



# Ювелирная Россия

Новостной еженедельник

790 от 29 августа 2023

- [www.junwex.com](http://www.junwex.com)



# ВАЖНО БЫТЬ ВМЕСТЕ! В КАРЕЛИИ ЗАВЕРШИЛАСЬ ВСТРЕЧА КЛУБА

В понедельник разъехались по домам члены Клуба - участники карельской встречи, посвященной 120-летию великого ювелирного мастера М. Е. Перхина. В прошлом году стараниями членов Клуба ему был установлен памятник в Петрозаводске.

До этого предприятия, входящие в Союз Ювелиров Северо-Запада, нашли и поправили его могилу в Санкт-Петербурге, где он жил и творил в знаменитой фирме Карла Фаберже. До Петрозаводска мы не доехали. Помешала погода.



В.В.Будный



Да и застольные мероприятия в поместье владельца предприятия «Грант» Стаса Мазурчика, организовавшего хлебосольное изобилие, напрочь исключило допуск водителей к рулю... Все передвижения осуществлялись на машинах ювелиров с ними же за рулем. Думаю, Михаил Евлампиевич не обидится. Мы с размахом праздновали его юбилей на его земле и сказали много слов благодарности в его честь.

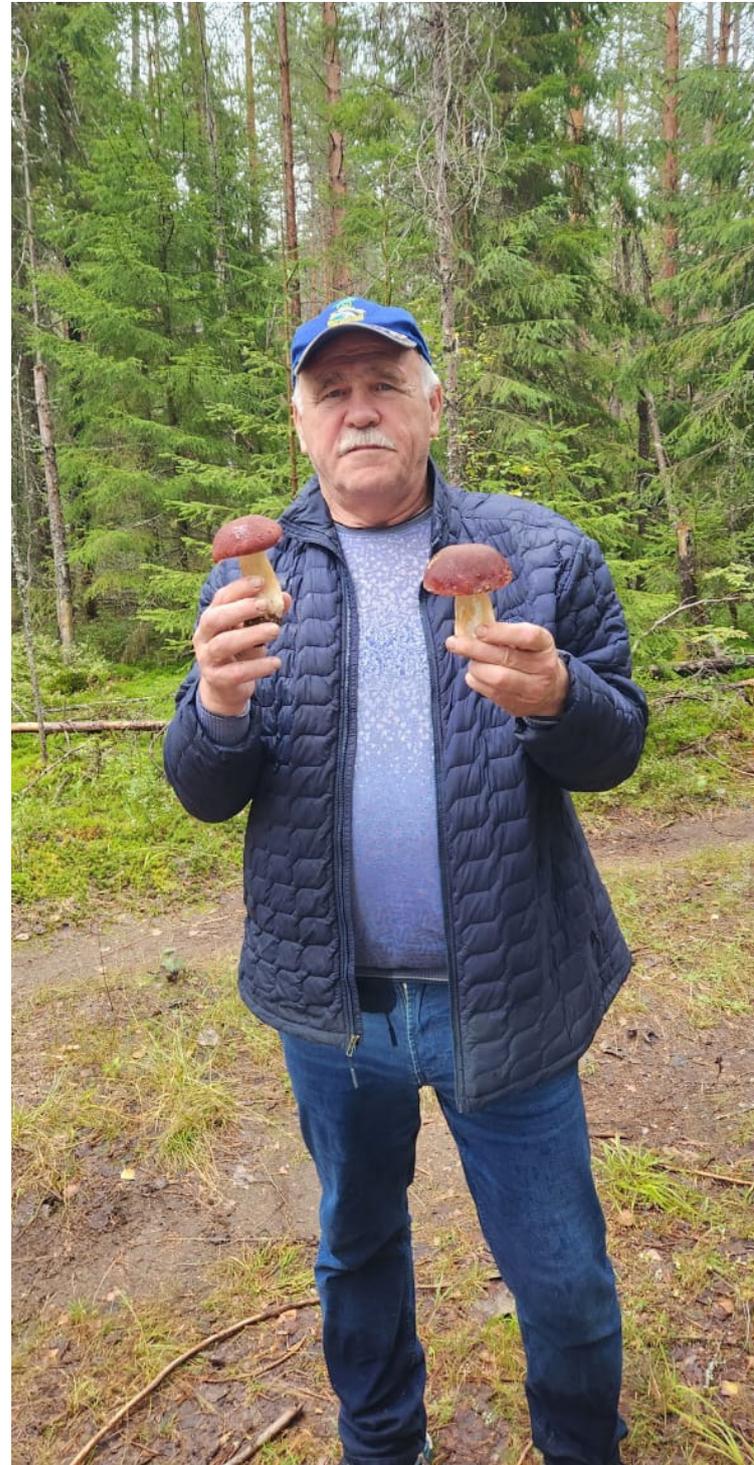
«Долго будет Карелия сниться. Будет сниться с этих пор...» - очень кстати вспомнившийся текст неофициального гимна петербургского композитора! Настроения были именно в этом ключе и события, происшедшие за эти дни, точно незабываемы... Природа, споры о работе и разговоры про жизнь, рыбалка, ягоды, грибы...



А чего стоят путешествия по Ладожским шхерам, с затонувшими плавсредствами, нырянием в волны холодной Ладоги, встречами с местными жителями, хранящими эпос и культуру древних карелов и, конечно, местными аборигенами! В глубинке их всегда хватает. Фотографии, выложенные в чате, хорошо отражают настроения и обстановку прошедшей клубной встречи. А главное - настраивают на продолжение этой работы Клуба, способствующей сплочению наших рядов и укреплению партнерских связей.





