



мир драгоценных камней

- ДРАГОЦЕННЫЕ КАМНИ
- ПОЛУДРАГОЦЕННЫЕ КАМНИ
- СИНТЕТИЧЕСКИЕ ВСТАВКИ
- ЖЕМЧУГ

156026, г. Кострома
ул. Северной Правды, 49
тел. +7(4942) 420-420
e-mail: Kostroma@awros.ru

105082, г. Москва
пер. Балакиревский, 19
тел./факс +7 (495) 215-01-00
e-mail: info@awros.ru

Костромская обл.,
пгт Красное-на-Волге,
ТЦ «Красноград», пав. №15
тел. +7 (953) 645-72-78
e-mail: krasnoe@awros.ru



Ювелирная Россия

Новостной еженедельник

839 от 3 сентября 2024

- www.junwex.com

Международный конкурс **МОЛОДЫХ ДИЗАЙНЕРОВ** **ЮВЕЛИРОВ**

*Поддерживаем талантливых дизайнеров
Сохраняем национальные традиции
Открываем новое в области
технологий, дизайна и моды.*

К УЧАСТИЮ ДОПУСКАЮТСЯ:

ювелирные изделия и эскизы, предварительно
выбранные и оцениваемые Высшей экспертной
коллегией, формируемой Оргкомитетом
Программы «Ювелирная Россия».

ОСНОВНЫЕ КРИТЕРИИ ОТБОРА:

- творческий поиск выразительности идей и замысла;
- высокое мастерство исполнения;
- применение новых технологий и новаторство в использовании традиционных техник;

ЧТО ПОЛУЧАЕТ АВТОР:

- Паспорт ювелирного изделия. Это возможность подтвердить художественную ценность специалистами всемирно известных брендов и музеев;
- При обоюдной договоренности между членом жюри и победителем в его номинации заключается контракт о создании совместной коллекции.
- Возможность показать работы в рамках экспозиции «JUNWEX Петербург 2024»;
- Публикацию в спецвыпуске электронного бюллетеня «Ювелирная Россия».

ПРЕДСТАВЛЯЕМ НОВЫХ ЧЛЕНОВ ЖЮРИ КОНКУРСА



*Г-жа Лю Яньхун, руководитель
China Gold Association*

Г-жа Лю является руководителем Китайской ассоциации золота и одним из ключевых членов совета директоров. Ранее она занимала должности члена партийного комитета и заместителя генерального директора China Gold Newspaper Corporation и заместителя генерального директора China Gold Media Company и имеет более чем 30-летний опыт работы в золотодобывающей и ювелирной промышленности.

Г-н Ду Бан, президент Ассоциации ювелирных дизайнеров Шэньчжэня

Г-н Ду – всемирно известный ювелирный дизайнер, профессор университета и консультант нескольких ассоциаций дизайнеров в разных странах и регионах. Занимается дизайном ювелирных изделий уже 23 года, а его работы завоевали множество отечественных и международных наград. Он активно продвигает платформы для обмена между китайскими и международными ювелирными дизайнерами.



НУ И КОНЕЧНО, ОСНОВНОЙ ЗАЯВЛЕННЫЙ СОСТАВ ЖЮРИ ПО-ПРЕЖНЕМУ ОСТАЕТСЯ С НАМИ



Галина Николаевна Ковалева

председатель Высшей экспертной коллегии конкурсов Программы «Ювелирная Россия», президент Международного фонда поддержки ювелиров «Форма»



Мустафа Камар

потомственный ювелир,
владелец известного
мирового бренда Roberto
Bravo

Андреа Маркон

генеральный директор
Palakiss (выставки Vicenza)



ЗАЯВКА НА УЧАСТИЕ

В КОНКУРСЕ МОЛОДЫХ ДИЗАЙНЕРОВ

Заполненные формы принимаются до 10 сентября 2024 года
на e-mail info@jewellerclub.ru

Название компании/учебного заведения: _____

Контактное лицо, должность: _____

Телефон/моб.телефон _____

E-mail: _____

Описание работы _____

Дата _____

М.П. Подпись _____

*Подписывая заявку, вы принимаете условия участия
в конкурсе, описанные в Приложении ниже*

ЖДАТЬ ЛИ ЮВЕЛИРАМ ПОЗИТИВ?

ОТ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ПОЛНОМОЧИЙ МЕЖДУ МИНФИНОМ И МИНПРОМТОРГОМ?

25 сентября 2024 г. в рамках XX отраслевой ювелирной выставки «JUNWEX МОСКВА» в соответствии с решением Костромского ювелирного форума, организованного под руководством губернатора области, пройдет отраслевая Конференция по обсуждению задач формирования Стратегии развития ювелирной промышленности России.

К участию в конференции приглашены главы профессиональных общественных ассоциаций рынка ДМДК, представители Минпромторга и Министерства Финансов РФ. Участники конференции планируют обсудить и предложить власти оптимизацию процессов маркировки, заявленной сертификации драгоценных камней, а также задачи выстраивания эффективных взаимоотношений профессиональных и

государственных структур. Члены Ассоциации «Гильдия ювелиров России» и Клуба «Российская Ювелирная Торговля» ждут на конференции ответа на вопросы о персонализации ответственности в стране за развитие рынка ДМДК. Ювелиры стремятся определиться с вопросом «Ждать ли позитив от распределения полномочий между Минфином и Минпромторгом?» или в стране должен появиться отдельный межведомственный орган отвечающий за эффективное использование богатых природных ресурсов на благо формирования государственного бюджета в условиях СВО.

[Приглашаем всех участников выставки к участию в конференции!](#)

Начало в 14.00, 25 сентября

Место проведения: ВДНХ, пав 57

JUNWEX
ОТРАСЛЕВОЙ МЕДИА-ХОЛДИНГ


Клуб «РОССИЙСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ТОРГОВЛЯ»

