий результат показателен.

Количество рабочих мест, на которых производится упаковка/обирковка изделий, должно быть увеличено. Наш прогноз – минимум в 1,5 раза. Таким образом, при расчете потребности в сканерах DM-кода, необходимо учитывать данный

фактор. Что-то подсказывает, что “дозаказать” сканеры DM-кода будет довольно сложно. Они понадобятся все сразу и в больших количествах.

Для торговых сетей потребность в сканерах пока не ясна. Все зависит от алгоритма отправки товарных остатков в ФПП и их получения с уже нанесенным DM-кодом. Как нам видится, на центральном (распределительном) складе торговых сетей, сканеры для считывания DM-кода должны быть обязательно.

Надо понимать, что оборудование новое. Каков будет ресурс сканера? Как будет осуществляться сервисная поддержка? Сколько сканеров будет в наличии для заказа у производителя? Закроют ли эти две модели сканеров все потребности ювелирного рынка? У нас нет ответа на эти вопросы.

Результаты тестирования сканеров для считывания DM-кода можно найти на сайте компании “Ювелирсофт” в разделе “Блог”:

<https://uvelirsoft.ru/blog/giis-dmdk-cto-ostalos-k-chemu-gotovitsya/>



СПЕЦИАЛЬНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ ДЛЯ ЛИДЕРОВ ОТРАСЛИ!



Фирменный пакет выставки

Распространяется на выставках
«JUNWEX» и
«Лучшие украшения в России»
1/2 тиража – 1500 шт.
Стоимость **160 000 руб.**

Панно на фасаде 55 павильона

Размер рекламного места
4500×2850 мм
Стоимость **248 000 руб.**

Обычная стоимость:

160 000 руб. + 248 000 руб. = ~~408 000 руб.~~

АКЦИЯ!

Цена со скидкой **255 000 руб.**

(с учетом НДС)



ХІХ МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
ЮВЕЛИРНЫХ И ЧАСОВЫХ БРЕНДОВ

JUNWEX

МОСКВА

27 сентября – 1 октября 2023
ВДНХ, павильоны 55, 57, 33



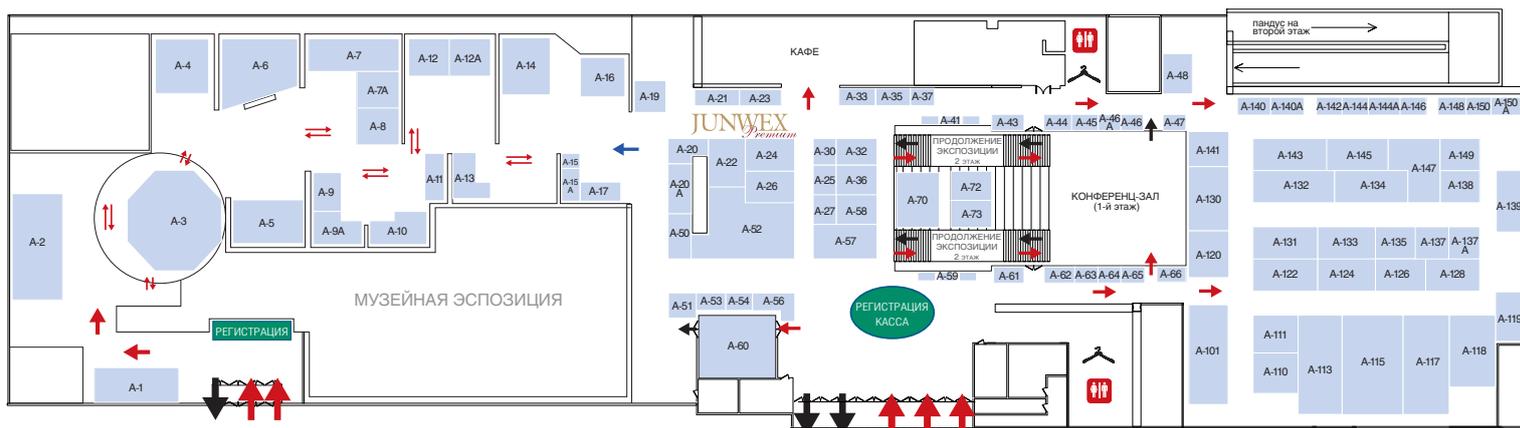
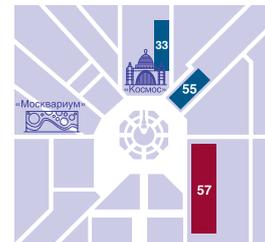
TALANL
silver