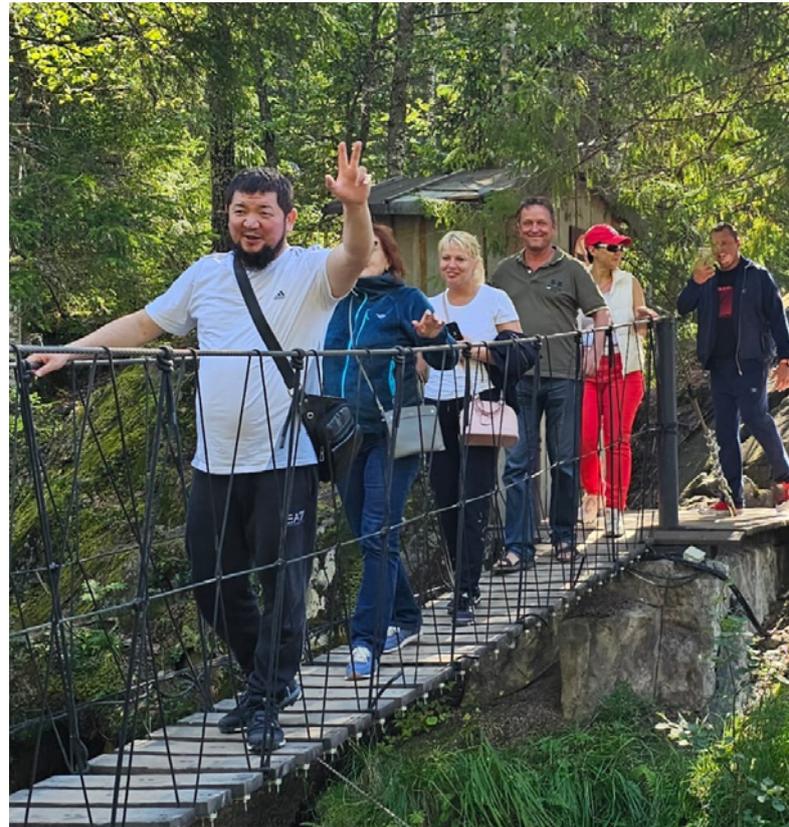


Думается, что вступающие в большую и не всегда простую рыночную жизнь наследники сегодняшних, зачастую уже ветеранов нашего торгового сообщества, понимают важность таких человеческих отношений и для бизнеса, и для жизни.

Почему беспокоюсь? Мы наблюдали в предыдущие времена примеры отпрысков известных ювелиров, поверхностно и свысока относящихся к своим коллегам по цеху. Оказавшись наверху благодаря достижениям своих родителей, они сделали своим лозунгом черствое «Ничего кроме бизнеса!» и соответствующие поступки. Но где они теперь? Подросло и новое поколение современных ритейлеров, принимающих эстафету у своих родителей.

Клуб, объединяющий представителей в основном семейного бизнеса, имеет больше шансов не допустить повторения «подвигов» прошлых и забытых. Если сохранит своё единство и философию партнерства...

Совету Клуба нельзя обойти вниманием и молодых людей, приходящих в бизнес. Годы работы Клуба в отрасли стали для многих ступенями роста и постижения окружающего мира. Мира в широком понимании! Мы вместе не только



учились работать внутри страны, делились опытом и учились друг у друга. Мы вместе познавали этот мир в поездках по многим странам, международным выставкам, изучая опыт и механизмы работы развитых рынков. Изменившаяся обстановка, новые реалии работы и в стране, и в мировом пространстве, переориентация на юго-восток, зовут нас в новые путешествия в поиске других партнеров и совершенствования бизнеса. Молодые предприниматели должны быть с нами рядом. Иначе они не получат нашего опыта, да и мы превратимся в клуб престарелых.



Прошедшее мероприятие Клуба в Карелии показало мудрость членов Совета, понимающих острую необходимость быть вместе, еще больше укреплять клубные связи именно сейчас!

Впереди у нас поиск новых технологий организации ювелирной торговли в условиях всеуглубляющейся монополизации рынка. Это и необходимость креативных решений для повышения конкурентоспособности магазинов Клубной сети, и удержание их привлекательности на фоне растущих сетей крупного бизнеса, аффилированного с большими производственными компаниями.

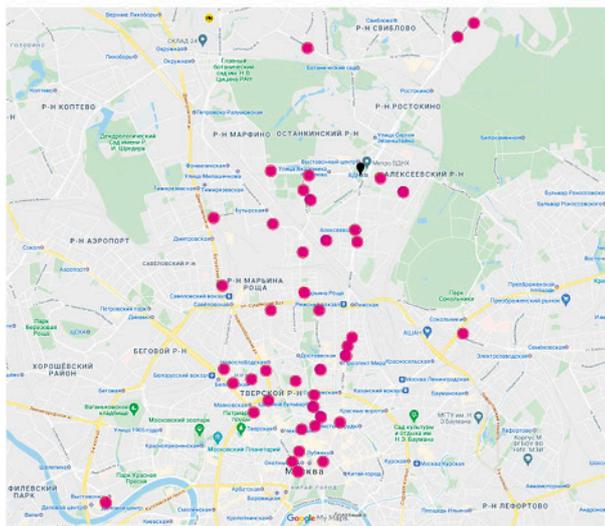
Это возможно только в сильном сообществе, дружном партнерстве членов Клуба «Российская Ювелирная Торговля» .

*До новой встречи в сентябре теперь уже на выставке «JUN-WEH МОСКВА» в павильонах ВДНХ!*

## СОВМЕСТНАЯ РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ на видеозэкранах 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.**

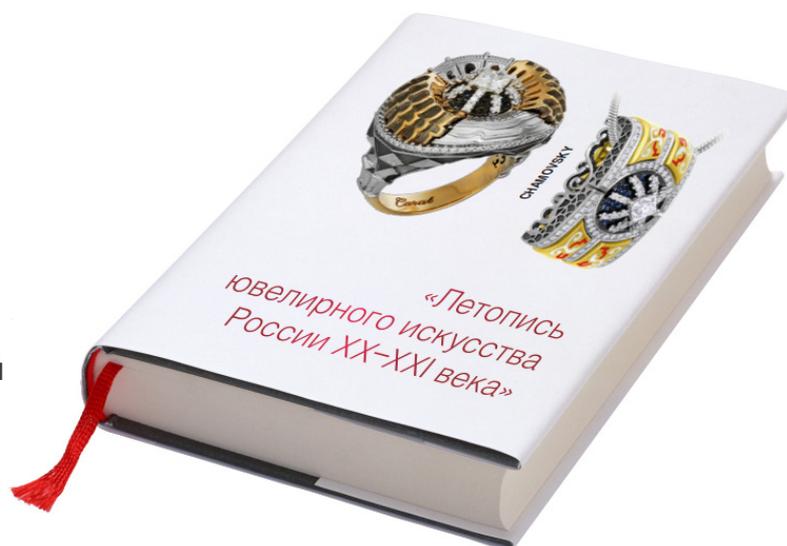
(с учетом НДС)



## НОВЫЙ ПРОЕКТ

# СОБИРАЕМ КОНКУРСНЫЕ ИЗДЕЛИЯ В ЕДИНОЕ ИЗДАНИЕ

Медиа-холдинг JUNWEX приступил к работе над масштабным проектом «Летопись ювелирного искусства». Его реализация будет проходить в рамках Указа Президента РФ «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей».



