



Ювелирная Россия

Новостной еженедельник

787 от 8 августа 2023

- www.junwex.com

ВОЗМЕСТИТЕ ЗАТРАТЫ НА УЧАСТИЕ В ВЫСТАВКАХ

Мы рады предложить Вам воспользоваться возможностью получить кэшбэк за участие в выставках JUNWEX, которые попадают под действие программы регионального субсидирования.

В Санкт-Петербурге в 2023 году возместят документально подтвержденные затраты в размере 80% от общей суммы затрат, но не более одного миллиона рублей для одного предприятия.

В КАЖДОМ ГОРОДЕ
УСТАНОВЛЕНЫ СВОИ
УСЛОВИЯ, ПОЭТОМУ НА
САЙТЕ JUNWEX.COM МЫ
ОПУБЛИКОВАЛИ СПИСОК
РЕГИОНОВ СО ССЫЛКАМИ,
ГДЕ МОЖНО УЗНАТЬ
ПОДРОБНОСТИ.

Заявления на предоставление субсидий будут приниматься через личный кабинет на сайте «Центра развития и поддержки предпринимательства» crpp.ru

Более подробная информация:
(812) 372-52-90 или info@crpp.ru



СТАМБУЛ ПО ЦЕНЕ ПЕРЕЛЕТА!

Клуб “Российская Ювелирная Торговля” Делегация на Istanbul Jewelry Show отправится с 5 по 8 октября.

Как всегда, Клуб окажет всю необходимую поддержку и сопровождение на протяжении всей поездки. Мы возьмем на себя организационные вопросы, включая бронирование билетов, размещение, трансферы и участие в деловых мероприятиях.

Авиаперелет и мед.страховка оплачиваются самостоятельно

ДЛЯ ЧЛЕНОВ КЛУБА, КОТОРЫЕ В ЭТОМ ГОДУ ЕЩЕ НЕ УСПЕЛИ ВОСПОЛЬЗОВАТЬСЯ ЭТОЙ ПРОГРАММОЙ, МЫ ПРЕДЛАГАЕМ:

- Проживание 3 ночи в отеле 5*
- VIP регистрация
- Вход в VIP зону
- Помощь переводчика
- Участие в программе matchmaking (поиск поставщиков)

Istanbul Jewelry Show привлекает участников со всего мира, что делает выставку идеальной платформой для встречи с передовыми производителями и дизайнерами ювелирных изделий. Не упустите возможность расширить свою сеть профессиональных связей!

Количество мест ограничено!

Для участия в программе необходимо прислать запрос на info@jewellerclub.ru



JUNWEX INTERNATIONAL ЗНАКОМИМСЯ С УЧАСТНИКАМИ ИЗ КИТАЯ

GUANGZHOU K GOLD JEWELRY FACTORY

Член Ассоциации ювелиров Гуанчжоу. Компания более 13 лет на рынке, и за это время разработала более 8000 вариантов дизайна украшений. Готова принимать заказы ODM и OEM.

Основная специализация:

Ювелирные изделия с натуральным жемчугом, ларимаром, зеленой шпинелью/танзанитом, изумрудами и другими натуральными камнями. Украшения с “танцующими” бриллиантами.

A-280, ПАВИЛЬОН 57



GUANG ZHOU JUSTOP ACCESSORIES LTD

Компания специализируется на производстве модных украшений и модных аксессуаров. на рынке 15 лет, имеет собственный шоурум в Париже и торговых представителей во Франции и Польше.

A-278, A-279, ПАВИЛЬОН 57





NINGBO CRYSDIAM TECHNOLOGY CO. LTD.

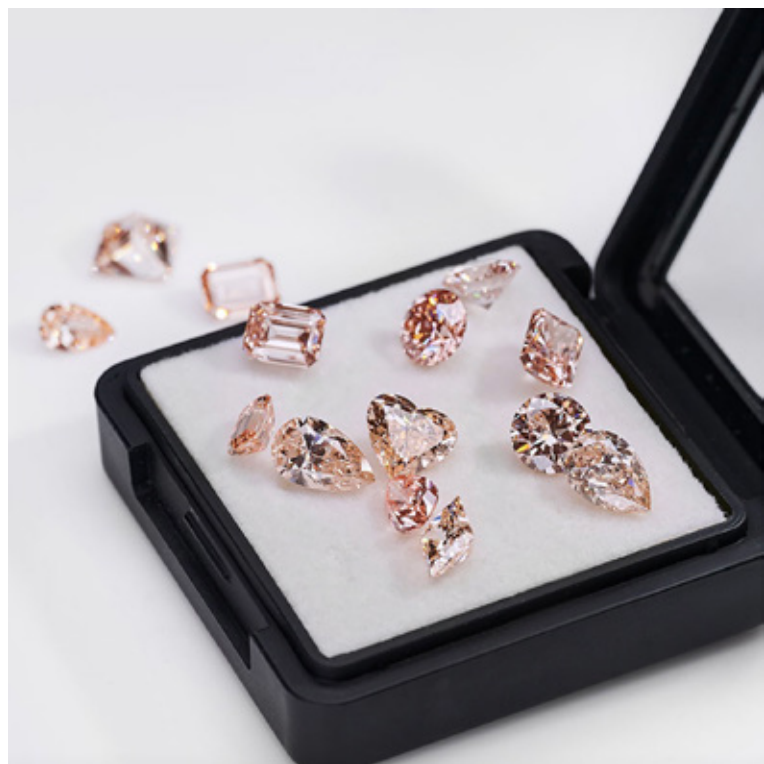
Компания основана в 2013 году, специализируется на промышленном производстве и высокотехнологичных применениях CVD алмазов.

Crysdiam обладает несколькими правами на интеллектуальную собственность и титулами “Национальное высокотехнологичное предприятие” и “Национальный маленький гигант”. Это предприятия в разных сегментах рынка, обладающие передовыми технологиями, отличным качеством и преимуществами.

Crysdiam изучает и развивает применение монокристаллических алмазов большого размера в лазерных кристаллах, оптических окнах, теплоотводах, квантовых материалах и мощных устройствах. Оборудование MP-CVD, разработанное Crysdiam, может удовлетворить требования к легированию высокотехнологичных функциональных устройств, реализовать высокоточное контролируемое легирование газа и производить в промышленных масштабах высококачественные монокристаллические алмазы размером более 35*35 мм.