Павильон 57

ОПТОВО-РОЗНИЧНЫЙ ЗАЛ РАЗДЕЛ PREMIUM

1 ЭТАЖ

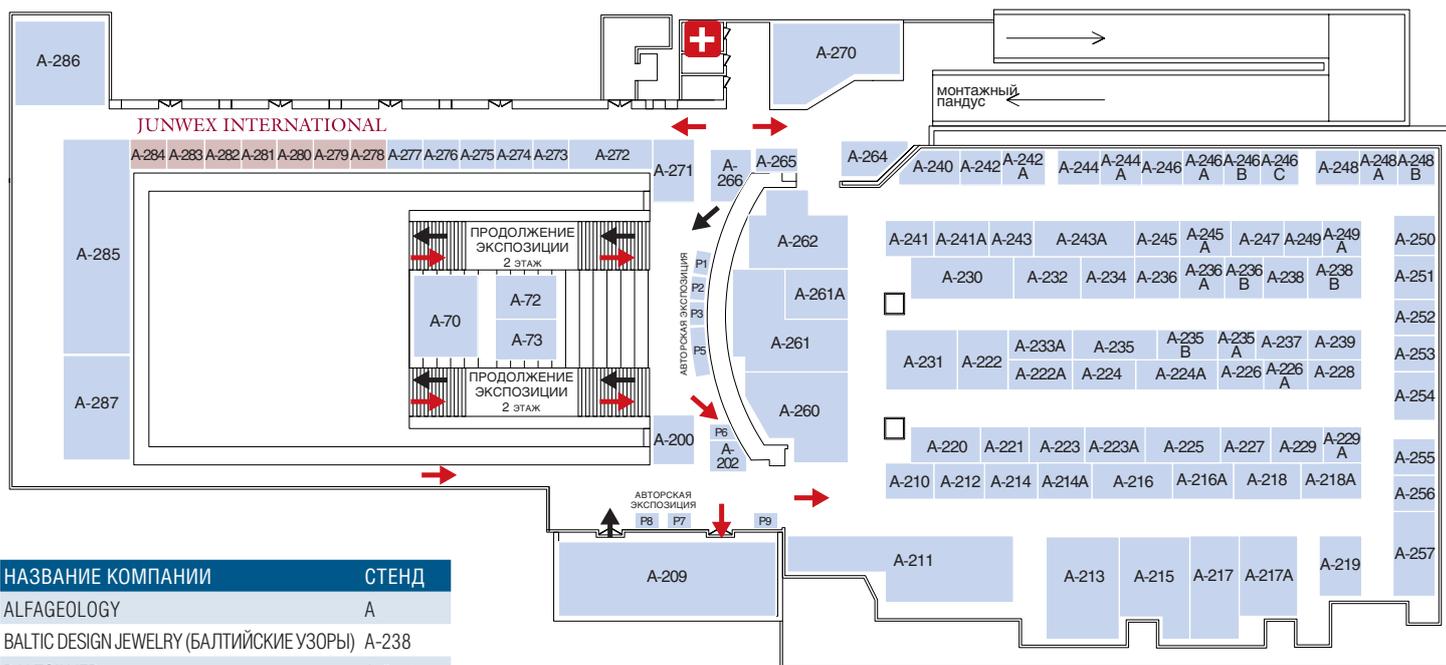
27 сентября — 1 октября 2023



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
BARTE	A-46A
BELLISSIMO JEWELRY	A-19
CLARITY (ЯКУТСКИЕ БРИЛЛИАНТЫ)	A-21
CONTINENT	A-137
CORONA	A-145
DARVIN JEWELRY	A-70
DEFLEUR	A-113
DEWI	A-20A
FIDELIS	A-4
GF. ITALIA (GOLDEN FORUM)	A-45
JEWEL	A-50
KRASNOE (СИДОРОВСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ФАБРИКА)	A-110
L-SILVER, КОРПОРАЦИЯ	A-132
MAXIM DEMIDOV	A-57
MOSTAR	A-22
NATASHA LIBELLE	A-30
NORD DIAMOND (ЯКУТСКИЕ БРИЛЛИАНТЫ)	A-51
OLAFA	A-46
OLIVA ЮП	A-139
PER SEMPRE, ЮФ	A-58
PLATIKA JEWELRY	A-73
PLATINA	A-33, A-285
SEVEN DIAMONDS	A-32
SOFIA BRILLIANT	A-26
STYLE AVENUE	A-124
SUN STONE	A-36
TALANT	A-115
TALANT SILVER	A-101