### ЧТО ГОТОВИМ?

- Издание художественного альбома, который расскажет об истории современного ювелирного искусства. В него войдут изделия-победители профессиональных конкурсов программы «Ювелирная Россия».
- Презентации альбома в рамках выставок в мае, сентябре и декабре 2024.
- Творческие встречи с мастерами-ювелирами,
- Создание сайта - цифрового варианта книги. Такая платформа позволит привлечь еще больше внимания к проекту и познакомить широкую публику с современным ювелирным искусством.

ХІХ МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА  
ЮВЕЛИРНЫХ И ЧАСОВЫХ БРЕНДОВ

# JUNWEX

МОСКВА

27 сентября – 1 октября 2023

ВДНХ, павильоны 55, 57, 33



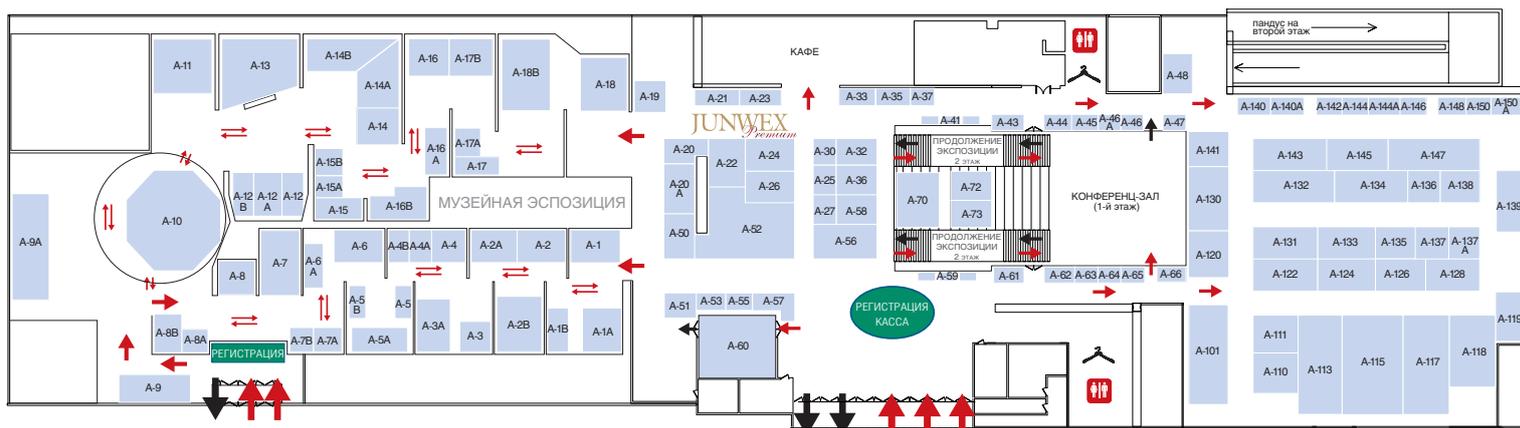
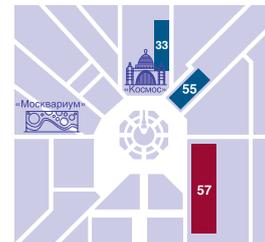
TALAN.L  
*silver*