Продукция широко используется в ювелирных и технологических областях.

A-281, ПАВИЛЬОН 57



ANDE JEWELRY COMPANY LTD.

Компания является оптовым поставщиком драгоценных камней и работает в индустрии более 20 лет.

Предприятие ориентируется на высококачественные и модные украшения по умеренной цене и использует только натуральные камни.

A-283, ПАВИЛЬОН 57



GUANGZHOU JZL JEWELRY CO. LTD

Компания производит украшения из серебра 925 пробы: бусы, серьги, кольца, ожерелья, браслеты и многое другое. Доступна персонализация изделий и подгонка под индивидуальные требования заказчика.

Команда дизайнеров регулярно запускает около сотни новых украшений каждый месяц. С общим количеством SKU более 10 000 и складскими запасами более 10 миллионов, компания готова обеспечить стабильные поставки товаров.

200, 201, ПАВИЛЬОН 33



SHENZHEN TAIFENGLONG AUTOMATION EQUIPMENT CO. LTD.

Высокотехнологичная корпорация, специализирующаяся на исследованиях и разработках, производстве, продаже и обслуживании оборудования для изготовления ювелирных изделий.

Основная продукция: станок для изготовления цепей, машина для волочения проволоки, прокатный стан для листового проката, станок для алмазной резки и т.д.



202, ПАВИЛЬОН 33



SHENZHEN SUANZI JEWELRY EQUIPMENT CO.,LTD

Производство, импорт, экспорт и
оптовая продажа инструментов для
геомологов и ювелиров.

Геммологическое оборудование,
лупы, УФ-лампы, манометры,
пинцеты, плоскогубцы, кусачки,
полировальные наконечники и
составы, очистители, рабочие
инструменты, а также все для
упаковки и демонстрации.

203, ПАВИЛЬОН 33



ZHEJIANG LIXIN JEWELLERY TECHNOLOGY CO. LTD

Компания является одним из крупнейших поставщиков цепевязального оборудования в Китае. Основное направление деятельности - исследования и производство оборудования, а также обучение специалистов и предоставление сопутствующих услуг.

204, ПАВИЛЬОН 33



DONGGUAN ELEGANT PACKAGING MANUFACTURING CO. LTD

Компания производит высококачественные футляры для ювелирных изделий.

Основная часть продукции экспортируется на рынки Европы и Америки. Штаб-квартиры по развитию и продажам расположены в Шэньчжэне, а фабрики - в Дунгуани и Наньнине.

205, ПАВИЛЬОН 33

Самые популярные товары всегда есть на складе и могут быть отгружены в течение 48 часов. Компания также принимает индивидуальные заказы.



SHENZHEN GUANGLIJIN TECHNOLOGY CO. LTD

Компания была основана в 2004 году и является национальным сертифицированным высокотехнологичным предприятием.

Компания имеет более 60 корпоративных патентов. Guanglijin уже почти 20 лет занимается исследованиями и разработками оборудования для обработки

ювелирных изделий с ЧПУ. 5,6,7,8 и 9-осевые станки, токарно-фрезерные композитные станки, оборудование для лазерной резки и гравировки, станки для быстрой токарной обработки, бисерные станки и другие модели, которые в основном используются в ювелирных изделиях, часах и других изделиях.

207, 208, ПАВИЛЬОН 33



СПЕЦПРЕДЛОЖЕНИЕ

Заяви о себе на одном из самых
больших медиафасадов в Москве –
ЭКРАНЕ ГОСТИНИЦЫ КОСМОС



Предлагаем разместить совместный рекламный ролик
Размеры Медиафасада: 19,46x45,06 м

Период размещения рекламно-информационных
материалов Заказчика: **10 дней**

Период размещения	10 дней
Хронометраж ролика	15 секунд
Длительность 1 рекламного блока	5 минут
Количество выходов в рекламном блоке	1
Количество выходов за рекламную компанию	5760
Стоимость размещения совместного рекламного ролика	270 000 руб.



ХІХ МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА
ЮВЕЛИРНЫХ И ЧАСОВЫХ БРЕНДОВ

JUNWEX

МОСКВА

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



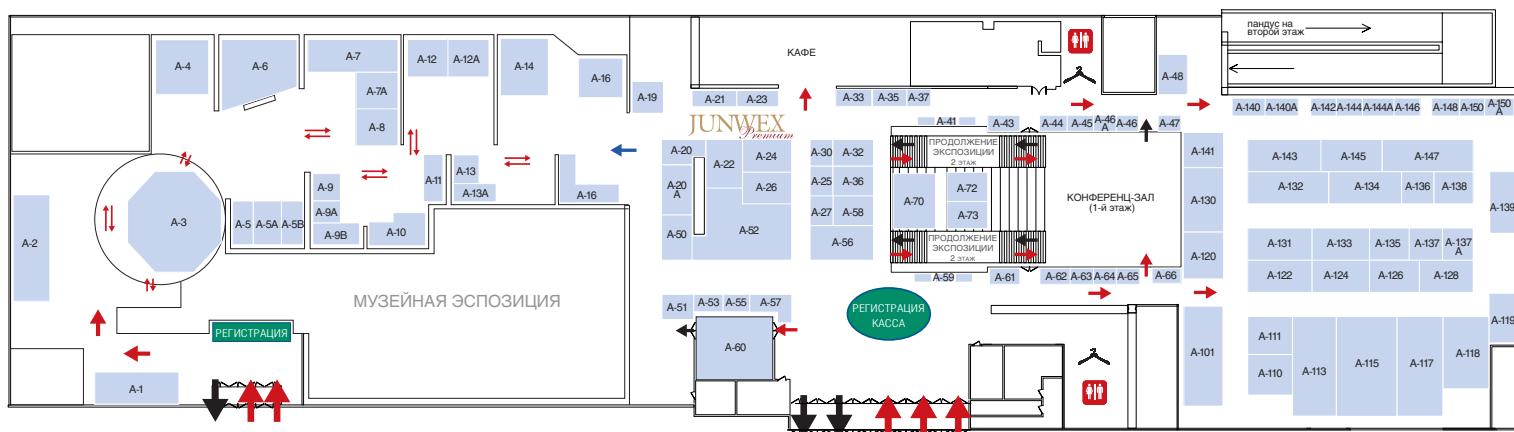
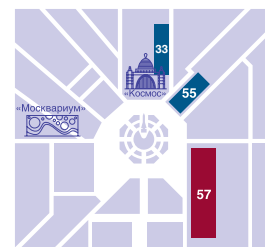
TALAN.L
silver