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
TOMGEM PLUS (БАТАЛИНА А. А., ИП)	A-64
URBAN M	A-53
VAMAR JEWELRY	A-63
VERONA	A-143
VIOLET (ВИОЛЕТ ЮД)	A-56
АБДУЛАЕВ А. А.	A-137A
АЛЬТМАСТЕР	A-146
АЛЬФА, ЮК	A-44
АНЖЕЛИКА	A-148
АПАРТ	A-20
АТОЛЛ, СЮЗ	A-3
АУДЖА	A-35
БЕЛЫЙ БРИЛЛИАНТ	A-72
БОБЫЛЕВ ИП	A-144A
ВЛАДИМИР ПИЧУГОВ	A-23
ГРАНАТ, ЮК	A-60
ГРАЦИЯ, ТД	A-150
ДАР, ЮК	A-141
ЕЛИЗАВЕТА	A-111
ЖЕМЧУЖНОЕ ПОДВОРЬЕ, ТМ	A-135
ЗЛАТОГОР	A-142
ЗОЛОТАЯ ПОДКОВА	A-4
ЗОЛОТО МАГАДАНА	A-37
ИМПЭКС	A-41
КАСТ, ЗАВОД	A-12A
КОМДРАГМЕТАЛЛ РС (Я)	A-54
КОСТРОМСКОЙ ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД	A-147
КРЕПКИЙ ОРЕШЕК	A-149
КУЛИКОВА С. А., ИП	A-46A

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
КУСТОВ, ЮП	A-140
МАГНАТ	A-134
МАСТЕР КЛИО	A-128
МЕГАГОЛД, ЮК	A-120
МСТЕРСКИЙ ЮВЕЛИР	A-150A
НАНОСТАР	A-59
НЕФРИТ (ДАНИЕЛЯН Л. С., ИП)	A-130
НОВОЕ ВРЕМЯ	A-131
ОСТРОВ СОКРОВИЩ	A-48
РЕМИКС	A-119
РИНГО	A-24
САЛАМ	A-101
САМОРОДОК ЕК	A-43
САХА АЛААС ЯКУТИЯ	A-62
САХА АЛМАЗ	A-61
СЕВЕРНАЯ ЧЕРНЬ	A-13
СИЯНИЕ СИБИРИ	A-27
СОРОКА, ТМ	A-66
СОРОКИН ЮК	A-126
СПЕЦСВЯЗЬ (ФГУП ГЦСС)	A
СТОЛИЦА, МЗЮИ	A-41
СУВЕНИРЫ БАЛТИКИ	A-25
СУГУЕВ	A-133
СУПЕРДЖЕМС	A-144
УРАЛЬСКОЕ ЗОЛОТО & ДЕМАНТОИДЫ	A-65
ФАБРИКА ГАЛЬВАНИКИ	A-140A
ФИТ	A-122
ЭВОРА, ТД	A-138
ЭСТЕТ, ЮЗ (БРЕНД GEVORKYAN)	A-52