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ
ЮВЕЛИРНАЯ
РОССИЯ

XX МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ ВЫСТАВКА

JUNWEX

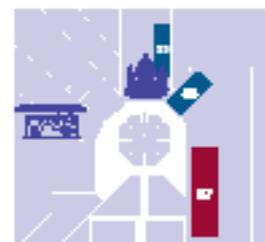
МОСКВА

25–29 СЕНТЯБРЯ 2024
МОСКВА, ВДНХ

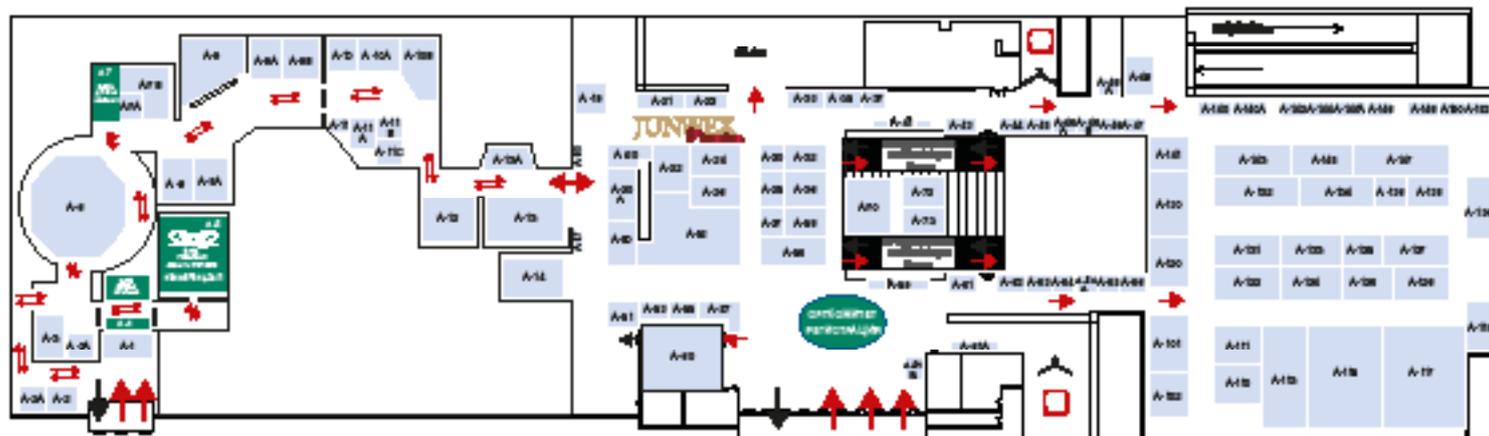
WWW.JUNWEX.COM

Павильон 57

ОПТОВО-РОЗНИЧНЫЙ ЗАЛ
РАЗДЕЛ PREMIUM
25–29 сентября 2024



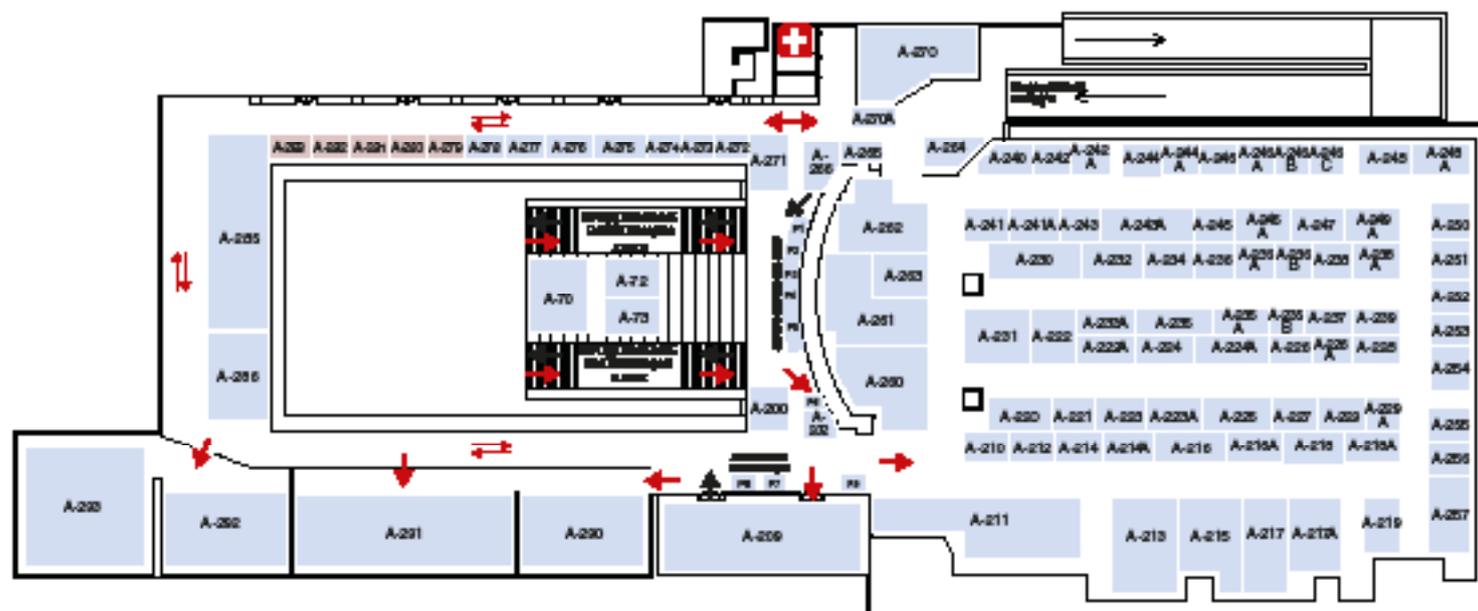
1 ЭТАЖ



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
ARGENTA MEMBER OF SF1 GROUP	A-2A
ART-JEWELLER	A-11B
BELLISSIMO	A-19
BRILL	A-4B
CLARITY	A-21
СОБОРА	A-145
DARVIN JEWELRY	A-101
DEFLUR	A-113
DEWI	A-20A
DILIGHT	A-7H
ELEMENT 47	A-147
FOBUS	A-8
GF.TALIA	A-45
GOLDMAN JEWELRY	A-2
ГРАФ КОЛЬЦОВ	A-4 (БДК)
ЕРМАТ	A-8B
ID-RUSSIA	A-17
ИЗРАИЛ	A-4 (БДК)
JWVEL	A-50
КРАСНОЕ	A-11B
L-SILVER, КОРПОРАЦИЯ	A-132
МАХИМ ПЕРМОУ	A-6B
MIDAS	A-152
МОСТРА	A-22
NATASHA LIBELLE	A-30
NOBESOLD	A-7B
НИКА, РОССИЙСКИЙ ЧАСОВОЙ ЗАВОД	A-8A
НОРИ ФАБРИКИ	A-6B
OLIVA JP	A-139
PARIS JEWELRY (PARC, LLC)	A-11C
PER SEMPRE	A-5B
PLATA	A-2A
PLATKA JEWELRY	A-73
ПЛАТИНА JEWELRY	A-2B5, A-23
PLATINOR	A-10A
PREMIUM DIAMONDS	A-81A
ROBERTO BRAVO	A-61B
SALAKATOV	A-48A
SEVEN DIAMONDS	A-32
SMARTPRO	A-11
SOFA BRILLIANT	A-26