Павильон 57

ОПТОВО-РОЗНИЧНЫЙ ЗАЛ РАЗДЕЛ PREMIUM

1 ЭТАЖ

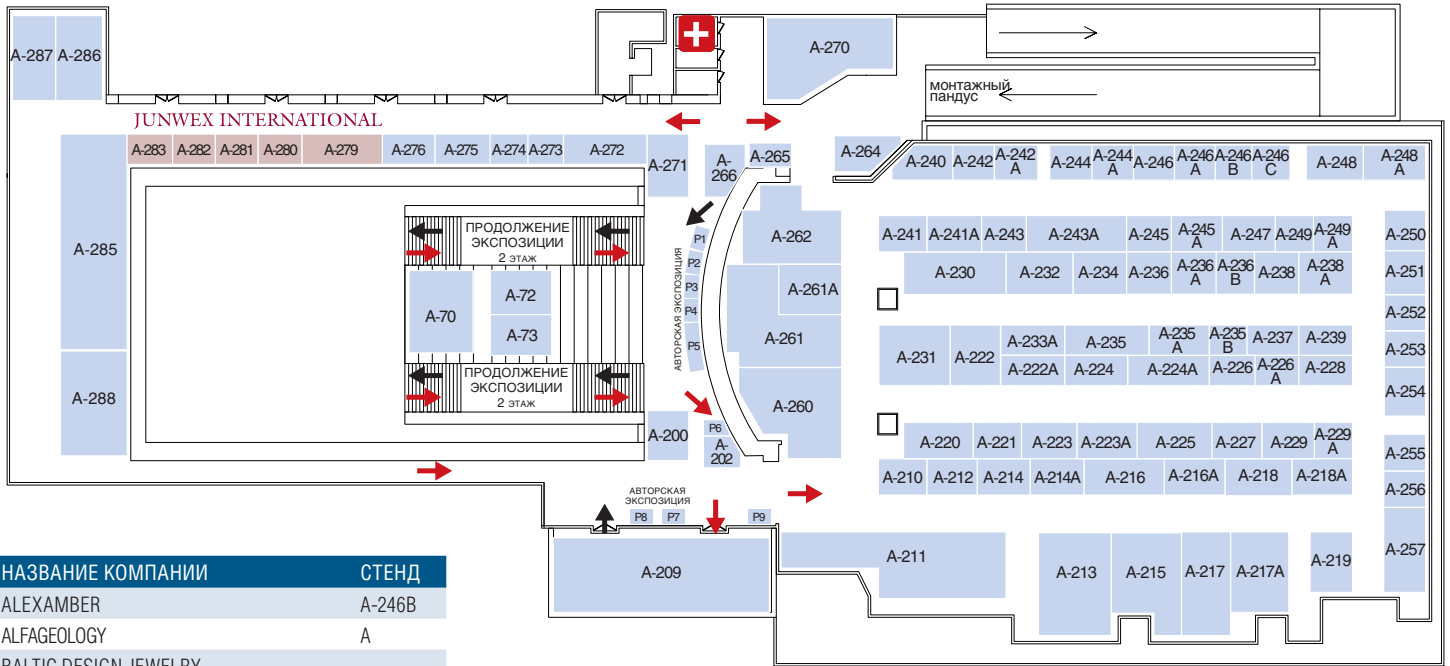
27 сентября — 1 октября 2023



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
ART JEWELLER	A-12
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
GOLDEN GLOB	A-9B
JEWEL	A-50
KRASNOE (СИДОРОВСКАЯ ЮФ)	A-110
L-SILVER, КОРПОРАЦИЯ	A-132
MARU JEWELRY	A-47
MASTER ART	A-13A
MAXIM DEMIDOV	A-56
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
PLATINOR	A-9A
SEVEN DIAMONDS	A-32
SOFIA BRILLIANT	A-26
STYLE AVENUE	A-124
SUN STONE	A-36
TALANT	A-115

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
TALANT SILVER	A-101
TOMGEM PLUS (БАТАЛИНА А. А., ИП)	A-64
TRILLIANT	A-11
URBAN M	A-53
VAMAR JEWELRY	A-63
VERONA	A-143
VIOLET (ВИОЛЕТ ЮД)	A-57
ZOLOTYE UZORY	A-16
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-55
КОСТРОМСКОЙ ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД	A-147
КРЕПКИЙ ОРЕШЕК	A-118
КУСТОВ, ЮП	A-140
ЛАЗУРИТ-К	A-136

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
МАГНАТ	A-134
МАСТЕР КЛИО	A-128
МЕГАГОЛД, ЮК	A-120
МСТЕРСКИЙ ЮВЕЛИР	A-150A
МЭЮЗ ЮВЕЛИРПРОМ	A-14
НАНОСТАР	A-59
НЕФРИТ (ДАНИЕЛЯН Л. С., ИП)	A-130
НОВОЕ ВРЕМЯ	A-131
ОСТРОВ СОКРОВИЩ	A-48
ПРИМАЭКСКЛЮЗИВ	A-10
РАДУГА, ЮФ	A-7
РЕМИКС	A-119
РИНГО	A-24
РУССКИЕ САМОЦВЕТЫ	A-117
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-5
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