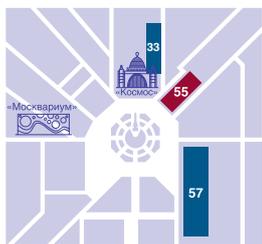
НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
ALFAGEOLOGY	A
BALTIC DESIGN JEWELRY (БАЛТИЙСКИЕ УЗОРЫ)	A-238
BALTSILVER	A-244
BEAVERS (БОБРОВ С. В., ИП)	A-229А
BONTA (БОНДАРЧУК Т. М., ИП)	A-236
BROVANZ	A-P6
CORDE	A-260
ELEMENT 47	A-270
ENZO BENZO — МУРАНКОЕ СТЕКЛО	A-226А
FILLART (КОЛОНИЦКИЙ Ф. А., ИП)	A-211
FRESH JEWELRY	A-230
GEM SILVER (КАЗАКОВ В. В., ИП)	A-221
INTALIA	A-209
JEWELRY GARDEN	A
KARION MELNIK	A-P8
KU&KU	A-232
KUBACHI JEWELRY	A-249А
LA NORDICA	A-222А
LAURENTIA.RU	A-236В
MARU JEWELRY	A-P1
MATVEEV & Co	A-P5
NEW GOLD	A-272
PEPELA JEWELRY	A-274
PERASKEVA	A-210
PLATINA	A-33, A-285
RAGANELLA PRINCESS	A-202
RICH GOLD (РИЧ ГОЛД, ТАНЗАНИТ ЮК)	A-261А
ROYAL GARNETS	A-253
RUSPEARLS	A-245А
SHNUROK-GAITAN	A
SILVER SKY (СИЛЬВЕР СКАЙ)	A-220
STILE.ME	A-216
SUN STYLE	A-224А
SVS DIAMOND	A-264
VALENCIA (ВАЛЕНСИЯ)	A-237
VICTORIA SILVER (ВИКТОРИЯ)	A-266
VLOES	A-242
YAROSLAVNA	A-241А
ZLATO, JF	A-216А
АВРОРА, ЮД	A-262
АВРОС	A-217А
АЛЕКСИ	A-227
АЛЬТАИР	A-218А

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
АЛЬФА-КАРАТ, ТПФ	A-261
АНЖЕЛИКА ШАВКУНОВА	A-249
АРИНА ЮК	A-215
БАЛЕКС 925	A-254
БАЛТИЙСКОЕ ЗОЛОТО	A-251
БРИЛЛИАНТЫ БЕЛОМОРЬЯ (ЗВЕЗДОЧКА, ЦС)	A-P2
БУЕВИЧ В. М.	A-246С
ВАЛЕНТИКО	A-252
ВАЛИЦКИЙ А. В., ИП	A-242А
ВЕГА	A-211
ВЕЛИКОЛЕПНЫЙ ВЕК	A-217А
ВИКТОРИЯ (REBEL HEART)	A-234
ВИПГОЛД	A-236А
ВЫСОКОВЫ 585	A-273
ГИАЛИТ КОСТРОМА	A-214А
ГОЛДИКА, БЮФ	A-219
ДВОРЕЦ ОБРУЧАЛЬНЫХ КОЛЕЦ (PRIMOSSA)	A-200
ДЖЕМФАБ	A-228
ДЖУZZ	A-265
ДЗЮБЬЯЖ В. Т., ИП	A-P7
ИАНА, ЮФ	A-256
ДИВА ЮВЕЛИР	A-246А
ЗОЛОТАЯ ЛАДЬЯ (ГОРЯЧКИНА О. А., ИП)	A-233А
ЗОЛОТАЯ СТОЛИЦА	A-276
ЗОЛОТО КУБАЧИ	A-239
ЗОЛОТО ОРХИДЕИ	A-223А
ЗОЛОТОЙ ДРАКОН	A-225
ЗОЛОТОЙ ИМИДЖ (GOLDEN IMADGE)	A-264
КАПОВАЯ ШКАТУЛКА	A-226
КАРАТ-К	A-244А
КРАСНАЯ ПРЕСНЯ	A-217
ЛАЙК	A-257
ЛЮКС, ЮК	A-240
МАРКИЗ	A-241
МАРШАЛ	A-223
НЕВСКИЙ-СПБ	A-211
ПИ JEWELRY	A-P1
ПРИВОЛЖСКИЙ ЮВЕЛИР	A-271

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
РИВЬЕРА, ЮК	A-247
РОСЗОЛОТО КУБАЧИ	A-224
РУССКИЕ РЕМЕСЛА, ЦЕНТР	A-218
РУССКИЙ СТИЛЬ	A-243А
РУССКИЙ ЮВЕЛИР, РА	A-211
СБ-ЗОЛОТО	A-212
СЕЛИВАНОВ Д. В., ИП	A-245
СЕРЕБРЯНАЯ ВЕНЕЦИЯ	A-271
СЕРЕБРЯНЫЕ КРЫЛЬЯ	A-275
СКЛАДНИ (SILVERAXION)	A-235В
СЛАВНОВ	A-222
ТУЛИКОВ	A-214
УКРАШЕНИЯ ИЗ ТИТАНА	A-P8
ФОМЕНКО, ЮД	A-255
ХОТЬКОВСКАЯ ФАБРИКА РЕЗНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ИЗДЕЛИЙ	A-P3
ЦЕНТР ПОДДЕРЖКИ ЭКСПОРТА КОСТРОМСКОЙ ОБЛАСТИ (ЦПЭКО)	A-213
ЦИРКОН С	A-211
ЭКСПО-ЮВЕЛИР	A
ЭЛЕГАНТ	A-246
ЮВЕЛИНА	A-235
ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ, ИД	A
ЯНТАРНАЯ ВОЛНА	A-231
ЯНТАРНАЯ МАНУФАКТУРА БАЛТИЙСКАЯ	A-238В
ЯНТАРНЫЙ ЛЕВ	A-246А
ЯНТАРЬ РОССИИ	A-248
ЯСПИС	A-250
ЯХОТН ЮВЕЛИР	A-243