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
STYLE AVENUE	A-2B
TALANT GOLD	A-115
TALANT SILVER	A-117
TOMGEM PLUS	A-64
TRILLIANT	A-2
URBAN M	A-53
УВАРА JEWELRY	A-8B
VERONA	A-143
ВЕНОНИА JEWELRY FACTORY	A-13
ВЮЛЕТ (ВЮЛЕТ, ЮД)	A-57
ZOLOTOYE UZORU	A-14
АЛЬТАМАСТЕР	A-146
АЛЬФА, LLC	A-6B
АНЖЕЛИКА	A-148
АПАРТ	A-20
АТОЛЛ, ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД	A-6
АФРИКА	A-25
БЕЛЫЙ БРИЛЛИАНТ	A-72
БОБЫЛОВА А., ИП	A-144A
ВЕРБИЧ СВЕЛАНА	A-47
ГЕРМАНОВИЧЕСКАЯ ЛАБОРАТОРИЯ ВЛ	A-18
ГРАЦИЯ, ТД	A-150
ДАР	A-141
ДИНАСТИЯ	A-4 (БДК)
ЕПИСКОПОВА	A-111
ЖЕМЧУЖНОЕ ПОДВОРЬЕ	A-135
ЗНАКОГОР	A-142
ЗОЛОТАЯ ПОДКОВА, ЮЗ	A-9
ЗОЛОТО МАГАДЖИ	A-27
ИМПЭКС	A
КОРДУЛЬ	A-13A
КАСКАД	A-136
КАСТ, ЗАВОД	A-8B
КАСТИНГ ХАУЗ	A-64A
КАРИВЕЛ	A-6B
КЛАСИКА	A-5B
КОМПАГМЕРАЛ РС (И) АО	A-65
КОСТРОМСКОЙ ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД	A-124
КРЕСОВОЙ ПРЕМЬЕ	A-102
КРИВОБОКОВ Д.А.	A-5B
КУСКИН, ИП	A-14B
ЛАКИ ДАЙМОНД	A-1

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
МАНАТ, ИК	A-13A
МАЗНИЦЫН, ЮД	A-46B
МАСТЕР КРИВО	A-12B
МАСТЕР, ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД	A-8A
МЕРАГОР, ИК	A-12B
МОСКОВСКИЙ ЦЕПЕВЯЗАЛЬНЫЙ ЗАВОД (МЦЗ)	A-7 (БДК)
МАНДСАР	A-6B
НЕФРИТ	A-130
МОДЕ ВРЕМЯ	A-131
ОСТРОВ СОКРОВИЩ	A-4B
ФАБРИКА ИРИС, ЮВЕЛИРНАЯ ДИЗАЙН-СТУДИЯ	A-11A
PM JEWELRY	A-47
ПРОТОВ ВЛАДИМИР	A-23
РЕМИКС	A-119
РИНГО	A-24
РУССКОЕ СЕРЕБРО, ВНОЗ	A-46A
САМБРОУК ИК	A-43
САМОЦВЕТЬ НА ЗАХСТАНА	A-47
САХА АЛТАС ШУТИЯ	A-42
САХА АЛТАС	A-61
СЕВЕРНАЯ ЧЕЧНЯ	A-18B
СИЯНИЕ СИБИРИ	A-27
СОЛЬМЕР	A-4 (БДК)
СОРОКА, ТМ	A-66
СОРОКИН, ИК	A-12B
СПЕЦСВЯЗЬ РОССИИ	A-8
СТЕПАНЦА (СЮЛТАСИНЕ БРИГАНТИНЫ)	A-41
СУВЕНИРЫ БАЛТИКИ	A-25
СУПЕР М. Г., ИП	A-133
СУПЕР ДЖЕМС	A-144
Т.И.Т. ДИЗАЙН	A-7A
ТИМОФЕЕВ	A-4 (БДК)
УРАЛЬСКИЕ ЗОЛОТО & ДРУМАНГОУМ	A-45
ФАБРИКА ГАЛЬВАНИКИ	A-140A
ФОНТ	A-122
ЭВОРА	A-137
ЭЛЕТ, ЮЗ - БЕЛОРУССКАЯ JEWELRY	A-62
ЮВЕЛИР ТРЕЙД	A-12
ЭКОПОЛ (ЦУПЭС (И))	A-13B
CHINA	
WWW JEWELRY (FINE JEWELLERY)	A-4

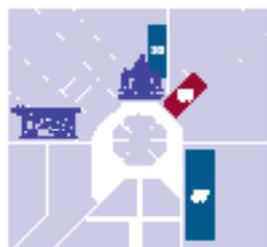


НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
ALEXAMBER	A-246B
ALFA	A-246
ALORIS	A-273
AMEBUS	A-242A
AQUAMARINE	A-291
BALTIC DESIGN JEWELRY	A-228
BALTSILVER	A-244
BONITA	A-221
BROVANZ	A-96
BSE-JEWELRY (ИЗРАИЛЬ)	A-213
CORDE	A-260
CRYSTAL COME	A-228
ENDO BENZO — МУРАНКОЕ СТЕКЛО	A-226A
FILIA IT	A-211
FRESH JEWELRY	A-230
GEM SILVER	A-264
ITALIA JEWELRY	A-270
JEDA (ТАМБЕЛ, ЦШ)	A-228
KUBUKU	A-232
LA MONDIA	A-222A
LAURENTA	A-235A
LED TOUTI	A-278A
MATVEEV & Co	A-95
MEHA GROUP (ИЗРАИЛЬ)	A-213
MURANO LAND	A-272
PERELA JEWELRY (ИЗРАИЛЬ)	A-213
PERASKEVA	A-210
PRADISSA — ДИДРЕЛ (БЕЛОРУССКАЯ КОПИЯ)	A-288
RAGANELLA PRINCESS	A-202
REBEL HEART	A-234
ROMAN NIKONOV, ЮД	A-91
ROMA L GARNETS	A-262
RUSPEARLS	A-245A
SA NEON	A-288
SHNUROK-GAITAN	A-270A, D-122
SILVER DAMAS	A-228
SILVER SKY	A-218
SKYSYSTEMS	A-277
SUN STYLE	A-224A
VICTORIA SILVER (ИЗРАИЛЬ)	A-288