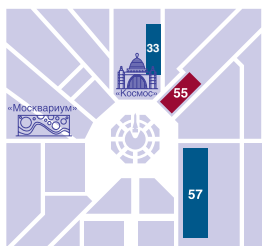
НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
ALEXAMBER	A-246B
ALFAGEOLOGY	A
BALTIC DESIGN JEWELRY (БАЛТИЙСКИЕ УЗОРЫ)	A-238
BALTSILVER	A-244
BEAVERS (БОБРОВ С. В., ИП)	A-229A
BONTA (БОНДАРЧУК Т. М., ИП)	A-236
BROVANZ	A-P6
CORDE	A-260
ELEMENT 47	A-270
ENZO BENZO — МУРАНКОЕ СТЕКЛО	A-226A
FILLART (КОЛОНИЦКИЙ Ф. А., ИП)	A-211
FRESH JEWELRY	A-230
GEM SILVER (КАЗАКОВ В. В., ИП)	A-221
JEWELRY GARDEN	A
KARION MELNIK	A-P7
KU&KU	A-232
KUBACHI JEWELRY	A-249A
LA NORDICA	A-222A
LAURENTIA.RU	A-235A
MATVEEV &Co	A-P5
NEW GOLD	A-272
PERASKEVA	A-210
PLATINA	A-33, A-285
RAGANELLA PRINCESS	A-202
RICH GOLD (РИЧ ГОЛД, ТАНЗАНИТ ЮК)	A-261A
ROYAL GARNETS	A-253
RUSPEARLS	A-245A
SARGON	A-209
SHNUROK-GAITAN	A
SILVER SKY (СИЛЬВЕР СКАЙ)	A-220
STILE.ME	A-216
SUN STYLE	A-224A
VALENCIA (ВАЛЕНСИЯ)	A-237
VICTORIA SILVER (ВИКТОРИЯ)	A-266
VLOES	A-242
YAROSLAVNA	A-241A
ZLATO, JF	A-216A
АВРОРА, ЮД	A-262
АВРОС	A-217A
АЛЕКСИ	A-227
АЛЬТАИР	A-218A
АЛЬФА-КАРАТ, ТПФ	A-261
АНЖЕЛИКА ШАВКУНОВА	A-249

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
АРИНА ЮК	A-215
БАЛЕКС 925	A-254
БАЛТИЙСКОЕ ЗОЛОТО	A-251
БРИЛЛИАНТЫ БЕЛОМОРЬЯ (ЗВЕЗДОЧКА)	A-P3
ВАЛЕНТИКО	A-252
ВАЛИЦКИЙ А. В., ИП	A-242A
ВЕГА	A-211
ВЕЛИКОЛЕПНЫЙ ВЕК	A-217A
ВИКТОРИЯ (REBEL HEART)	A-234
ВИПГОЛД	A-236A
ВЫСОКОВЫ 585	A-273
ГИАЛИТ КОСТРОМА	A-214A
ГОЛДИКА, БЮФ	A-219
ДВОРЕЦ ОБРУЧАЛЬНЫХ КОЛЕЦ (PRIMOSSA)	A-200
ДЖЕМФАБ	A-228
ДЖУZZ	A-265
ДЗЮБЬЯК В. Т., ИП	A-P8
ДИАНА, ЮФ	A-256
ДИВА ЮВЕЛИР	A-246A
ЗОЛОТАЯ ЛАДЬЯ (ГОРЯЧКИНА О. А., ИП)	A-233A
ЗОЛОТАЯ СТОЛИЦА	A-275
ЗОЛОТО КУБАЧИ	A-239
ЗОЛОТО ОРХИДЕИ	A-223A
ЗОЛОТОЙ ДРАКОН	A-225
ЗОЛОТОЙ ЗАПАСЬ	A-248A
КАПОВАЯ ШКАТУЛКА	A
КАРАТ-К	A-244A
КЛАССИКА	A-P2
КРАСНАЯ ПРЕСНЯ	A-217
ЛАЙК	A-257
ЛЕНА ТОММИ	A-276
ЛЮКС, ЮК	A-240
МАРКИЗ	A-241
МАРШАЛ	A-223
МЕРКУРИЙ, ТД	A-264
НЕВСКИЙ-СПБ	A-211
ПИ JEWELRY	A-P1
ПРИВОЛЖСКИЙ ЮВЕЛИР	A-271
РИВЬЕРА, ЮК	A-247

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
РОСЗОЛОТО КУБАЧИ	A-224
РУССКИЕ РЕМЕСЛА, ЦЕНТР	A-218
РУССКИЙ СТИЛЬ	A-243A
РУССКИЙ ЮВЕЛИР, РА	A-211
СБ-ЗОЛОТО	A-212
СЕЛИВАНОВ Д. В., ИП	A-245
СЕРЕБРЯНАЯ ВЕНЕЦИЯ	A-271
СЕРЕБРЯНЫЕ КРЫЛЬЯ	A-274
СКЛАДНИ (SILVERAXION)	A-235B
СЛАВНОВ	A-222
ТУЛИКОВ	A-214
УКРАШЕНИЯ ИЗ ТИТАНА	A-P7
ФОМЕНКО, ЮД	A-255
ХОТЬКОВСКАЯ ФАБРИКА РЕЗНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ИЗДЕЛИЙ	A-P4
ЦЕНТР ПОДДЕРЖКИ ЭКСПОРТА КОСТРОМСКОЙ ОБЛАСТИ (ЦПЭКО)	A-213
ЦИРКОН С	A-211
ЭДМ АРТ	A-226
ЭКСПО-ЮВЕЛИР	A
ЭЛЕГАНТ	A-246
ЮВЕЛИНА	A-235
ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ, ИД	A
ЮВЕЛИРНОЕ ПОДВОРЬЕ	A-229
ЯНТАРНАЯ ВОЛНА	A-231
ЯНТАРНАЯ ЛАГУНА	A-236B
ЯНТАРНАЯ МАНУФАКТУРА БАЛТИЙСКАЯ	A-238A
ЯНТАРНЫЙ ЛЕВ	A-246C
ЯНТАРЬ РОССИИ	A-248
ЯСПИС	A-250
ЯХОНТ ЮВЕЛИР	A-243

