



Ювелирная Россия

Новостной еженедельник

844 от 15 октября 2024

- www.junwex.com

JUNWEX ОТКРЫВАЕТ ШКОЛУ КОММУНИКАЦИЙ ДЛЯ СТУДЕНТОВ СПбГУ

Медиахолдинг JUNWEX совместно с Клиникой коммуникационных проектов СПбГУ открывает Школу коммуникаций в ювелирной индустрии. Проект ориентирован на бакалавров (2 и 4 курсы), магистрантов (1 и 2 курсов) образовательных программ «Журналистика» и «Реклама и связи с общественностью» СПбГУ.



Локальная цель проекта - подготовить уникальных специалистов для ювелирной отрасли,

способных сформировать эффективную коммуникацию между игроками рынка и целевой потребительской аудиторией, владеющих необходимыми навыками и знаниями для организации PR-активности




и подготовки журналистских материалов с целью повышения уровня информированности о новейших технологиях, материалах и ювелирном дизайне, производстве и продажах продукции из ДМДК.



Глобальная цель
- способствовать
популяризации ювелирного
искусства и дизайна,

возвращению уважения к отечественной ювелирной школе, повышению имиджа драгоценного подарка, привлечению кадров в ювелирную индустрию.

Школа продлится с октября 2024 года по май 2025 года. Встречи будут проходить 1 – 2 раза в месяц. Программа будет разделена на три тематических блока. 

В БЛОКЕ «ОТРАСЛЬ, ЕЕ СТРУКТУРА И ПРИНЦИПЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ» лекторы расскажут о ювелирной промышленности и торговле, форматах предприятий, крупнейших региональных центрах и отраслевых профессиях.

Студенты посетят старейшее ювелирное предприятие страны «Русские самоцветы», часовое производство «Ракета», петербургские предприятия, выпускающие изделия из серебра, а также познакомятся с традициями прошлого в современном ювелирном деле на примере фондов Государственного Эрмитажа.

БЛОК «ВЫСТАВКА: МАРКЕТИНГ И КОММУНИКАЦИИ» будет включать в себя лекции о принципах работы медиахолдинга JUNWEX, организации и проведении специализированных выставок и других мероприятий, о взаимодействии с целевыми группами общественности.

Студентов здесь ждут мастер-классы от ИД «Ювелирная Россия», практические занятия по созданию собственного контента, а также мероприятия в Клубе «Российская Ювелирная Торговля».

В РАМКАХ БЛОКА «ДМДК: МАТЕРИАЛОВЕДЕНИЕ, ОСНОВНЫЕ ПОСТУЛАТЫ» участники прослушают лекции историков ювелирного искусства; познакомятся с основами геммологии и классификации драгоценных камней, основами законодательства и пробирного контроля драгоценных металлов; узнают о значении образа и формы в ювелирном дизайне, а также секреты того, как правильно рассказывать о драгоценностях.

Обязательным для студентов станет: работа с реальными экспертами индустрии, публикация авторских материалов на медиаресурсах JUNWEX, работа на крупнейшей ювелирной выставочной площадке России.

СРЕДИ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ ШКОЛЫ: руководители и специалисты медиахолдинга JUNWEX; руководители и специалисты отраслевых компаний; историки искусства, руководители дизайнерских студий

и искусствоведы Государственного Эрмитажа, известные художники-ювелиры; специалисты-геммологи.

ФИНАЛЬНЫМ ПРОДУКТОМ ШКОЛЫ КОММУНИКАЦИЙ в ювелирной индустрии станут стратегии продвижения (рекламные кампании), которые студенческие команды представят предприятиям-заказчикам в рамках торжественной презентации в БЦ «Петроконгресс». По итогам все участники, дошедшие до финала, получают сертификаты и отзывы о практике.





NWEX
СКОВЫ 585
Штепа Светлана
Инкорпореи А-263
УЧАСТНИК / EXHIBITOR

ПУТЯ
D-100

В МОСКВЕ ОТКРЫЛИ НОВЫЙ ВЫСТАВОЧНЫЙ КОМПЛЕКС «ТИМИРЯЗЕВ ЦЕНТР»



ОГКОМИТЕТ JUNWEX
РАССМАТРИВАЕТ
"ТИМИРЯЗЕВ ЦЕНТР" КАК ОДНУ
ИЗ САМЫХ ПЕРСПЕКТИВНЫХ
ПЛОЩАДОК ДЛЯ ДАЛЬНЕЙШЕГО
РАЗВИТИЯ СВОИХ ПРОЕКТОВ.