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
VLOES	A-242
WELLEMENTS BY JULIA BOND	A-97
YAROSLAVNA	A-241A
ЗЛАТО	A-218A
АВРОРА, ЮД	A-262
АМРОС	A-228
АДАМАНТ	A-290
АДРИН ПАВЛ	A-228A
АЛЕКСИ	A-227
АЛЕКСИР	A-218A
АЛЬФА-КАРАТ	A-261
АМБЛЕТ	A-238B
АРГЕНТА, ФАБРИКА СЕРЕБРА	A-217A
АРНА, ЮК	A-216
БАЛЕКС 925	A-254
БАЛТИЙСКОЕ ЗОЛОТО	A-261
БОЯРЫНЯ, ЮФ (ЦПЗКО)	A-213
БРЮЛЛАНТЫ БЕЛОРУССКАЯ (ЗВЕЗДОЧКА, ЦС)	A-92
ВАЛЕНСИЯ	A-237
ВАЛЕНТИНО	A-262
ВЕГА	A-211
ВИТГОЛД	A-238A
ВЫСОКОВЫ 585	A-263
ГЛАМИ	A-218A
ГОЛДИКА	A-219
ГОРБА И. М., ИИ	A-248
ДАРИНА	A-275
ДЖУЗ	A-286
ДЭЗЬБЬЯК ВИКТОР	A-98
ДРАЧА, ЮФ	A-258
ДИВА ЮБЕЛИР	A-246A
ЗЕМЛЯ И ЛАДУЯ	A-222A
ЗОЛОТАЯ СТОЛИЦА	A-278
ЗОЛОТО КУБАНИ	A-228
ЗОЛОТО ОРХИДЕИ	A-222A
ЗЕМНОЙ ДРАКОН	A-226
ЗОЛОТОЙ ЗАПАСЬ	A-248A
КАРМ-К	A-244A
КРАСНАЯ ПРЕСНЯ	A-217
КУБАНИ РОС-СЕРВИС	A-228

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
ЛАЙК	A-257
ЛЕНА ТОЛМАШ	A-278
ЛЮКС, ЮК	A-240
МАДДЕ	A-228
МАРКИЗ	A-241
МАРИА П	A-222
НЕВСКИЙ-Т	A-211
ПРИМОРСКОЙ ЮБЕЛИР	A-271
ПРИМА ЭКСПЛОЗИВ	A-286
РЕНЬЕРА	A-267
РУССКИЕ РЕМЕСЛА	A-218
РУССКОЙ СТИЛЬ	A-282A
СБ ЗОЛОТО	A-212
СЕРЕБРЯНАЯ ПЕЧЕНЬ	A-271
СЕРЕБРЯНЫЕ КРЫЛЬЯ	A-274
СКИ-ДРИМ	A-228B
СЛАВНОВ	A-222
ТУЛВИЛ, ОП	A-214
ФОМЕНКО, ЮД	A-255
ХОПТИВСКАЯ ФАБРИКА РЕЗНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ИЗДЕЛИЙ	A-94
ЦЕНТР ПОДДЕРЖКИ ЭКСПОРТА КОСТРОМСКОЙ ОБЛАСТИ	A-213
ЦИФОН С	A-211
ШКАТУЛКИ И ХЬОМИДОРЫ. KARION MELNIK	A-92
ЭДА-АРТ	A-228
ЮБЕЛИНА	A-235
ЮБЕЛИТА	A-268A
ЯНТАРНАЯ ВОЛНА	A-231
ЯНТАРНАЯ ШАПОЧКА БИЮРА БАЛТИЙСКАЯ	A-228A
ЯНТАРНЫЙ ЛЕВ	A-248C
ЯНТАРЬ РОСКОШЬ	A-248
ЯСЛИС	A-250
ЮЛЕНА-ЮБЕЛИР	A-248

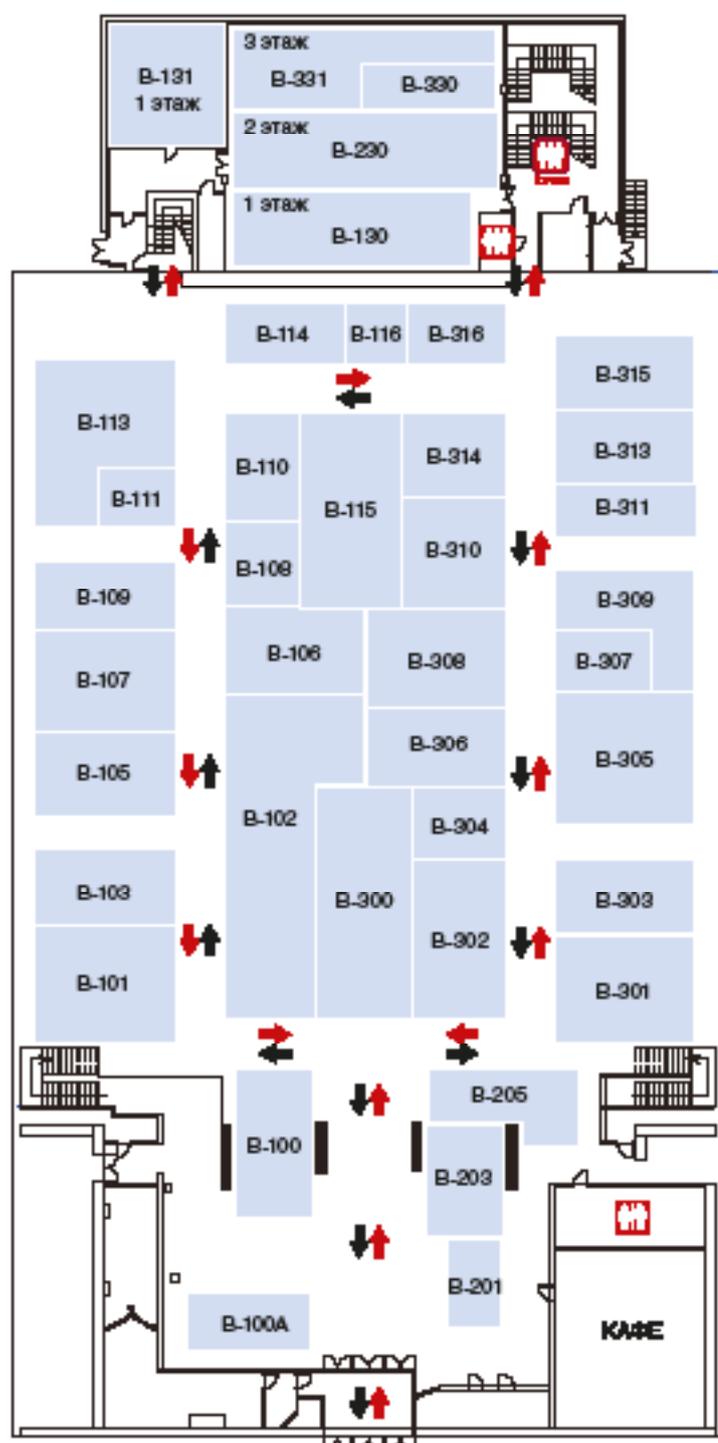
CHINA	СТЕНД
КОМБИНАТ ИА МЕН (FASHION-JEWELRY)	A-279
GUANGZHOU FAGAN (WATCH)	A-282
HONG KONG HODAM INTL. TRADE (WATCH)	A-281
WONDER SCENARIO (PEARLS)	A-280