CHINA

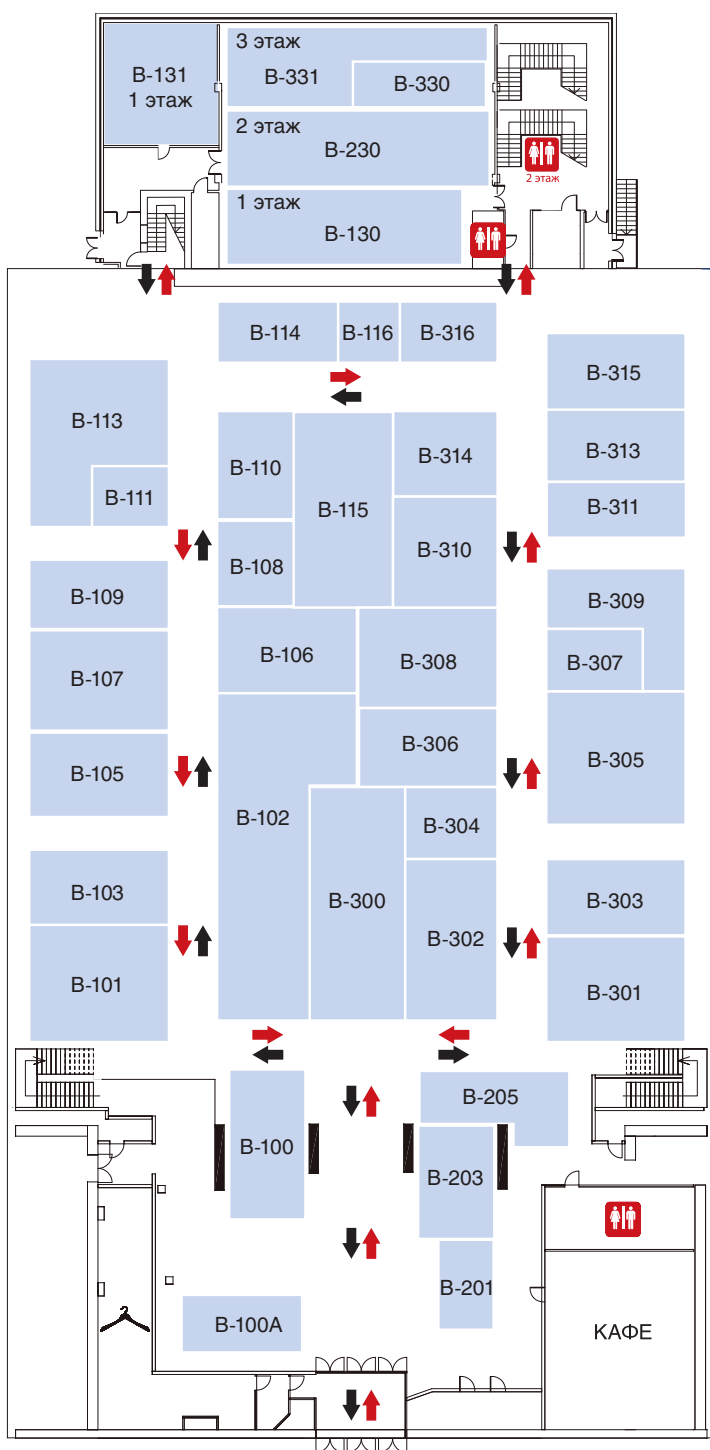
НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
CRYSDIAM TECHNOLOGY	A-281
GUANGZHOU ANDE	A-283
GUANGZHOU JUSTOP ACCESSORIES	A-279
GUANGZHOU K GOLD JEWELRY	A-280



Павильон 55

27–29 сентября 2023

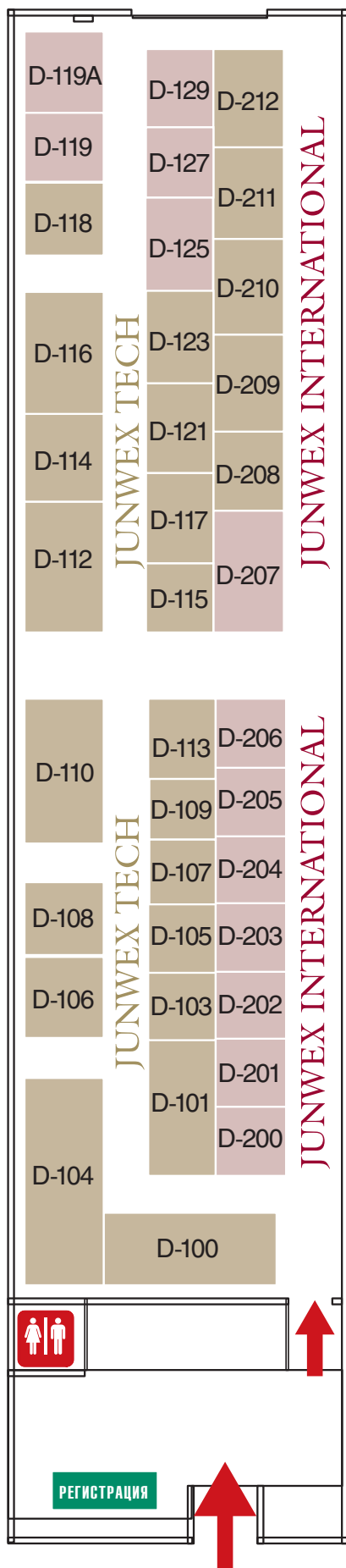
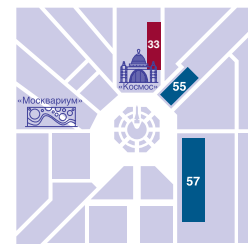
ОПТОВЫЙ ЗАЛ



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-101
LASER BLAZE	D-109
LEGOR	D-114
SHARPLASE RUSSIA	D-113
SOLIDMASTER	D-105
БУЛУНМАЗ	D-116
КЛИО	D-110
ЛАЗЕРНЫЙ ЦЕНТР	D-104
РУТА	D-101
ЮВЕЛИР ПАРТНЕР	D-117
ЮВИН	D-106
ЮМО	D-108
ЮВЕЛИР ПАРТНЕР	D-113
ЮВИН	D-106
ЮМО	D-108