CHINA PAVILION

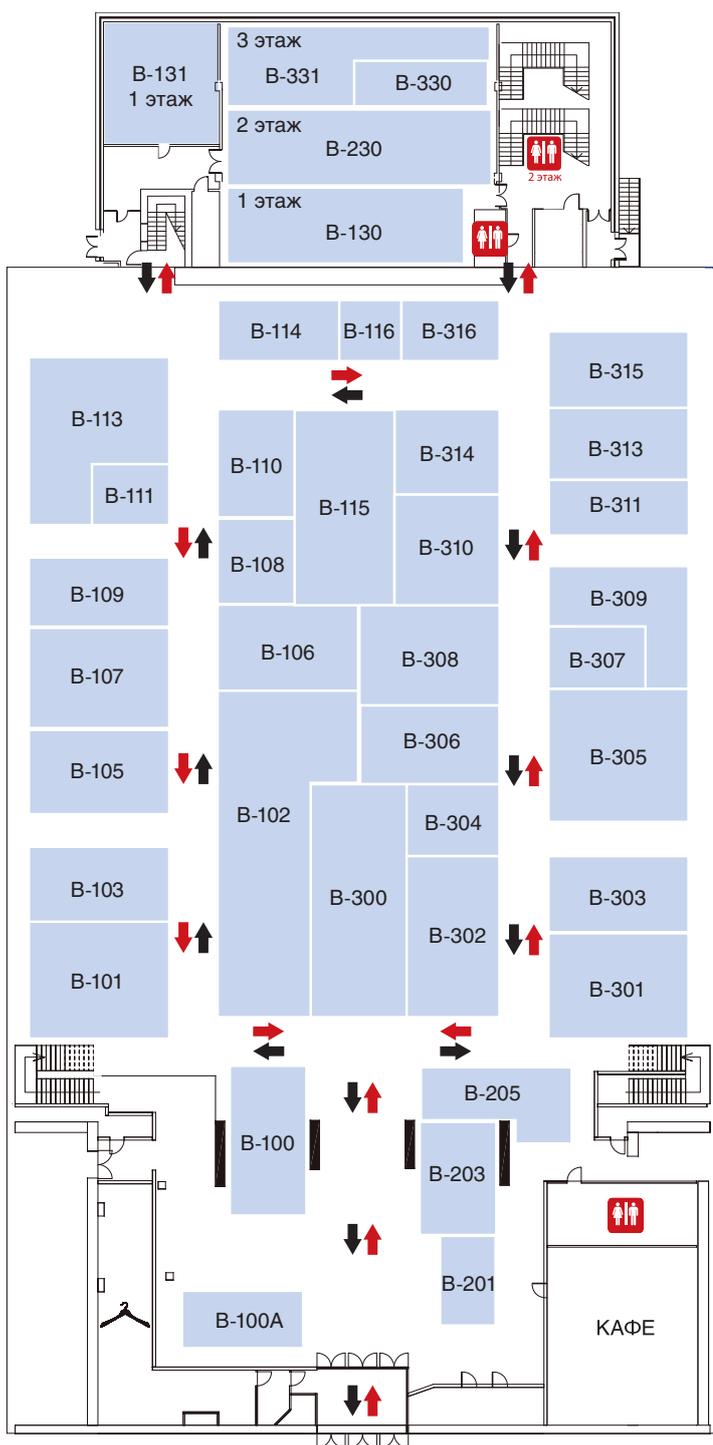
НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
CRYSDIAM TECHNOLOGY	A-281
GUANGZHOU ANDE	A-283
GUANGZHOU JUSTOP ACCESSORIES	A-278, 279
GUANGZHOU K GOLD JEWELRY	A-280
GUANGZHOU SHIKU	A-282