## Павильон 57

### ОПТОВО-РОЗНИЧНЫЙ ЗАЛ РАЗДЕЛ PREMIUM

# 1 ЭТАЖ

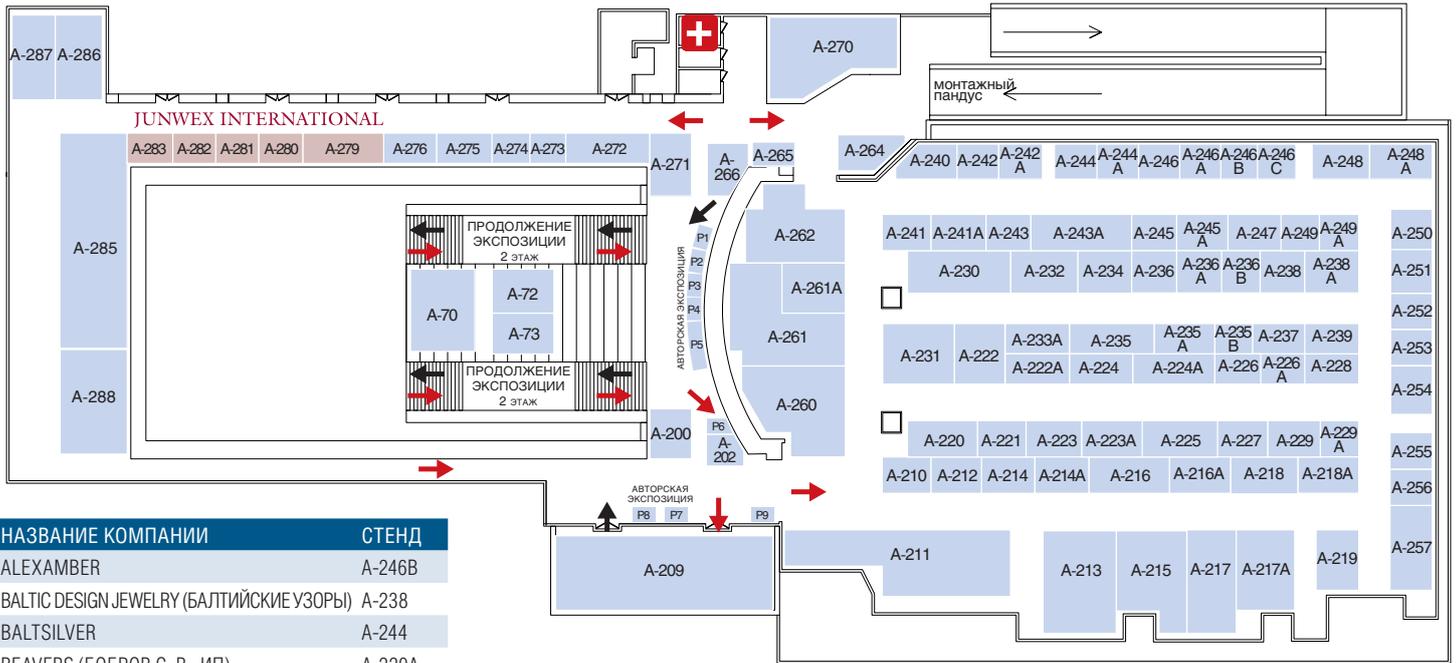
## 27 сентября — 1 октября 2023



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
ART JEWELLER	A-16
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-11
GF. ITALIA (GOLDEN FORUM)	A-45
GOLDEN GLOB	A-15
JEWEL	A-50
KRASNOE (СИДОРОВСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ФАБРИКА)	A-110
L-SILVER, КОРПОРАЦИЯ	A-132
MASTER ART	A-17
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-15A
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-1B
URBAN M	A-53
VAMAR JEWELRY	A-63
VERONA	A-143
VERONIKA, ЮЗ	A-9
VIOLET (ВИОЛЕТ ЮД)	A-57
ZOLOTYE UZORY	A-1
АБДУЛАЕВ А. А.	A-137A
АЛЬТМАСТЕР	A-146
АЛЬФА, ЮК	A-44
АНЖЕЛИКА	A-148
АПАРТ	A-20
АТОЛЛ, СЮЗ	A-10
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-11
ЗОЛОТО МАГАДАНА	A-37
ИМПЭКС	A-41
КАСТ, ЗАВОД	A-2
КОМДРАГМЕТАЛЛ РС (Я)	A-55
КОСТРОМСКОЙ ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД	A-147
КРЕПКИЙ ОРЕШЕК	A-118
КУСТОВ, ЮП	A-140

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
ЛАЗУРИТ-К	A-136
МАГНАТ	A-134
МАСТЕР КЛИО	A-128
МЕГАГОЛД, ЮК	A-120
МСТЕРСКИЙ ЮВЕЛИР	A-150A
МЭЮЗ ЮВЕЛИРПРОМ	A-1A
НАНОСТАР	A-59
НЕФРИТ (ДАНИЕЛЯН Л. С., ИП)	A-130
НОВОЕ ВРЕМЯ	A-131
ОСТРОВ СОКРОВИЩ	A-48
ПРИМАЭКСКЛЮЗИВ	A-18
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-17A
СИЯНИЕ СИБИРИ	A-27
СОРОКА, ТМ	A-66
СОРОКИН ЮК	A-126
СПЕЦСВЯЗЬ (ФГУП ГЦСС)	A-12B
СТОЛИЦА, МЭЮИ	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



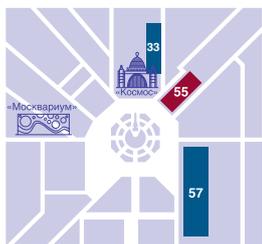
НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
ALEXAMBER	A-246B
BALTIC DESIGN JEWELRY (БАЛТИЙСКИЕ УЗОРЫ)	A-238
BALTSILVER	A-244
BEAVERS (БОБРОВ С. В., ИП)	A-229A
BONTA (БОНДАРЧУК Т. М., ИП)	A-236
BROVANZ	A-P6
CORDE	A-260
ELEMENT 47	A-270
ENZO BENZO — МУРАНКОЕ СТЕКЛО	A-226A
FILLART (КОЛОНИЦКИЙ Ф. А., ИП)	A-211
FRESH JEWELRY	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
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
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
АРИНА ЮК	A-215
БАЛЕКС 925	A-254
БАЛТИЙСКОЕ ЗОЛОТО	A-251

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
БРИЛЛИАНТЫ БЕЛОМОРЬЯ (ЗВЕЗДОЧКА, ЦС)	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
ИАНА, 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
ИНТЕР-ЧАС (VALENTIN YAREMIO)	A-236B
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
МАДДЕ	A-272
МАРКИЗ	A-241
МАРШАЛ	A-223
МЕРКУРИЙ, ТД	A-264
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-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 МАНУФАКТУРА БАЛТИЙСКАЯ	A-238A
ЯНТАРНЫЙ ЛЕВ	A-246C
ЯНТАРЬ РОССИИ	A-248
ЯСПИС	A-250
ЯХОТН ЮВЕЛИР	A-243

## CHINA

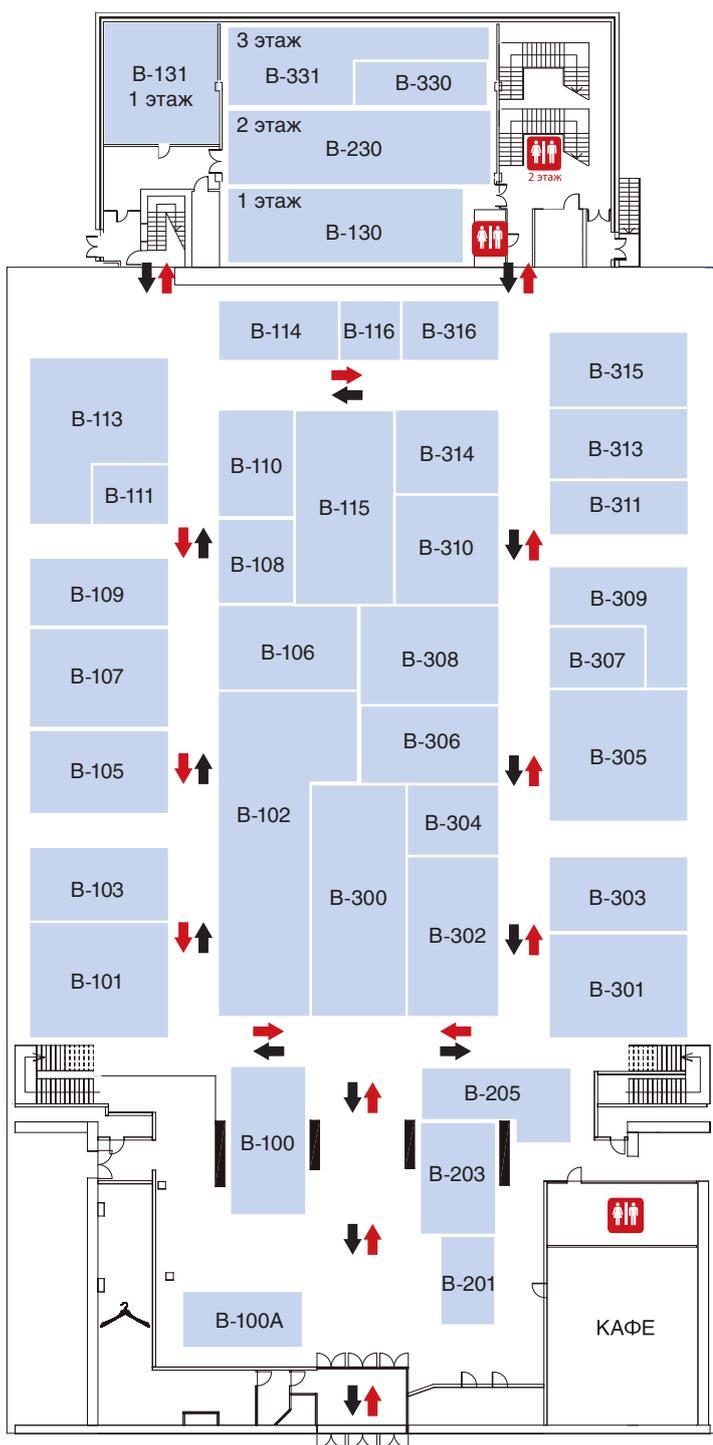
НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
CRYSDIAM TECHNOLOGY	A-281
GUANGZHOU ANDE	A-283
GUANGZHOU JUSTOP ACCESSORIES	A-279
GUANGZHOU K GOLD JEWELRY	A-280