Планируется, что центр станет одной из крупнейших выставочных и деловых площадок Москвы. Это современная выставочная площадка, где будут проходить деловые и развлекательные мероприятия любого масштаба: международные выставки, специализированные форумы, лекции, мастер-классы, семинары и другие события.

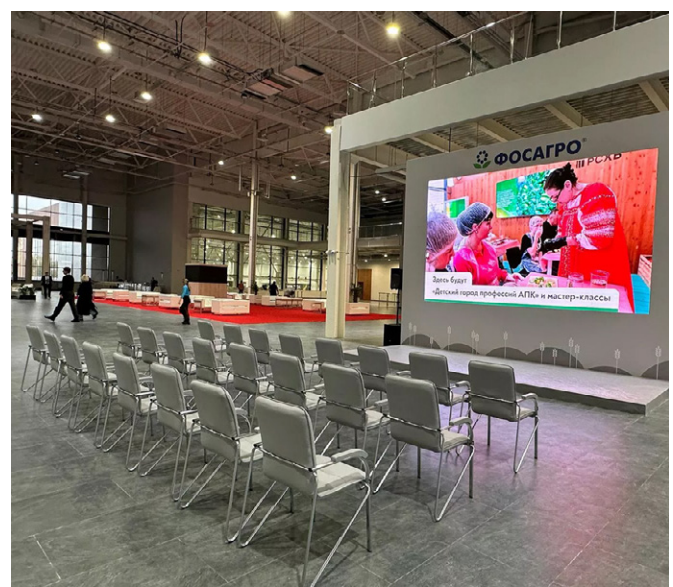
Трёхэтажное здание площадью около 40 тысяч квадратных метров находится на территории Российского государственного аграрного университета — МСХА им. К.А. Тимирязева.



Помимо выставочных залов в комплексе есть зал пленарных заседаний, переговорные комнаты, дипломатический сектор, пресс-центр и деловое пространство.

При необходимости выставочные залы могут быть трансформированы под различные форматы мероприятий, в том числе лектории, площадки для мастер-классов и семинаров с мультимедийным сопровождением. Использование передовых инженерных решений гарантирует высокий уровень проведения мероприятий, а также комфорт и безопасность участников.

В «Тимирязев центре» есть высокотехнологичный зал пленарных заседаний, рассчитанный на 450 человек, переговорные комнаты различной вместимости и конфигурации. На расположенной рядом территории есть спортивные и досуговые объекты, в том числе обновленный конный манеж.





ХОРОШУЮ ТРАНСПОРТНУЮ ДОСТУПНОСТЬ

«Тимирязев центра» обеспечивает находящийся поблизости (около 15 минут пешком) транспортный хаб «Петровско-Разумовская», включающий две станции метро Серпуховско-Тимирязевской и Люблинско-Дмитровской линий и одну станцию третьего Московского центрального диаметра.

В планах «Тимирязев центра» на 2024–2026 годы – проведение более 60 конгрессно-выставочных мероприятий.



Международная выставка
ювелирных украшений и подарков

JUNWEX

Лучшие украшения в России

12–15 декабря 2024

Москва, ВДНХ, павильон 57



СТАТИСТИКА

// ДЕЛОВОЙ ПЕТЕРБУРГ: "ЮВЕЛИРНЫЙ РЫНОК РАСТЁТ И УХОДИТ В ОНЛАЙН"

ЗА ПЕРВОЕ ПОЛУГОДИЕ 2024 ГОДА РЫНОК ЮВЕЛИРНОЙ РОЗНИЦЫ ВЫРОС НА 28,1%, ДО 205 МЛРД РУБЛЕЙ.

Такие данные приводит INFO-Line. При этом продажи топ-11 ювелирных сетей за тот же период выросли на 40,9%, до 118,2 млрд рублей.