Павильон 55

27–29 сентября 2023

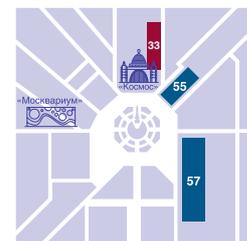
ОПТОВЫЙ ЗАЛ



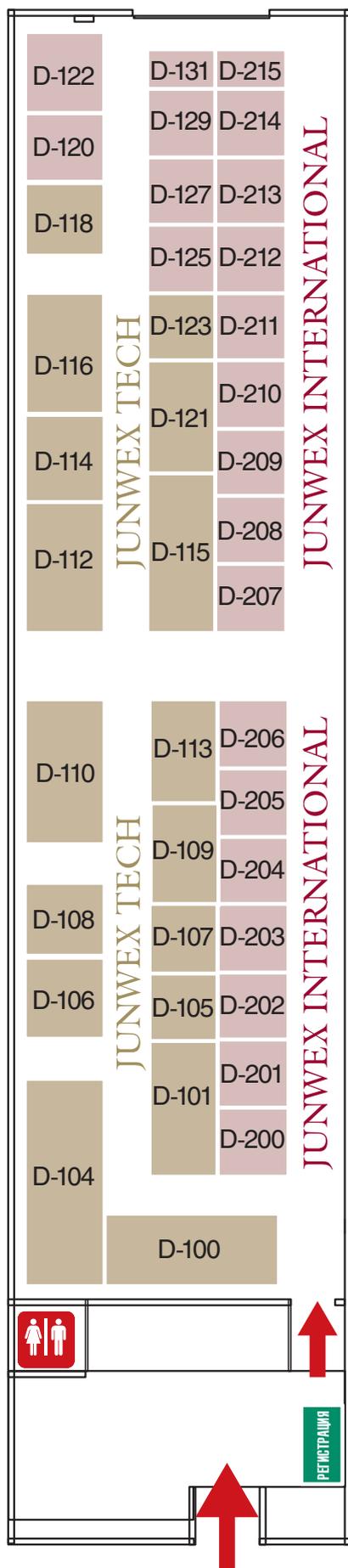
НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
BELLISSIMA TENTAZIONE	B-108
BERGER	B-309
BRILLIANT STYLE	B-203
DELTA DIAMONDS	B-100A
DELTA JEWELRY	B-130 (1 этаж)
DIAMOND UNION (БРИЛЛИАНТ СОЮЗ)	B-311
DINASTIA (ДИНАСТИЯ, ЮЗ)	B-308
EFREMOV	B-230 (2 этаж)
ERA JEWELLERY	B-101
GRIGORIEV DIAMOND HOUSE	B-103
KABAROVSKY, ЮД	B-115
MASTER BRILLIANT	B-102
ORTAGOLD	B-315
POKROVSKY JEWELRY	B-314
PRESTIGE JEWELRY	B-313
ROSE GRACE	B-109
SOKOLOV	B-331 (3 этаж)
SOUL JEWELRY	B-116
VESNA JEWELRY	B-105
АЛЬКОР КЮФ	B-301
БАРХАТНЫЙ СЕЗОН	B-304
БОЛЬШАКОВ	B-111
БРИЛЛИАНТЫ КОСТРОМЫ	B-305
ГРАНТ, ЮЗ	B-100
ИЛЛАДА, ЮП	B-307
ИМПЕРИАЛ, ЮК	B-106
КАРАВАЕВСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ФАБРИКА	B-316
КРАСНОСЕЛЬСКИЙ ЮВЕЛИР	B-110
КРАСНОСЕЛЬСКИЙ ЮВЕЛИРПРОМ	B-300
КРАСНОЯРСКИЙ ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД	B-131 (1 этаж)
КРАСЦВЕТМЕТ	B-330 (3 этаж)
ЛЕТО	B-201
МАРКАЗИТ	B-306
МАСКОМ	B-114
ПЕРВАЯ БРИЛЛИАНТОВАЯ	B-303
САНИС, СЗЮЗ	B-302
СЕНАТ	B-310
СЕРЕБРО РОССИИ	B-113
СТАТУС, ЮЗ	B-205
ЮВЕЛИРНЫЕ ТРАДИЦИИ	B-107