### Павильон 55

27–29 сентября 2023

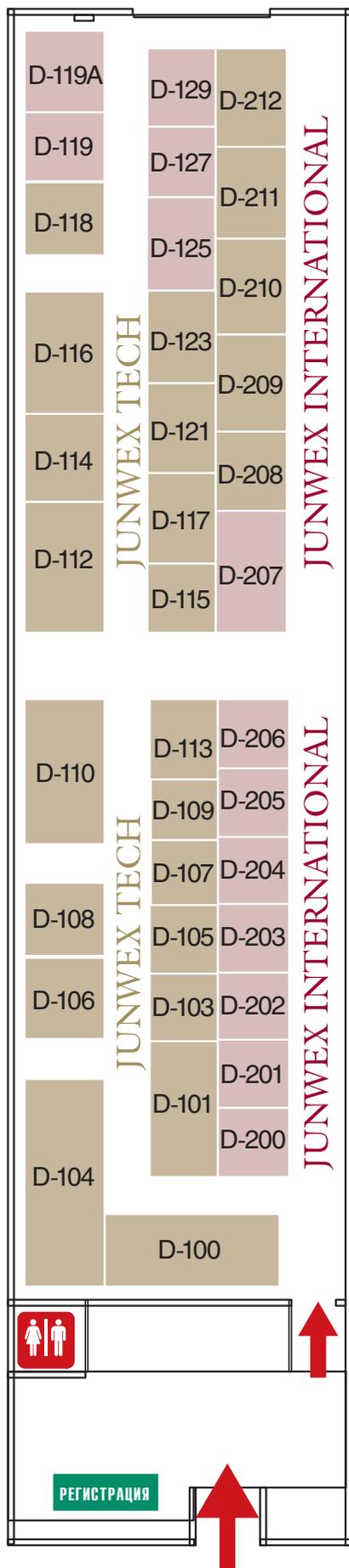
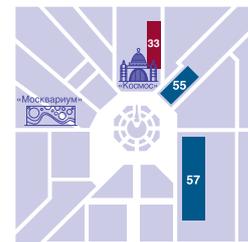
ОПТОВЫЙ ЗАЛ



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
<b>CHINA</b>	
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
<b>TURKIYE</b>	
CODIA DIAMOND	D-129
PALA GOLDEN JEWELRY	D-119A
UNIWAY	D-127



# СРЕДНИЙ ЧЕК НА ЮВЕЛИРНЫЕ ИЗДЕЛИЯ В РОССИИ ВЫРОС НА 15% ЗА ГОД

По итогам первого полугодия 2023-го лидерами по темпу роста среди городов-миллионников стали рынки ювелирной розницы Омска (+27%), Краснодара (+22%) и Ростова-на-Дону (+22%). Следом за ними в топ-5 вошли Казань (+16%) и Пермь (+10%). Это показало исследование SOKOLOV, с результатами которого ознакомилась «Газета.Ru».

По объему продаж традиционно лидируют Москва (26,8 млрд рублей) и Санкт-Петербург (9,2 млрд рублей).

В ПЯТЕРКУ КРУПНЕЙШИХ ЮВЕЛИРНЫХ РЫНКОВ ТАКЖЕ ВОШЛИ ЕКАТЕРИНБУРГ (2,5 МЛРД РУБЛЕЙ), КРАСНОДАР (2,3 МЛРД РУБЛЕЙ) И НОВОСИБИРСК (2,2 МЛРД РУБЛЕЙ).

Большая часть оборота ювелирной розницы пришлось на Центральный федеральный округ (40%). За ним следуют Приволжский (13%) и Северо-Западный федеральные округа (12%). В Сибирском федеральном округе доля продаж составила 10%.

На Уральский и Южный федеральные округа пришлось по 8% продаж, а на Дальневосточный — 7%. Реже всего украшения покупают в Северо-Кавказском федеральном округе — всего 2% от общего объема рынка.

В среднем по России средний чек на ювелирные изделия вырос на 15% и составил 7,1 тыс. рублей. В городах-миллионниках он варьируется от 4,4 тыс. до 12,8 тыс. рублей. Причем его динамика в разных городах сильно различается: в Воронеже, например,