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
CHINA	
DONGGUAN ELEGANT PACKAGING	D-205
GUANGZHOU JIZHILIN	D-200
SHENZHEN GUANGLIJIN TECHNOLOGY	D-207
SHENZHEN TAIFENGLONG AUTOMATION EQUIPMENT	D-202
SUANZHI JEWELRY EQUIPMENT	D-203
YIWU BRAVOPAPER PRODUCT	D-206
ZHEJIANG LIXIN JEWELRY TECHNOLOGY	D-204
TURKIYE	
CODIA DIAMOND	D-129
PALA GOLDEN JEWELRY	D-119A
UNIWAY	D-127



ЯНТАРНЫЙ КОМБИНАТ ВЫПОЛНИЛ ПЕРВУЮ ОТГРУЗКУ ПО НОВОМУ КОНТРАКТУ С ЯНТАРНЫМ КЛАСТЕРОМ

Контракт с Ассоциацией «Кластер янтарной промышленности Калининградской области» заключен в июле и предполагает поставку комбинатом 10-ти тонн янтаря ситовых фракций до конца 2023 года. Ключевое условие соглашения – стопроцентная переработка сырья в регионе. Первые 2,5 тонны сырья уже поступили заказчику.

К ситовой фракции относится янтарь, прошедший на этапе механической сортировки через систему фильтрации. Ширина каждого отсеянного таким образом образца не превышает 23 мм.

«Первый контракт был выполнен в полном объеме, опыт признан успешным. Весь приобретенный кластером янтарь переработан в полуфабрикат и готовую продукцию. Прямой оптовый контракт – это

достаточно удобный механизм обеспечения производственных потребностей переработчиков области.

В отличие от биржи или аукционов, которые в какой-то степени являются лотерей, прямой контракт дает гарантии, что, во-первых, янтарь ты точно купишь и никто тебя не обыграет, а во-вторых, купишь по конкретной фиксированной цене. В рамках нового договора с комбинатом нами приобретается ситовая фракция - наиболее востребованная на сегодняшний день», – прокомментировал руководитель Ассоциации «Кластер янтарной промышленности Калининградской области» Антон Федосов.

Впервые Комбинат заключил оптовый контракт не просто с

отдельным переработчиком, а промышленным кластером, который объединяет около сорока производителей продукции из янтаря, в 2021 году. Формат такой поставки был разработан по предложению властей региона для ограничения возможности перепродажи сырья. В коллективной закупке по первому контракту участвовали 17 компаний.

«Весь объем янтаря будет отгружен до конца года. Следующая поставка запланирована на середину сентября. Уже сейчас мы начинаем принимать от кластера заявки на 2024 год для того, чтобы зарезервировать необходимый объем сырья. Действующий контракт направлен на поддержку переработчиков и является единственным прямым контрактом комбината с покупателями сырья.»

Согласно торгово-сбытовой политике комбината добытый на предприятии янтарь реализуется через открытые конкурсные торговые процедуры – на бирже «Санкт-Петербург» и в ходе аукционов», – пояснил руководитель службы реализации янтарного сырья Калининградского янтарного комбината Максим Ломакин.

На биржевой площадке комбинат реализует порядка 500 тонн янтаря в год на сумму более 3 млрд рублей. На бирже выставляется на продажу в среднем 3-5 тонн камня различных фракций в день. В текущем году запланировано 11 аукционов для переработчиков.

Очередные, седьмые по счету, торги для малого и среднего бизнеса пройдут на комбинате 11 августа.



// FORBES: ОБОРОТ ЮВЕЛИРНОГО РЫНКА В РОССИИ В ПЕРВОМ ПОЛУГОДИИ ВЫРОС НА 1,2%

Розничные продажи на российском ювелирном рынке в первом полугодии 2023 года достигли 141,6 млрд рублей, что на 1,2% выше показателей аналогичного периода прошлого года. Об этом говорится в поступившем Forbes исследовании аналитического центра компании Sokolov (динамику ювелирного рынка компания агрегирует на собственных исследованиях рынка и данных «СберАналитики», Ассоциации компаний интернет-торговли и Росстата).

«Результатом резкого ухода с рынка международных брендов в марте – апреле прошлого года стала разнонаправленная динамика развития рынка в I и II кварталах текущего года. Так, из-за эффекта высокой базы в январе – марте 2022-

го (когда мировые и luxury-бренды еще работали в России) в I квартале этого года мы видели снижение рынка год к году на 10%, а во II квартале – рост на 17% по причине уже низкой базы в особенно турбулентные месяцы II квартала прошлого года. Только в июне продажи выросли на 21,2%», – поясняет Алина Колпакова, руководитель аналитического центра Sokolov.

Рост стоимости сырья и драгоценных металлов привел к росту розничных цен. Биржевая стоимость золота в первом полугодии, по данным портала Tradingeconomics.com, колебалась от минимума в феврале и марте (\$1806 и \$1808 за унцию соответственно) до максимума в мае – \$2051 за унцию.

Производство ювелирных изделий в России растёт. По данным Росстата (с ними ознакомился Forbes), с января по июнь 2023 года количество произведенных ювелирных изделий из золота и серебра в России выросло на 38% по сравнению с аналогичным периодом 2022 года и составило 82,7 млрд рублей.

Среднерыночные розничные цены на ювелирные изделия в июне 2023-го выросли лишь на 10% относительно декабря 2022 года, отмечает Росстат, а относительно мая 2023 года — всего на 1,7%.

Средний чек с начала года вырос на 15% и составил 7100 рублей против 6166 рублей по итогам первой половины 2022 года, говорится в исследовании Sokolov.

В начале года Sokolov прогнозировал, что российский ювелирный рынок в этом году вырастет на 2–3%, но сейчас компания решила пересмотреть прогноз. «Во втором полугодии мы рассчитываем на рост рынка на уровне около 10%, а по году в целом будет [рост] порядка 6%, до 319 млрд рублей», — говорит Колпакова. По ее словам, драйвером

восстановления рынка станут онлайн-продажи, доля которых за первое полугодие увеличилась с 17 до 20% и составила 28 млрд рублей.

С оценкой согласен и гендиректор «INFOLine-Аналитика» Михаил Бурмистров: «Мы видим, что в 2023 году ювелирный рынок начал восстанавливаться, и по итогам года и с учетом ослабления рубля рост будет около 5%».