Павильон 33

27 сентября —
1 октября 2023



JUNWEX TECH & INTERNATIONAL



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
3D GOLD	D-118
AVALON	D-107
GALVANO	D-115
LASER BLAZE	D-109
LEGOR	D-114
SHARPLASE RUSSIA	D-112
SOLIDMASTER	D-105
БУЛУНМАЗ	D-116
КЛИО	D-110
ЛАЗЕРНЫЙ ЦЕНТР	D-104
ПРОГОЛД МАСТЕРСПЛАВЫ	D-121
ПРОМТЕХ	D-123
РУТА	D-101
САПФИР	D-100
ЮВЕЛИР ПАРТНЕР	D-113
ЮВИН	D-106
ЮМО	D-108

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
CHINA PAVILION	
3D GOLD	D-118
DONGGUAN ELEGANT PACKAGING	D-208
GUANGZHOU JIZHILIN	D-200, D-201
GUANGZHOU SANYI	D-206
YIWU BRAVOPAPER PRODUCT	D-207
ZHEJIANG LIXIN JEWELLERY TECHNOLOGY	D-209, D-210
TURKIYE PAVILION	
ETNA DIAMOND	D-212, D-213
FABOR KUYUMCULUK	D-125
HAXER MAKINA	D-211
PALA KALIP MAKINA	D-214, D-215, D-129, D-131
SINA PIRLANTA	D-120, D-122



«585*ЗОЛОТОЙ» УВЕЛИЧИЛА ПРОДАЖИ ОБРУЧАЛЬНЫХ КОЛЕЦ НА 25 МЛН РУБЛЕЙ

Акция на портале «Свадьба 585» ювелирной сети «585*ЗОЛОТОЙ» привлекла 2000 новых клиентов и увеличила продажи обручальных колец на 25 миллионов рублей.

Конкурс стартовал 20 июня на портале «Свадьба 585» и уже по итогам первых двух недель показал активную реакцию аудитории.

Условиями участия стали покупка обручальных колец в «585*ЗОЛОТОЙ», регистрация на портале «Свадьба 585» и комментарий с датой свадьбы под постом об акции. Каждые две недели генератор случайных чисел определяет победителей, которым достаются подарочные сертификаты номиналом 25, 10 и 5 тысяч рублей на покупки в сети «585*ЗОЛОТОЙ». А скидку в 15% на следующее украшение получают все участники конкурса.

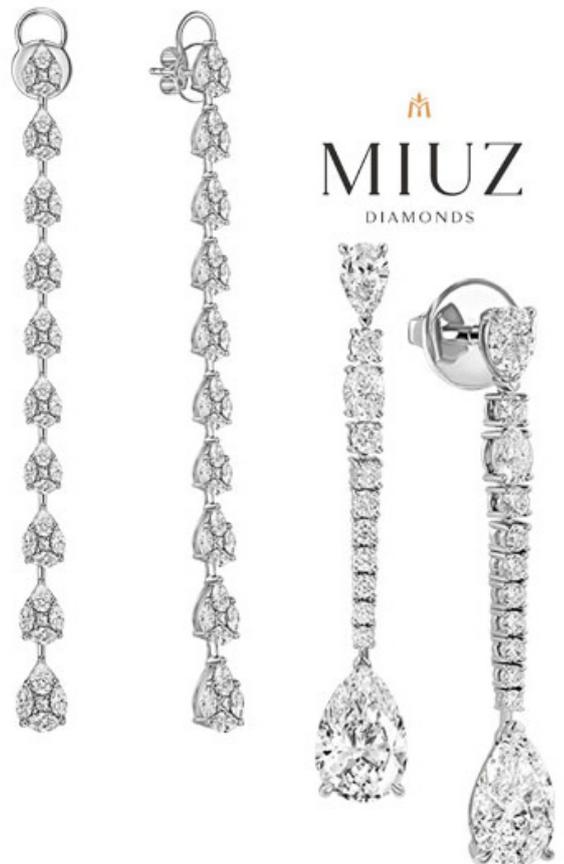
«Эта акция станет самой продолжительной из всех, что мы проводили на портале «Свадьба 585». Помимо роста продаж обручальных колец, она позволила увеличить и количество зарегистрированных на свадебном портале пользователей – в три раза по сравнению с показателем предыдущего месяца. Ювелирной сети сбор контактов дает расширение клиентской базы и лидогенерацию.