Павильон 55

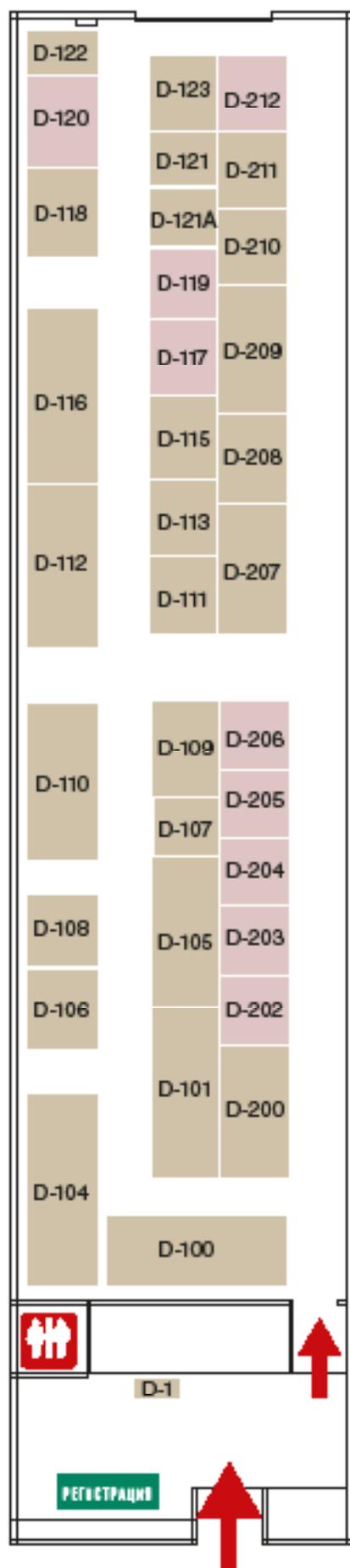
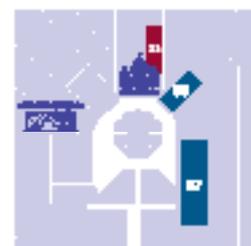
25–27 сентября 2024

ОПТОВЫЙ ЗАЛ



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
BELLISSIMA TENTAZIONE	B-108
BERGER	B-309
BRILLIANT STYLE	B-208
DELTA (ДЕЛЬТА, КЮЗ)	B-130
DELTA DIAMONDS	B-100A
DIAMOND UNION (БРИЛЛИАНТ СОЮЗ)	B-311
DINASTIA	B-308
EFREMOV	B-230
ERA JEWELLERY	B-101
GRANT (ГРАНТ КЮЗ)	B-100
GRIGORIEV DIAMOND HOUSE	B-131, B-308
KABAROVSKY, ЮД	B-115
KLONDIKE	B-308
KRASTSVETMET	B-330
MASTER BRILLIANT	B-102
ORTAGOLD	B-315
POKROVSKY JEWELLERY	B-314
PRESTIGE JEWELRY	B-313
PRIMO PREZIOSO	B-101
ROSE GRACE	B-109
SOLOLOV	B-331
SOUL JEWELRY	B-116
VEENA	B-105
АЛЬКОР, ЮФ	B-301
БАРАТНЫЙ СЕЗОН	B-304
БОЛЬШАКОВ	B-111
БРИЛЛИАНТЫ КОСТРОМЫ	B-305
ИЛЛАДА, ЮП	B-307
ИМПЕРИАЛ	B-108
КАРАВАЕВСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ФАБРИКА	B-316
КРАСНОСЕЛЬСКИЙ ЮВЕЛИР	B-110
КРАСНОСЕЛЬСКИЙ ЮВЕЛИРПРОМ	B-300
ЛЕТО	B-201
МАРКАЗИТ	B-103
МАСКОМ	B-114
ПЕРВАЯ БРИЛЛИАНТОВАЯ	B-303
САМС, ЮЗ	B-302
СЕНАТ	B-310
СЕРЕБРО РОССИИ	B-113
СТАТУС, ЮЗ	B-205
ЮВЕЛИРНЫЕ ТРАДИЦИИ	B-107

Павильон 33 25–29 сентября 2024



JUNWEX TECH

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
3DGOLD	D-1
3DIVISION	D-115
ALPHA JET	D-123
BULUNMAZ MAKINE	D-116
SALVANO	D-207
HARDLIGHT	D-211
JEWELRY TRADING COMPANY	D-210
LASERDUCK	D-107
LEGOR	D-113
NGT	D-105
SHARPLASE RUSSIA	D-111
SHNUIROK-GAITAN	A-270A, D-122
АЛПТРАЦИОН РУС	D-108
ВИКТОРИЯ	D-121
ЛАЗЕР	D-108
ЛАЗЕРНЫЙ ЦЕНТР	D-104
ПРОМПЕХ	D-101
РУТА	D-100
СТАНКОВЫЕ ГРУППЫ	D-112
ТЕХАЛЬЯНС	D-121A
ТИПИЧНЫЙ ЮВЕЛИР & КОРОНА	D-110
ТРИЛОБИТ	D-209
ФАВОРИТ	D-121
ЮВЕЛИР КОМПЛИТ	D-208
ЮВЕЛИРНАЯ КОСМЕТИКА (ЛЮ ТЕХНОЛОГИЯ)	D-118
ЮВИН	D-106
ЮМО	D-200

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
CHINA	
DONGGUAN LEAFAR METRIAL (PACKAGING)	D-205
DONGGUAN WEIMEI (PACKAGING)	D-212
SHENZHEN LONGXING MECHANICAL TECHNOLOGY (MACHINERY)	D-204
SHENZHEN SHENDAFU PACKAGING (PACKAGING)	D-203
SHENZHEN TAIFENGLONG (MACHINERY)	D-206
ZHEJIANG LIDON JEWELLERY (MACHINERY)	D-202
TURKIYE	
ALPRESS (MACHINERY)	D-119
TURKMENOGU FIRCA SANAYI (MACHINERY)	D-120
UNWAY (MACHINERY)	D-117

XX МЕЖДУНАРОДНАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ВЫСТАВКА

JUNWEX

МОСКВА

МОСКВА ; ВДНХ

ПАВИЛЬОН 57 ; СТЕНД А-52

25-28 СЕНТЯБРЯ ; С 11.00 ДО 20.00

29 СЕНТЯБРЯ ; С 11.00 ДО 16.00

ESTET

JEWELRY



GEVORKYAN

FINE JEWELRY

УВАЖАЕМЫЕ ПАРТНЕРЫ!