На рост рынка будет влиять ряд факторов. Во-первых, дальнейшее развитие онлайн-продаж (в том числе и на крупнейших маркетплейсах) и расширение ассортимента российских игроков, которые активно увеличивают предложение в высоком ценовом сегменте.

Во-вторых, усиливающаяся ценовая конкуренция между ретейлерами делает ювелирные изделия более доступными по цене. И в-третьих, покупку ювелирных изделий россияне рассматривают в качестве инструмента сохранения сбережений от инфляции, так как вложение в доллары и евро становится все более сложным из-за ограничений на перевод валюты за границу.

// ДЕЛОВОЙ ПЕТЕРБУРГ: ПОЧЕМУ УСПЕШНЫЕ КОМПАНИИ МОГУТ ПОЗВОЛИТЬ СЕБЕ ОТКРЫТОСТЬ

О ТЕНДЕНЦИЯХ 2023 ГОДА
В ЮВЕЛИРНОМ РЕТЕЙЛЕ
“ДЕЛОВОМУ ПЕТЕРБУРГУ”
РАССКАЗАЛ ГЕНЕРАЛЬНЫЙ
ДИРЕКТОР СЕТИ “585*ЗОЛОТОЙ”
АЛЕКСЕЙ ФЕЛИКСОВ.

*Что сейчас происходит на рынке?
Какие обозначились тенденции? И
каковы прогнозы до конца 2023 года?*

— На мой взгляд, в текущий момент не происходит каких-то глобальных всплесков или падений. Давно наметилась консолидация вокруг крупных игроков — выручки прирастают не только у нас, но и у наших основных конкурентов.

Кто-то занимается агрессивным развитием — но мы смотрим внутрь компании, идём по пути улучшения, отстройки и оптимизации внутренних процессов. Прирастаем в деньгах, в том числе за счёт удорожания сырья, — это ещё одна общая тенденция на рынке. Но в

целом я бы не сказал, что люди стали больше тратить на золото: скорее, стали покупать реже, но дороже. То есть мы отмечаем повышение среднего чека при общем снижении трафика в магазины и спроса на продукцию.

Также заметно, что на ювелирный рынок выходят игроки из других сфер ретейла — в свою очередь мы, пока в шутку, обсуждаем возможность расширить присутствие и заняться, например, ещё и одеждой в сегменте “массмаркет”.

Конечно, важным направлением остаётся развитие e-com, в частности создание и популяризация приложений. Эта тенденция глобально обозначилась ещё в пандемию и актуальна до сих пор.

Что касается прогнозов, до конца года — это достаточно короткий срок. Но, учитывая, что сложный 2022-й мы всё-таки закрыли в



плюсе на 6,9% и, по рейтингу IN-FOline, вошли в топ-3 наиболее быстрорастущих ювелирных сетей России, а по представленности сохраняем лидерскую позицию, на потенциальные итоги 2023-го мы тоже смотрим оптимистично. Если не будет новых глобальных макроэкономических, геополитических факторов, то год мы закроем в плюсе, а рынок продолжит развиваться по обозначенным векторам.

Как меняются поведение и запросы покупателей?

— В первую очередь заметен рост

спроса на изделия из золота. Если ещё в 2020 году 60% продаж приходилось на более бюджетное серебро, то в последние годы очевиден приоритет более дорогих изделий. Вырос интерес к продукции, которая может рассматриваться как инвестиции, — например, тяжеловесные цепи и браслеты. Плюс, по нашей внутренней статистике, заметно растёт спрос на изделия с камнями: бриллиантами, изумрудами, сапфирами, топазами, гранатами. Это скорее не тенденция всего рынка, а именно результат ценовой политики и маркетинговой стратегии компании. По этой

категории прирост среднего чека в 2023 году составил порядка 26%.

Кроме того, изменилась мотивация к покупке. Если обычно в кризисные времена потребитель руководствуется принципом “купить подешевле и попроще”, то

В 2022-М И ОСОБЕННО В 2023 ГОДУ НА ПЕРВЫЙ ПЛАН ВЫШЛИ ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ, А НЕ РАЦИОНАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ ПРИОБРЕТЕНИЯ – ЖЕЛАНИЕ ПОРАДОВАТЬ СЕБЯ, ПОЛУЧИТЬ ПОЗИТИВНЫЙ ОПЫТ НА ВСЕХ ЭТАПАХ: ОТ ОБЩЕНИЯ С КОНСУЛЬТАНТАМИ, ОТ ПРИМЕРКИ, ОТ ОСОБЫХ УСЛОВИЙ И БОНУСОВ.

Именно с эмоциональным фактором связано репозиционирование “585*ЗОЛОТОЙ”, которое бренд проведёт совместно с дизайн-студией Артемия Лебедева.

Какие каналы взаимодействия с клиентом сейчас показывают себя как наиболее эффективные?

— В массовом сегменте важно задействовать все актуальные каналы взаимодействия: SMM, dig-

ital, мобильное приложение, email-рассылки, SMS, push-уведомления, кросс-маркетинг, рекламу на местах. Каждый из них имеет свои особенности и может быть эффективным — это зависит от сезонности. Часто мы используем их каскадно. Важно не злоупотреблять каким-то одним каналом. Быть щедрыми, но не задаривать подарками и уникальными скидками, чтобы эти акции не стали привычными и незаметными для клиента.

Прошлый год был непростым для ретейлеров, российский ювелирный рынок сократился на 7%. При этом ваша компания показала рост продаж. В чём секрет?

— Он прост: нужно всё время импровизировать и искать возможности для роста, невзирая ни на что. Важно не впадать в уныние раньше времени — как показывает практика, последствия любых кризисов всегда оказывались менее негативными, чем казалось сначала.

С 2020 года особенно заметен курс на e-com. Но ювелирный ретейл считается довольно ригидной нишей, где по-прежнему ведущая роль у офлайна. Наметились ли здесь изменения?

— Действительно, ювелирный ретейл остаётся сферой, где люди предпочитают совершать самую покупку в офлайне после примерки. Но выбирать изделие, бронировать его, знакомиться с ассортиментом и ценами им удобно в онлайн. Зачастую именно здесь “начинается” покупка и формируется лояльность к компании.