*Клиентам регистрация тоже выгодна – помимо участия в конкурсах, которые мы проводим регулярно, они получают доступ к личному кабинету с индивидуальными скидками и подарками от «585*ЗОЛОТОЙ» и брендов-партнеров, доступ ко всем сервисам сайта и к Каталогу свадебных специалистов», – отмечает Андре Шляев, Директор по маркетингу и развитию розничных продаж ювелирной сети «585*ЗОЛОТОЙ».*

КОЛЛЕКЦИЯ MIUZ DIAMONDS ДЛЯ ИДЕАЛЬНОЙ СВАДЬБЫ

Свадебные тренды стремительно сменяют друг друга, однако, большинство невест все еще мечтают о классике. В моде всегда остаются светлые чувства, теплые объятия и безупречные бриллианты. Такие, как в MIUZ Diamonds.

УДЛИНЕННЫЕ СЕРЬГИ, ниспадающие вдоль линии шеи – именно то украшение, которое способно подчеркнуть сияние глаз счастливой невесты.



«ТЕННИСНЫЕ» УКРАШЕНИЯ – основа любого ювелирного гардероба и идеальное решение для образа невесты. Мягкие бриллиантовые нити с подвижными соединениями добавляют образу нотку аристократизма и роскоши, а еще – щепотку волшебства!

«СЕРЕБРОНИКА» ПРЕДСТАВИЛА КОЛЛЕКЦИЮ «ПЕРМСКИЙ ПЕРИОД»

Пермская ювелирная компания «Сереброника» представила линейку украшений «Пермский период».

“Коллекция посвящена наследию Пермской палео-заводской цивилизации, самобытность которой стала определяющей в генотипе пермской идентичности. Основными чертами являются: опора на традиции позднего палеозоя, самобытная заводская культура и своеобразный пермский юмор”, - отмечено на сайте компании.

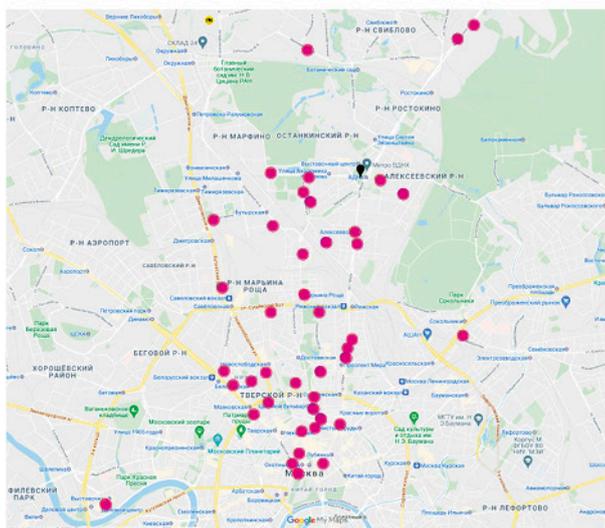
Яркими персонажами коллекции стали Первый гидромеханик Эстемменозух, Артиллерийский Жук-Лакомка, Авиаммонит, Чудо-рыбо-пило-зуб Геликоприон, Губернатор-Трилобит и другие герои Палео-заводской цивилизации.



СОВМЕСТНАЯ РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ на видеоскренах в сети АЗБУКИ ВКУСА, АЗС и торговых центрах



Размещение изделий компании в рекламном ролике выставки
Размещение в течение **14 дней**, ролик **15 секунд**



Рекламные носители	Количество экранов	Число показов
Азбука вкуса	47	315 840
АЗС	16	107 520
Бизнес центры	19	68 400
Охотный ряд	6	1 096

Стоимость 160 000 руб.

(с учетом НДС)



ЭКСКЛЮЗИВНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ ПО СОВМЕСТНОЙ РЕКЛАМНОЙ КОМПАНИИ НА ВДНХ

**Разместим ваши изделия в качестве имиджа
выставки на рекламных носителях ВДНХ**

Большой баннер 6х3
на главном входе ВДНХ



Навигационные щиты 1,5х3
на территории ВДНХ



Два видеозэкрана
на входе 57 павильона



Навигационные щиты 3х3 м
на территории ВДНХ



Стоимость 220 000 руб.

(с учетом НДС)



JUNWEX

Отраслевой медиа-холдинг

Тел : (812) 303 98 69

Факс : (812) 320 01 41

www.junwex.com



@junwex_fair