ПРИГЛАШАЕМ ВАС ПОСЕТИТЬ НАШ СТЕНД А-52 ВДНХ, ПАВИЛЬОН 57
НА XX МЕЖДУНАРОДНОЙ ЮВЕЛИРНОЙ ВЫСТАВКЕ JUNWEX МОСКВА

С 25 ПО 29 СЕНТЯБРЯ 2024 ГОДА
А 24 СЕНТЯБРЯ — СПЕЦИАЛЬНЫЙ ДЕНЬ
ДЛЯ ПАРТНЕРОВ ESTET JEWELRY!

НА НАШЕМ СТЕНДЕ ВЫ СМОЖЕТЕ
ПОЗНАКОМИТЬСЯ И ОДНИМИ ИЗ ПЕРВЫХ УВИДЕТЬ НАШИ НОВИНКИ
ОТ БРЕНДОВ ESTET JEWELRY И GEVORKYAN FINE JEWELRY,
ПРИБРЕСТИ УЖЕ ПОЛЮБИВШИЕСЯ ЮВЕЛИРНЫЕ УКРАШЕНИЯ
ПО ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫМ ЦЕНАМ
И ЗАРЯДИТЬСЯ ОТЛИЧНЫМ НАСТРОЕНИЕМ!

НАШИ МЕНЕДЖЕРЫ ПОДРОБНО ОТВЕТЯТ НА ВСЕ ИНТЕРЕСУЮЩИЕ ВОПРОСЫ
И СОРИЕНТИРУЮТ ПО АССОРТИМЕНТУ.

ESTET

JEWELRY

Также на 24 сентября
аккредитовали своих
партнеров компании:

- BRILLIANT STYLE
- DELTA (ДЕЛЬТА, КЮЗ)
- ELEMENT 47
- PLATIKA JEWELRY
- ROSE GRACE
- ЛАКИ ДАЙМОНД
- ЛЕТО
- МАСТЕР КЛИО
- ПЕРВАЯ БРИЛЛИАНТОВАЯ





РЫНОК

ВВЕДЕНИЕ ОБЯЗАТЕЛЬНОЙ МАРКИРОВКИ ОСТАТКОВ ПЕРЕНЕСЛИ НА ГОД

Введение в России обязательной маркировки остатков ювелирных изделий перенесено с 1 сентября 2024 года на 1 сентября 2025 года, соответствующее постановление правительства РФ опубликовано на официальном интернет-портале правовой информации.

"С 1 сентября 2025 г. на ювелирные изделия из драгоценных металлов

и драгоценных камней, заявленные в качестве остатков, должны быть нанесены двухмерные штриховые коды", - говорится в документе.

Маркировка ювелирных изделий, ввезенных в Россию из государств, не входящих в Евразийский экономический союз, будет введена с 1 сентября 2024 года, следует из постановления.

// "ЕСЛИ ОЦЕНКИ РАСХОДЯТСЯ В РАЗЫ, КАК СЕЙЧАС — ЭТО БЕДА"



Владимир Збойков,
исполнительный директор Ассоциации
«Гильдия ювелиров России».

Минпромторг запросил у участников отрасли их предложения к проекту стратегии развития ювелирной отрасли в РФ.

Подготовить стратегический документ, регулирующий развитие сферы оборота драгметаллов и драгоценных камней, пытались многие — и госструктуры, и общественные объединения.

Старожилы помнят такие попытки ещё с 2005 года. Но все эти проекты так и не доходили до утверждения. Сейчас этим занялся Минпромторг.

«Профильный департамент, специалисты которого накопили значительный массив информации

по этой отрасли, есть в Минфине. Однако Минфин не обладает полномочиями по разработке стратегического документа, это на сегодня задача Минпромторга, в составе которого работает департамент металлургии.

Им нужно глубоко вникнуть в нашу проблематику, учитывая, что присутствует в ней ещё и компонент добычи металла, и реализации готовых изделий, — рассказал Владимир Збойков. — Плюс следует учесть, что в отрасли много игроков, да ещё с разными в чём-то интересами».



Одна из важных проблем, мешающих подготовке выполнимой и рабочей стратегии — дефицит достоверной информации. Ассоциация предлагает засекреченную сегодня статистику по ювелирной отрасли открыть, как было раньше. Это позволит экспертам основывать свои прогнозы и предложения на твёрдой базе.

«Если бы оценки расходились у экспертов и чиновников на 5-10%, это не принципиально, это нормально, можно сказать. Но если оценки расходятся в разы, как сейчас — это беда», — полагает Владимир Збойков.

Главное, что, по мнению ассоциации, тормозит развитие отрасли — это устаревший во многом взгляд

чиновников на драгоценные металлы и камни как на объекты «повышенной концентрации стоимости». То есть в них видят своего рода монеты в кошельке. Между тем, куда полезнее было бы видеть в них будущий источник прибавочной стоимости...

В результате сфера обращения драгкамней и драгметаллов страдает не только от высокой налоговой, но, что иногда даже более важно, от административной нагрузки. Недавно заработала информационная система ГИИС ДМДК, в которой, как выражаются сами ювелиры, «государство и так нас видит, словно под лупой». Но и традиционные методы контроля никто не собирается отменять — обязательные бумажные бирки

для ювелирных изделий, клейма в Пробирной палате и т.д.ежегодно.

«В настоящее время опробование, клеймение и маркировка ювелирных изделий производится в подразделениях Федеральной пробирной палаты. Производители несут значительные издержки на логистику и потери от простоя оборота за период осуществления данных операций в ФПП.

В то же время ГИИС ДМДК создала надёжный инструмент контроля за легальностью оборота ДМДК, что сделало нецелесообразным осуществление клеймения и маркировки ювелирных изделий государством (контроль всех операций, включая оборот изделий по УИН, посредством ГИИС ДМДК осуществляет ФПП)», – отмечается в предложениях по созданию Стратегии, направленных «Гильдией ювелиров» в Минпромторг.

При этом сроки клеймения сегодня жёстко не установлены, а ведь для ювелиров каждый день просрочки – это финансовые потери.

Сегодня, как это ни грустно, Россия свои драгоценные камни не добывает (за исключением алмазов, которые в основном всё равно гранятся в Индии и потом завозятся обратно). Те камни, которые везут

сегодня в Россию, по действующим правилам сертификатов не требуют, за одним исключением: если драгоценный огранённый камень перепродаётся физическому лицу не в изделии, а сам по себе. Такие камни без проблем сертифицируются частными лабораториями – по 8–10 тысяч штук в год.