Почти 80% из них приходится на тройку лидеров — Sunlight, Sokolov, "585 Золотой". Выручка петербургской компании "585 Золотой" в январе-июне составила 21,1 млрд рублей (+30,6% к соответствующему периоду прошлого года).

Общее число торговых точек крупнейших ювелирных ретейлеров достигло 3,63 тыс.

Однако у некоторых ювелирных сетей дела идут отнюдь не блестяще. В 2022 году зарубежная сеть Pandora приостановила работу в России, после чего магазины были переименованы в Pan Club. В рейтинге INFOline компания заняла последнее место с выручкой за первое полугодие 0,5 млрд рублей (-38%). В июле Сбербанк подал заявление о признании АО "Панклуб" банкротом. В начале октября Арбитражный суд города Москвы признал заявление обоснованным и ввёл в отношении АО "Панклуб" процедуру наблюдения.

Директор по развитию агентства коммерческой недвижимости KNRU Полина Фиофилова отмечает, что магазины данной компании

работают в Петербурге в точках с высоким трафиком, как правило, на первых этажах крупных торговых центров. В случае действительного банкротства компании на эти помещения достаточно быстро найдутся арендаторы. Вероятно, тоже из сегмента ювелирной розницы.

МЕСТА НАРАСХВАТ

Директор департамента торговой недвижимости NF Group в Санкт-Петербурге Анна Лапченко добавляет, что в последние месяцы на рынке стрит-ритейла Петербурга не наблюдалось большого количества новых открытий ювелирных магазинов, однако ситуация начинает меняться. Например, на Большом проспекте Петроградской стороны готовится открытие магазина Viva la Vika. Также скоро на Невском проспекте, 67, состоится открытие ещё одной точки сети Sokolov.

"Ювелирным магазинам требуются ликвидные площади с витринами на основных торговых улицах, однако из-за низкой вакансии таких помещений немного", – уточняет эксперт.

Полина Фиофилова отмечает, что в Петербурге развиваются крупные федеральные ювелирные

ритейлеры, но появляются и новые дизайнерские бренды украшений. Чаще всего они открывают один флагманский магазин или рассматривают открытие своей точки как переход из онлайн в офлайн.

Руководитель розничной сети "RS 1912 Русские самоцветы" Вячеслав Рогушин отмечает, что в 2024 году компания активно наращивала своё присутствие в Москве: открыто восемь магазинов, в планах открытие ещё одной торговой точки в ТРЦ "Европолис Ростокино". В Петербурге до конца года тоже появится несколько магазинов. В том числе в начале ноября состоится открытие в ТРЦ "Гранд Каньон".

"Рост относительно 2023 года обусловлен смещением спроса в более высокий сегмент украшений, а также инфляционной коррекцией цен в ювелирном сегменте. Клиенты больше обращают внимание на российских производителей.

Мы положительно оцениваем перспективы ювелирного рынка в России. В 2025 году планируем наращивать темпы открытия новых магазинов и расширять собственное производство в Петербурге", – говорит Вячеслав Рогушин.

ПЕРЕХОДЯТ В ОНЛАЙН

При этом в INFOLine замечают, что драйвером роста остаётся онлайн.

Жители Петербурга покупают всё больше ювелирных изделий на Wildberries — там продажи в этой категории за первые три квартала 2024 года выросли на 19% в штуках и на 22% в рублях.

Это почти не отличается от общероссийской статистики (21% и 30% соответственно).

В пресс-службе Ozon отмечают, что в России в первом полугодии спрос на ювелирные украшения вырос в 2,5 раза в денежном и в 1,9 раза в штучном выражении, если сравнивать с аналогичным периодом прошлого года. Средний чек в категории увеличился на 13%, а частотность заказов — на 22%.

В Петербурге динамика несколько ниже: спрос вырос в 2,3 раза в деньгах и в 1,7 раза в штуках.

Средний чек в категории увеличился на 12%, а частотность заказов — на 18%. На 72% стало больше петербуржцев, которые покупают ювелирные изделия на Ozon.