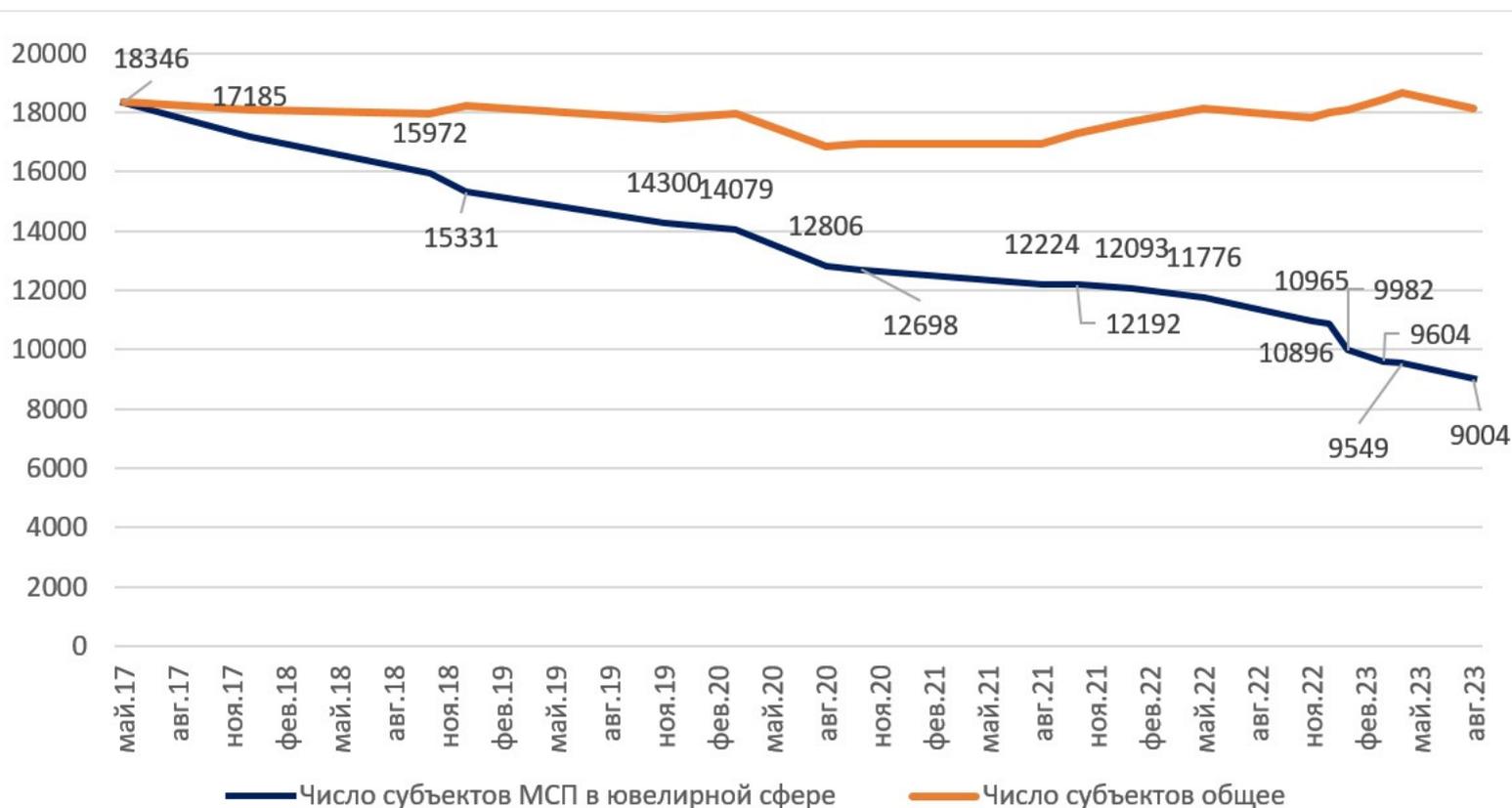
средний чек увеличился на 30%, а в Уфе всего на 2%. Существенный рост пришелся на Пермь (+26%), Омск (+24%) и Волгоград (+24%). В некоторых городах средний чек, напротив, даже показал снижение — например, в Новосибирске (-7%) и Москве (-3%)

Абсолютным лидером по тратам на ювелирные украшения среди городов-миллионников оказалась Москва — 12,7 тыс. рублей. На втором месте с большим отставанием Санкт-Петербург со средним чеком 7,8 тыс. рублей. Затем — Краснодар (7,7 тыс. рублей), Нижний Новгород (7,4 тыс. рублей) и Ростов-на-Дону (7,2 тыс. рублей).

Меньше всего на украшения за первый квартал 2023 года потратили в Перми — в среднем 4,3 тыс. рублей. На втором месте оказался Омск (5,2 тыс. рублей), на третьем — Воронеж (5,25 тыс. рублей). В топ-5 городов с самым низким средним чеком также вошли Волгоград (5,9 тыс. рублей) и Новосибирск (5,9 тыс. рублей).



# ДИНАМИКА СОКРАЩЕНИЯ КОЛИЧЕСТВА МСП ЗА 2023 ГОД



За 8 месяцев (с 10 декабря 2022 по 10 августа 2023) число субъектов МСП в ювелирной сфере сократилось на 18,7% (с 11074 до 9004\*).

\* учитываются субъекты, у которых соответствующий ОКВЭД указан как основной, без учета ОКВЭД 95.25.2 «Ремонт ювелирных изделий».

- в розничной торговле: на 15,8% (с 5401 до 4549);
- в оптовой торговле: на 20,8% (с 2159 до 1711);
- в производстве: на 17,8% (с 3514 до 2744).

---

Если из числа действующих компаний вычесть вновь созданные в 2023 году:

За 8 месяцев (с 10 декабря 2022 г) число субъектов МСП в ювелирной сфере без учета вновь созданных предприятий сократилось на 24,00% (с 11074 до 8418), в том числе:

- в розничной торговле: на 22,0% (с 5401 до 4213);
- в оптовой торговле: на 23,3% (с 2159 до 1657);
- в производстве: на 27,5% (с 3514 до 2548).

---

С даты введения запрета для ювелиров права на специальные налоговые режимы:

С 10 января 2022 г. по 10 августа 2023 года число субъектов МСП в ювелирной сфере сократилось на 25,5% (с 12093 до 9004\*)

\* учитываются субъекты, у которых соответствующий ОКВЭД указан как

*основной, без учета ОКВЭД 95.25.2 «Ремонт ювелирных изделий».*

- в розничной торговле: на 23,4% (с 5936 до 4549)
- в оптовой торговле: на 30,5% (с 2461 до 1711);
- в производстве: на 25,8% (с 3696 до 2744).

---

Если из числа действующих компаний вычесть вновь созданные в 2022-2023 годах компании:

Всего с даты введения запрета на СНР без учета вновь созданных предприятий сокращение на 35,0% (12093 до 7862), в том числе сокращение:

- в розничной торговле: на 33,36% (5936 до 3960)
- в оптовой торговле: на 35,4% (2461 до 1589)
- в производстве: на 37,4% (3696 до 2313).

*Данные Гильдии ювелиров России*

# ЮВЕЛИРЫ ПОПРОСИЛИ ОБНУЛИТЬ ПОШЛИНУ НА “МЕЛКИЕ” БРИЛЛИАНТЫ

ПРИЧИНА — СОКРАЩЕНИЕ СПРОСА НА ЮВЕЛИРНУЮ ПРОДУКЦИЮ, А ОТМЕНА ПОШЛИН ДОЛЖНА СПОСОБСТВОВАТЬ СНИЖЕНИЮ ЦЕНЫ НА УКРАШЕНИЯ.