И вдруг рождается инициатива: все драгкамни, которые в страну везут, сертифицировать, причём только в трёх лабораториях при госорганах (одним из которых, как ни удивительно, назван Минюст). Те, кто это предложил, видимо, не понимают, с каким валом они столкнутся – с многими миллионами камней в год! И в нём эти три геммологические лаборатории неминуемо захлебнутся, или всё сведётся к профанации, простой штамповке сертификатов (то есть к организации коррупционных кормушек). Зачем это нужно?

Более того, по мнению «Гильдии ювелиров», назрела необходимость вывода всех содержащихся в перечне 41-ФЗ цветных камней (рубинов, сапфиров, изумрудов, александритов) и жемчуга из перечня драгоценных камней Федерального закона «О драгоценных металлах и драгоценных камнях». Кстати, было бы полезно и выгодно



для государства отменить на них ввозную пошлину, как и на оборудование для ювелирной промышленности. Этот вопрос не вызывает сомнения у российских госорганов, но в рамках ЕАЭС блокируется Арменией, у которой, видимо, есть какие-то свои резоны.

Россия имеет огромный сырьевой потенциал для развития ювелирной отрасли и роста её экспорта.

Но экспорт остаётся на низком уровне. По какой причине? Видимо потому, что нашим экспортёрам нужны не только качественные, но и ценовые преимущества над конкурентами. Повышение уровня конкурентоспособности данной сферы в части глубокой переработки ДМДК до уровня мировых лидеров и многократное увеличение экспортного потенциала перерабатывающих производств невозможно без либерализации отрасли.

Очень много вопросов у участников рынка к системе таможенного контроля для ювелирной отрасли (причём для участников экспортных и импортных операций существует, помимо таможенного, ещё и так называемый государственный контроль). Большой вопрос для многих ювелирных предприятий — проблема борьбы с монополизацией отрасли, меры поддержки малого и среднего бизнеса. Продолжать можно долго.

Посмотрим, услышит ли государство призывы участников рынка. От этого будет зависеть, появятся ли в России новые бренды, подобные по известности Фаберже, которые бы не только обогащали казну, но и на весь мир прославили нашу страну.

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.





НАЛОГИ

КАК ЗАКОННО ДРОБИТЬ БИЗНЕС?



Автор: Налоговый эксперт Ольга Торьяник.

Более 20 лет в профессии. Специализация - налоговая оптимизация экологичными и органичными бизнесу методами. Основатель аутсорсинговой компании "РБ Приоритет".

БУДЕТ ЛИ ДРОБЛЕНИЕМ, ЕСЛИ
ИП ПРОДАЕТ БИЖУТЕРИЮ
И УСЛУГИ ПО РЕМОНТУ,
ПРИМЕНЯЯ ПАТЕНТ? В ТО ВРЕМЯ
КАК ООО С ЕДИНСТВЕННЫМ
УЧРЕДИТЕЛЕМ ТЕМ САМЫМ
ИП ПРОИЗВОДИТ И ПРОДАЕТ
ЮВЕЛИРНЫЕ УКРАШЕНИЯ ИЗ
ЗОЛОТА?

Тот же вопрос стоит перед бизнесом, разделившим по разным ООО/ИП торговлю «золотом» и «серебром».

Какие доводы применит налоговая, если данный бизнес попал в поле зрения проверяющих и начата выездная налоговая проверка? (О том, как именно попадают в поле зрения налоговой, пойдет разговор в следующей статье).

Самые уязвимые места бизнеса, и соответственно, главные аргументы ИФНС – ОБЩИЕ для всех ООО/ИП:

- Бренд, под которым бизнес ведет деятельность;
- Сотрудники;
- Бизнес-процессы, к примеру, закупка сырья или маркетинг.

И самое чувствительное здесь, конечно, сотрудники, которые на допросе в ИФНС дадут совсем бесполезные для бизнеса показания.

Вырисовывается неблагоприятный для бизнеса сценарий, которого можно избежать, если бизнес подготовится. Для этого важно выработать позицию с доводами, почему дробление является законным.

ЗАКОННЫМ ЭТО МОЖЕТ БЫТЬ ТОЛЬКО В ОДНОМ СЛУЧАЕ – У РАЗДЕЛЕНИЯ БИЗНЕСА ЕСТЬ ДЕЛОВАЯ ЦЕЛЬ.

- *Пример деловой цели:*
- *Инвестиционная политика бизнеса предусматривает разный темп развития направлений*
- *бижутерия + ремонт и продажа украшений из золота. Допустим, в бизнес по торговле изделиями из золота планируется привлечь*

- *сторонние инвестиции для масштабирования в кратчайшие сроки, а направление с бижутерией и ремонтами развивать только реинвестициями заработанной прибыли. Этим и объясняется разделение бизнеса по разным направлениям.*

Далее возникает вопрос, а достаточно ли этой деловой цели чтобы убедить налоговую и чем вообще измеряется достаточность?

ДОСТАТОЧНОСТЬ ИЗМЕРЯЕТСЯ ДЕНЬГАМИ

Необходимо продемонстрировать расчетами, что выгода от деловой цели дробления бизнеса была не менее либо сопоставима с суммой сэкономленных налогов.

Расчеты достаточности деловой цели и обоснования законности дробления упаковывают в правовую позицию (защитный файл), которую подкрепляют материалами – расчетами, бюджетом или бизнес-планом, документами переговоров с инвесторами и так далее.

Подготовку таких материалов лучше доверить профессионалам, которые помогут «распаковать» из вашего бизнеса органичную деловую цель и обосновать ее документами.

КОМПАНИИ

АЛЬКОР: "ПОЧТИ 40% ПРОДАЖ УКРАШЕНИЙ С КАМНЯМИ ПРИХОДИТСЯ НА ИЗУМРУДЫ"

В каждом трендовом направлении есть свои лидеры, предпочтение которым отдает большая часть покупателей: так, изумруд стал настоящим хитом 2024 года. Украшения с этим драгоценным камнем как никогда востребованы у модниц, отдающих предпочтение актуальным и креативным ювелирным изделиям.

Популярность изумруда не могла не отразиться на появлении новых дизайнов в этом направлении. Тем, кто только планирует пополнить свой ювелирный гардероб украшениями с трендовой вставкой, посоветовали присмотреться к комплектам, в которых изумруд виртуозно сочетается с черными и коньячными бриллиантами.

«Анализируя продажи украшений с цветными вставками за 2024 год, можно отметить стабильно высокий спрос на ювелирные изделия с изумрудом. Почти 40% всех продаж цветных драгоценных камней приходится на позиции именно с этой драгоценной вставкой. С 2023 года наметился рост спроса на украшения в лимонном золоте с изумрудами. За 1,5 года доля продаж таких украшений составила 12% от общего количества изделий, в то время как спрос на украшения в лимонном золоте с другими драгоценными вставками вырос всего на 4,1%», - сказал руководитель отдела аналитики ювелирной компании АЛЬКОР Михаил Веселов.