«585*ЗОЛОТОЙ»: ЧТО ПОКУПАЛИ ТУРИСТЫ И ЖИТЕЛИ ЮЖНЫХ ГОРОДОВ

В ЗАВЕРШЕНИИ ОТПУСКОВ И БАРХАТНОГО СЕЗОНА СЕТЬ «585*ЗОЛОТОЙ» ПРОВЕЛА ИССЛЕДОВАНИЕ И ВЫЯСНИЛА, КАКИЕ УКРАШЕНИЯ ПОКУПАЛИ ЖИТЕЛИ И ГОСТИ КУРОРТНЫХ ГОРОДОВ РОССИИ В ЭТОМ ГОДУ.

Ежегодно динамика спроса на ювелирные изделия в летний период показывает всплеск, что характерно и для 2024 года. Средний прирост продаж украшений за это время в целом по России составил 24%. Эта динамика характерна для времени отпусков и свадебного сезона.

При анализе покупок и потребительского поведения эксперты пришли к выводам, что приобретение украшений в курортных городах в этот период часто мотивировано желанием привезти памятный и значимый подарок из отпуска. Так наиболее популярной товарной категорией

стали полновесные серебряные цепи с плетением «Бисмарк» и «Двойной ромб», а также облегченные цепи из золота ажурных плетений. Вторыми по популярности стали полновесные и облегченные браслеты с алмазной гранью и модели с плетением «Тройной ромб» и «Бисмарк».

Из украшений также часто приобретали кольца, в частности, обручальные и помолвочные кольца, которые оказались наиболее популярными в Ростове-на-Дону, Сочи и Краснодаре. Прирост продаж обручальных колец в курортных городах за летний сезон составил 64%.

Такие показатели могут объясняться тем, что многие пары намеренно организуют поездку на юг, чтобы сделать предложение руки и сердца или провести свадебную церемонию.

Самыми востребованными среди жителей и гостей городов-курортов стали минималистичные гладкие модели шириной от 2 до 5 мм.

Не осталась без внимания и категория солнцезащитных очков из непрофильного ассортимента сети. Традиционно эта товарная группа в южных городах пользуется большим спросом. Со стартом пляжного сезона и притоком туристов продажи солнцезащитной оптики выросли на 53%, а наибольший спрос пришелся на Сочи. Гости и жители российских курортов в этом году чаще всего выбирали авиаторы, тишейды и модели-кошки в тонких металлических оправках.

Данные ювелирной сети, представленной в 80 регионах и 420 городах России, отражают сезонные и территориальные особенности спроса.

Так наибольшие продажи за летний период в топ-5 южных городов демонстрируют Ростов-на-Дону (средний чек 14 047 руб.), Сочи (средний чек 16 673 руб.), Краснодар (13 259 руб.), Таганрог (13 702 руб.) и Ставрополь (11 880 руб.).



Самый высокий сезонный прирост продаж относительно зимнего периода отмечен в Ейске и Анапе со значениями +149% и +144% соответственно.

Тройку лучших с этими лидерами составляет и Геленджик с самым высоким средним чеком среди курортных городов (17 140 руб.) и приростом продаж +145%.

КОМПАНИИ

ПЕВИЦА ВАЛЕРИЯ ВЫСТУПИЛА НА ТРИБЬЮТ-КОНЦЕРТЕ В УКРАШЕНИЯХ CHAMOVSKIKH

Первый образ на грандиозном шоу певица дополнила роскошным колье с коллекционными спессартинами и кольцом с 5-каратным бриллиантом из коллекции Royal.

Второй выход народной артистки России украсил концептуальный сет «Сидней» с жемчугом Южных морей золотого оттенка и превосходными бриллиантами.

Драгоценным акцентом третьего образа Валерии стало коктейльное кольцо с уникальным рубином в 7 карат. Яркий дуэт с эксклюзивным украшением составили серьги из коллекции NeoCity с рубинами и бриллиантами.

Это не первое появление Валерии в драгоценностях CHAMOVSKIKH.

Ранее певица надевала украшения High Jewellery во время своего юбилейного концерта, на съемки популярного телевизионного шоу «Маска», а также другие знаковые мероприятия.





JUNWEX

Отраслевой медиа-холдинг

(812) 303 98 69

press@rjexpert.ru

www.junwex.com