Российский производитель алмазов «Алроса», который добывает 97% всех российских алмазов, также поддержал идею отмены пошлины. В компании это обосновали тем, что огранка мелких камней внутри страны не производится из-за низкой рентабельности и поэтому сейчас основным экспортером бриллиантов размером до 0,3 карата в Россию является Индия.

Как потенциальная отмена пошлин на ввоз маленьких бриллиантов отразится на рынке ювелирных украшений, рассказывает президент компании «Русское ювелирное искусство Ананов», заслуженный деятель искусств России Андрей Ананов:

— Ввозная пошлина на мелкие бриллианты сильно увеличивает стоимость ювелирного изделия и повышает проблемы конкуренции с турецкими [магазинами]. Безусловно, это было бы правильно, точно так же, как отмена вывозной пошлины. И вообще говоря, помощь государства в экспорте ювелирных изделий из России была бы очень полезна, но почему-то этого не происходит.

— Поможет ли это повысить спрос на ювелирную продукцию или этого может оказаться недостаточно?

— Это не рычаг, который кардинально меняет соотношение сил. Карат мелких бриллиантов среднего качества стоит где-то 600-700 долларов сейчас, прибавьте к нему пошлину. Даже 10%. Карат будет на 10% дороже, а в карате 200 камней. Сколько стоит один камень, если 200 камней стоят 600



Фото: АЛРОСА

долларов? Три доллара. Стоит не три, а 3,5, а в кольце, допустим, десять бриллиантов. И на что это влияет? На пять долларов дороже общее количество десяти камней? Это не очень серьезные проблемы.

Ювелир, производитель может сэкономить, аккуратно используя драгметалл. Короче, это было бы ювелирам проще, но кардинально ситуацию не изменит. Возможно, это интересно тем фирмам типа Sokolov, которые производят массовую продукцию.

**НО В ОБЪЕМЕ, КОГДА В МЕСЯЦ КРЕПИТСЯ ТЫСЯЧА КАРАТ, НАВЕРНОЕ, ЭТО КАКОЙ-ТО КОМПАНИИ ДАСТ ЛИШНИЙ ДОХОД, А БОЛЬШИНСТВО ДРУГИХ ЮВЕЛИРОВ ИЛИ НЕБОЛЬШИХ ИП ОТ ЭТОГО НИЧЕГО НЕ ПОЛУЧАТ.**

Непосильного бремени тут нет, поэтому мы говорим об интересе фирмы Sokolov, им это интересно, всем остальным это мертвому припарки.

Российский Минфин еще в 2021 году предлагал Евразийской экономической комиссии обнулить на два года ставки на ввоз в ЕАЭС в том числе бриллиантов менее 0,3 карата. Однако тогда выступила Армения, аргументируя это тем, что республике необходимо развивать свои предприятия по огранке бриллиантов. Но, отмечает эксперт, небольшие объемы производства бриллиантов в Армении не покрывают нужд российских ювелиров.

# БРЕНД NATASHA LIBELLE ПЕРЕДАЛ В ДАР ЕКАТЕРИНБУРГУ СЕРЬГИ «ГОРНАЯ ЦАРЕВНА»

Бренды Natasha Libelle и Maison Kaleidoscope в рамках празднования юбилея Екатеринбурга, передали в собственность городу свои уникальные произведения.

Презентация и их передача прошла 17 августа в «Синара Центре».

Наталья Шумакова – ювелир и основательница бренда Natasha Libelle – преподнесла в подарок Екатеринбургу серьги «Горная царица» из коллекции «Кружевные сказки». В них собрано и органично соединено все, что ассоциируется с Уралом: каслинское литье, чернение родием, кокошники, аутентичные камни, цепочки и узнаваемый символ ювелирного бренда – крылышки стрекозы.

Екатерина Комбарова – художница и основательница бренда

премиальной одежды Maison Kaleidoscope – разработала авторский узор, посвященный главному символу региона – малахиту, который стал художественной основой роскошного кардигана из трикотажного полотна.