Разнообразие коллекций, представленных на рынке, позволяет найти свое особенное ювелирное изделие даже самым креативным и творческим натурам. Красочные комбинации изумруда с рубинами, сапфирами и бриллиантами в одном украшении поражают буйством ярких оттенков и фантазийными видами огранок.

Так, трендовая огранка «багет», которая год назад стала популярна в ювелирных изделиях с бриллиантами, завоевала любовь представительниц прекрасного пола и в украшениях с изумрудами. Драгоценный камень насыщенного зеленого оттенка прямоугольной формы смотрится одинаково эффектно как соло, так и в сочетании с другими вставками. Особенно популярен этот вид огранки в молодежных коллекциях.

«Ассортимент продукции становится все более разнообразным и смелым, а категория клиентов заметно молодеет. В 2024 году, подхватив тренд на вставку с изумрудом, мы презентовали своим покупательницам классические украшения в лимонном и красном золоте самых трендовых моделей и дизайнов.»

Серьги-продевки, пусеты и крупные акцентные кольца в сочетании с изумрудом и натуральными бриллиантами различных оттенков – маст-хэв каждой девушки и женщины в этом сезоне», - добавила директор по продукту ювелирной компании «Алькор» Полина Горькова.

Она отметила, что натуральный изумруд, в основе которого лежит природный минерал берилл, отличается особой хрупкостью и требует бережной, аккуратной работы с ним профессионала.

Особого ювелирного мастерства требуют и фантазийные виды огранок этой «капризной» вставки - не каждый производитель имеет широкий ассортимент украшений с изумрудом в трендовых формах, таких как: «багет», «маркиз» или «сердце».



«585*ЗОЛОТОЙ» СТАЛ БРЕНДОМ ГОДА В ЕЖЕГОДНОМ РЕЙТИНГЕ

ЮВЕЛИРНАЯ СЕТЬ «585*ЗОЛОТОЙ» СТАЛА ЛАУРЕАТОМ ПРОЕКТА «РЕЙТИНГ БРЕНДОВ» ОТ ИЗДАНИЯ «ДЕЛОВОЙ ПЕТЕРБУРГ». КОМПАНИЯ ПОЛУЧИЛА ДИПЛОМ, СТАТУЭТКУ И ПРИЗНАНА БРЕНДОМ ГОДА В НОМИНАЦИИ «ЗА НЕСТАНДАРТНЫЙ ПОДХОД В ИСПОЛЬЗОВАНИИ МАРКЕТИНГОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ ДЛЯ ВОВЛЕЧЕНИЯ АУДИТОРИИ».

В 2024 году «585*ЗОЛОТОЙ» развивает различные маркетинговые форматы, улучшающие клиентский опыт и повышающие интерес аудитории, в том числе проекты и нестандартные механики в социальных сетях, спецпроекты и собственные медиа сети. Все активности компании направлены не только на получение бизнес результатов, но и на практическую пользу для клиентов, что позволило добиться значимых результатов.



Среди таких форматов первый ювелирный подкаст сети «Ювелирные отношения», выпущенный к 14 февраля. Ведущие подкаста обсуждали темы, которые ранее в опросах предложили клиенты «585*ЗОЛОТОЙ»: эффективные способы намекнуть на подарок, практические советы по подбору размера кольца и краткие гиды по драгоценным металлам. Проект в формате развлекательного лайфстайл-шоу собрал аудиторию с охватом более 4,6 млн человек.

Примером еще одной нестандартной механики стал романтический онлайн-квест на основе чат-бота с внедрением сторителлинга. Подписчики могли самостоятельно влиять на ход игры и получали гарантированные призы от ювелирной сети. По итогам активности было реализовано более 2,7 млн брендовых контактов.

Уникальный формат аукциона в социальных сетях также зарекомендовал себя как одну из эффективных механик вовлечения аудитории в Telegram. Подписчики за бонусы могли выиграть эксклюзивные ювелирные лоты, а также получали подарки. Рост вовлеченности составил в среднем на 15%.

Бренд-медиа ювелирной сети, портал «Свадьба 585», является ещё одним полноценным инструментом компании, ориентированным на узкий сегмент и повышающим лояльность аудитории. Платформа объединяет в себе весь спектр услуг по организации и проведению свадебного торжества – от подбора колец, полезных статей и конкурсов в онлайн-журнале до выбора свадебных специалистов. Абсолютно весь функционал сайта является бесплатным на всех этапах, и приносит бизнес-результаты компании.

Эти и другие активности ювелирной сети были отмечены жюри рейтинга, которое при оценке учитывало объем и качество маркетинговых коммуникаций, качество брендинга, узнаваемость бренда и ряд количественных показателей.

В компании отмечают, что «585*ЗОЛОТОЙ» уже второй год подряд становится лауреатом рейтинга брендов Санкт-Петербурга. Годом ранее ювелирная сеть была отмечена в номинации «За умелое обращение с лояльностью клиентов с помощью разных инструментов» и продолжает развиваться, вдохновляясь родным городом.

MUST HAVE

Предлагаем участникам выставки «JUNWEX Москва 2024» следующие возможности для рекламы и продвижения в рамках выставки с целью максимального привлечения внимания посетителей к стенду и продукции.

Интернет



Обложка в электронном еженедельнике «ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ» + Один рекламный модуль в электронном еженедельнике «ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ»

Даты рассылки по согласованию.

Макет для еженедельника
Формат 210×297 мм
*.ai, *.eps, *.jpg, *.pdf

15 000 руб. + 15 000 руб.

Логотип на плане в путеводителе выставки



Путеводитель выставки «Лучшие украшения в России» выдается каждому посетителю выставки и распространяется: курьерская рассылка по Москве; салонах красоты, фитнес-центрах, более 100 несетевых кофеен, баров и ресторанов; вместе с газетой «Метро»

Срок подачи заявок и материалов до 15 августа 2024 г.

Тираж 155 000 экз.
Формат А3
*.ai, *.eps

35 200 руб.

Логотип на планировке



В выставочных павильонах, в главном холле, а также в зонах регистрации установлены планировки выставки со списком участников. Разместите на планировке Ваш логотип — это станет сигнальным флагом для клиента — Ваш стенд ЗДЕСЬ!

Срок подачи заявок и материалов до 5 сентября 2024 г.

Формат 900×1400 мм
*.ai, *.eps

10 200 руб.

СТОИМОСТЬ ПАКЕТНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ **MUST HAVE**

50 000 руб.



JUNWEX

Отраслевой медиа-холдинг

(812) 303 98 69

press@rjexpert.ru

www.junwex.com