Разработка, запуск и популяризация собственного приложения является для нас одним из приоритетных направлений в 2023 году — мы начали позже других игроков и пока отстаём, поэтому намерены догонять. Изначально компания делала ставку на широкую розничную базу, а сейчас у нас есть возможность по опыту конкурентов увидеть, что работает, что нет.

Опять же не будем забывать об известном кейсе We try harder — это был слоган известного сервиса по прокату автомобилей Avis. Они не были лидерами в своей нише и сделали это своим преимуществом: “мы стараемся сильнее”, чтобы вы выбрали нас, потому что в этой сфере мы пока догоняем. А значит, нам есть куда расти — и это внушает оптимизм, мы видим здесь большой и вполне реализуемый потенциал для компании.



В последние годы менялось много в законодательстве относительно ретейла в целом и ювелирного в частности — обязательная маркировка изделий, закон о рекламе в интернете и т. д. Как это повлияло на рынок и на процессы в компании?

— Это постоянные “мучения” для любой крупной организации. Есть изменения разовые и существенные, которые сильно влияют на рынок, — как, например, в марте 2022 года, когда инвестиционное золото освободили от НДС. Было много прогнозов, что это убьёт отрасль, — но рынок выстоял, коллапса, который предвещали, не случилось. Мы это видим и

по оптовому направлению, и по франчайзинговому.

Что касается учёта ГИИС ДМДК — с этим придётся жить. Все вынуждены встраиваться в этот тренд, нет какого-то одного бенефициара, требования общие для всех игроков рынка. Радует то, что на процесс можно повлиять: государственные структуры действительно собирают обратную связь, прислушиваются к реакции.

Любые законодательные нововведения, отчётности, проверки в бизнесе требуют ресурсов, изменения отлаженных процессов — конечно, это дополнительные издержки для компании. Но поскольку это государственная мера для борьбы с теневым сектором рынка, мы с пониманием относимся к новым требованиям — и оптимизируем свою работу.

Как повлиял уход зарубежных брендов на отечественные компании?

— Глобально не повлиял, ведь в массовом сегменте зарубежных брендов у нас, по сути, не было. Разве что Pandora и Swarovski. Если говорить о премиальных ювелирных домах, то у нас есть что предложить их аудитории — мы развиваем

самостоятельный суббренд, где представлена премиальная линейка изделий из золота 585-й и 750-й пробы с драгоценными камнями первого порядка: бриллиантами, рубинами, сапфирами, изумрудами.

Кстати, эта тенденция — развивать линейки изделий с бриллиантами — была незаметна лет 7 назад. Сегодня же на неё обратили внимание все крупные компании.

Конечно, с уходом отдельных брендов с узнаваемым дизайном изделий людям стало интересно приобретать похожие товары. Этим наблюдением активно пользуются многие игроки рынка и предлагают свои аналоги культовых украшений, ведь если есть спрос — надо его удовлетворять. Но я не сказал бы, что на них приходится какая-то значительная доля продаж.

Кроме того, сеть “585*ЗОЛОТОЙ” является официальным дилером некоторых зарубежных брендов на российском рынке: в непрофильном ассортименте есть ручки, очки, часы и многое другое. И эта группа показывает стабильный ежегодный рост продаж в среднем на 20%, а рост спроса на солнцезащитные очки только в 2022 году составил 157%.

Какой формат магазина сегодня эффективен для ювелирного ретейла: гипермаркет, суперстор, “острова” в торговых центрах?

— Очень многое зависит от локации. Перед тем как принять решение о формате торговой точки, мы тщательно собираем информацию по проходимости, анализируем данные о потенциальных покупателях, их запросы.

Мы умеем работать со всеми форматами и управляем ими с помощью грамотного подбора ассортимента, товарной матрицы. Для “острова”, для привычной розницы, для флагманских магазинов сети они будут отличаться. Самый консервативный формат — это ломбард с витриной комиссионных товаров. Что касается наших суперсторов в Петербурге и Москве — это была рискованная идея, но принёсшая успех. Сейчас мы понимаем, что подобные форматы можно запускать в каждом крупном городе. Тем более это не

просто офлайн-магазин, но ещё и центр товаров для распределения в e-com, где собирают и отправляют заказы.

*Сеть “585*ЗОЛОТОЙ” задала тренд на открытость в своей нише: вы стали делиться кейсами, освещать социальные проекты компании, рассказывать о её внутренних процессах. Насколько оправданна такая стратегия?*

— На мой взгляд, успешные компании могут позволить себе открытость. Мы поддерживаем атмосферу здоровой и продуктивной конкуренции — она помогает нише в целом развиваться и каждой компании становиться лучше. И конечно, мы рады быть трендсеттерами в информационном поле, делиться своим опытом.

Открытости мы не боимся: как говорится в известной шутке, “если ты прочитаешь книжку “Как стать



чемпионом мира по боксу” — это не значит, что ты им сразу станешь”. Политику открытости мы выбрали не случайно — она соответствует ценностям бренда и полностью оправдывает себя в рамках PR-стратегии компании. А кроме того, позволяет нам занять уверенную позицию в b2b-сегменте.

Сейчас очень заметен тренд на цифровизацию — компания ему следует?

— Последние 2 года мы активно занимаемся внедрением новых программных продуктов. 2022-й был сложным в этом плане: “пересадить” действующую компанию на новое ПО — это почти как сделать перелицовку фюзеляжа самолёта в полёте. Самые трудозатратные этапы здесь мы уже прошли, сейчас

занимаемся периферийными процессами.

Буквально пару месяцев назад мы внедрили Manzana: открываемость триггерных рассылок по различным поводам выросла до 20% при среднем показателе для массовых рассылок 5%.

Что касается нейросетей — это то, о чём я мечтаю. Пока их применение локальное, отрывочное: визуал для бренд-медиа, дизайн украшений, посты в “Телеграм”. При этом потенциал именно для бизнеса у ИИ огромный — нейросеть может проанализировать массивы данных, сделать выборку и указать, какой товар закупить, как эффективнее выложить. Вот это применение для меня наиболее интересно, и уверен, мы к нему скоро придём.



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 видеозкрена
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