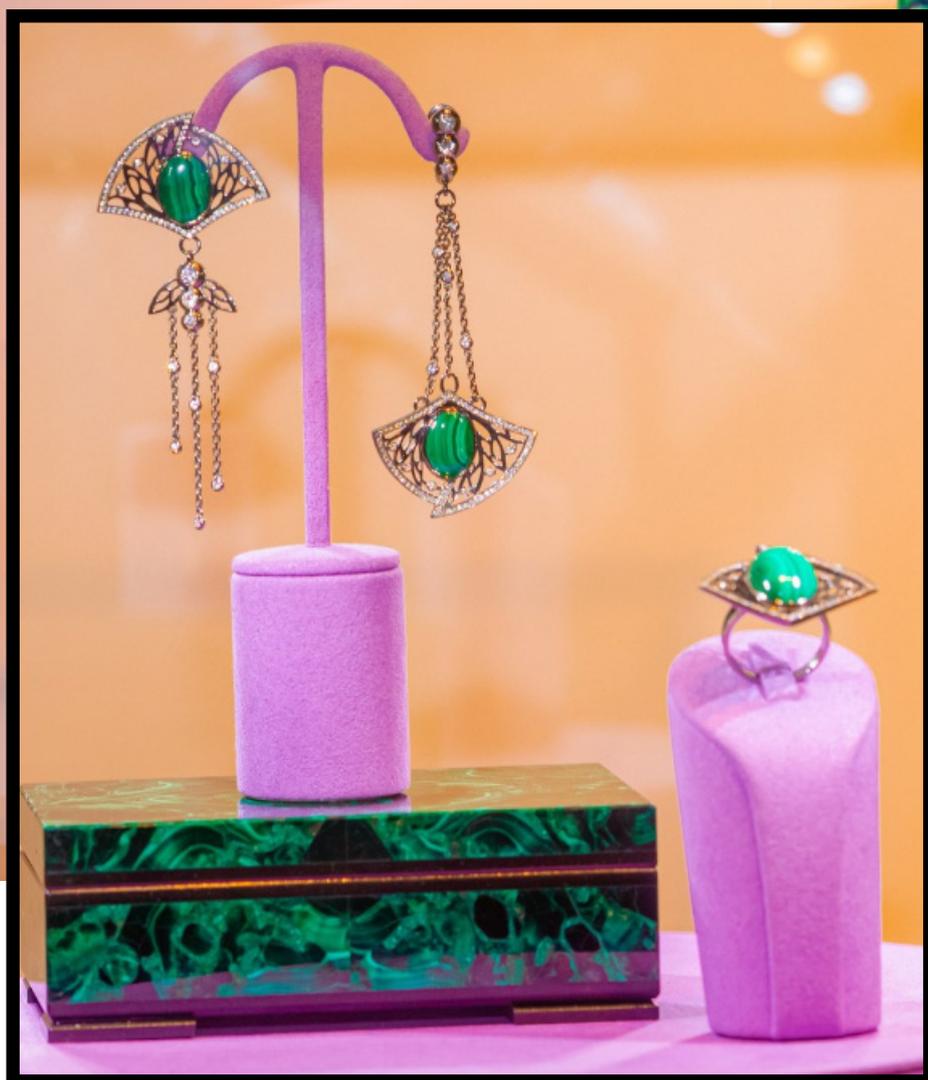


Вечером того же дня на закрытом мероприятии в пространстве «Сценариум» собрались городские инфлюенсеры и ценители культурного и модного эксклюзива: они стали зрителями показа-коллаборации «Наследие Урала» и участниками благотворительного аукциона.

**ВЫРУЧЕННЫЕ СРЕДСТВА ОТ ПРОДАЖИ УНИКАЛЬНЫХ ЛОТОВ – КАРДИГАНА «МАЛАХИТ» С РУЧНОЙ ВЫШИВКОЙ ОТ MAISON KALEIDOSCOPE И ПУСЕТОВ «ГОРНЫЕ ЧАРЫ» NATASHA LIBELLE С АУТЕНТИЧНЫМИ ИЗУМРУДАМИ ИЗ КОЛЛЕКЦИИ «КРУЖЕВНЫЕ СКАЗЫ» – НАПРАВЛЕНА ФОНДУ «ДЕТИ РОССИИ».**

В рамках показа гостям была представлена новая коллекция одежды Maison Kaleidoscope и авторские ювелирные украшения мастеров Natasha Libelle – оммаж русскому сказочному фольклору и искусству художественных промыслов.

Тончайшие, невесомые платья хозяйки медной горы, теплые кардиганы с авторским узором в облаках декора из страусиных перьев, драгоценные «Кружевные сказы», разработанные для национального конкурса Фаберже и посвященные 145-летию дня памяти П.П. Бажова – этот вечер стал подлинным концентратом эстетических сочетаний и эффектов.



---

*«Мы с глубоким уважением относимся к традициям и истории России. Важным проектом в этой сфере для нас является поддержка такого значимого события, как юбилей Екатеринбурга. Мы считаем, что женская миссия – созидание, каждый день своим примером доказываем это.»*

*Чтобы наши усилия, идеи и благие начинания не утратили свой первичный смысл и привлекли внимание к богатой культуре Урала, мы не придумали повода лучше, чем сделать городу этот подарок в виде «малахитовых доспехов», – говорят основательницы компаний.»*

---

## 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)



# «585\*ЗОЛОТОЙ» УВЕЛИЧИЛА ОТКРЫВАЕМОСТЬ EMAIL-РАССЫЛОК С 5 ДО 20%

ЮВЕЛИРНАЯ СЕТЬ ПЕРЕШЛА НА НОВУЮ CRM-СИСТЕМУ В ИЮНЕ 2023. ОТСЛЕЖИВАНИЕ ОТНОШЕНИЙ С КЛИЕНТАМИ ПОЗВОЛИЛО ПРОАНАЛИЗИРОВАТЬ ЭТАПЫ КАРТЫ КЛИЕНТСКОГО ОПЫТА И ДЛЯ КАЖДОЙ ТОЧКИ КОММУНИКАЦИИ НАСТРОИТЬ ТРИГГЕРЫ ДЛЯ ПОЧТОВЫХ РАССЫЛОК.

Такая оптимизация помогла объединить данные большой клиентской базы ювелирной сети «585\*ЗОЛОТОЙ», где сейчас зарегистрировано около 17 млн человек, с разработкой маркетинговых акций. Основная цель – повышение Retention Rate: возвращение и удержание клиентов, стимулирование новых покупок.

*«Ранее данные о клиентах хранились разрозненно, не сегментировались – в независимости от того, что*

*именно приобрел клиент, ему трижды в неделю приходила массовая рассылка с предложениями от розницы. Открываемость таких рассылок составляла около 5%. Сейчас вся информация о клиентах и их активности собрана в единый профиль, структурирована.*

*Рассылки мы формируем по приоритетности, под потребность клиента – их Open Rate вырос в среднем в 2-3 раза и выше, в зависимости от триггера. Скажем, по триггеру «Спасибо за покупку» открываемость составила 20% – такие письма мы рассылаем на следующий день после визита клиента в магазин, предлагаем повышенную скидку на следующую покупку за заполнение анкеты и знакомим с самыми популярными товарами», – рассказывает Алексей Феликсов, генеральный директор федеральной франчайзинговой сети «585\*ЗОЛОТОЙ».*



Триггерами для эффективных почтовых рассылок стали: регистрация в программе лояльности, годовщина знакомства с программой лояльности, спасибо за покупку, приобретение сервисной гарантии, оставленные товары в корзине, приглашение в магазин, когда прошло более 180 дней с последней покупки, а также важные для клиента даты – его день рождения, годовщина свадьбы.

Рассылки ко дню рождения настроены за неделю до даты и в сам праздничный день, рассылка к годовщине свадьбы проходит в начале месяца, а письмо с бонусом за регистрацию в программе лояльности приходит на следующий день после регистрации. Помимо настройки актуальных временных интервалов важно и само

содержание рассылки: в теме письма и преждере обязательно указывается повод и наличие подарков внутри.

В email клиенту предлагаются бонусные баллы, которые можно потратить на покупки в сети, большие скидки на отдельные KVI-товары, предложения от брендов-партнеров, таких как ЛитРес, Улыбки Радуги, Колесо.ру и других, и даже подарки без покупки в отдельных триггерах.

*«В рассылках мы также часто предлагаем дополнительную скидку 15%, которая суммируется со всеми другими скидками, за установку нашего мобильного приложения, ведь его популяризация – один из важных векторов развития для компании», - добавляет Алексей Феликсов.*

**JUNWEX**

Отраслевой медиа-холдинг

Тел : (812) 303 98 69

Факс : (812) 320 01 41

[www.junwex.com](http://www.junwex.com)



@junwex\_fair