



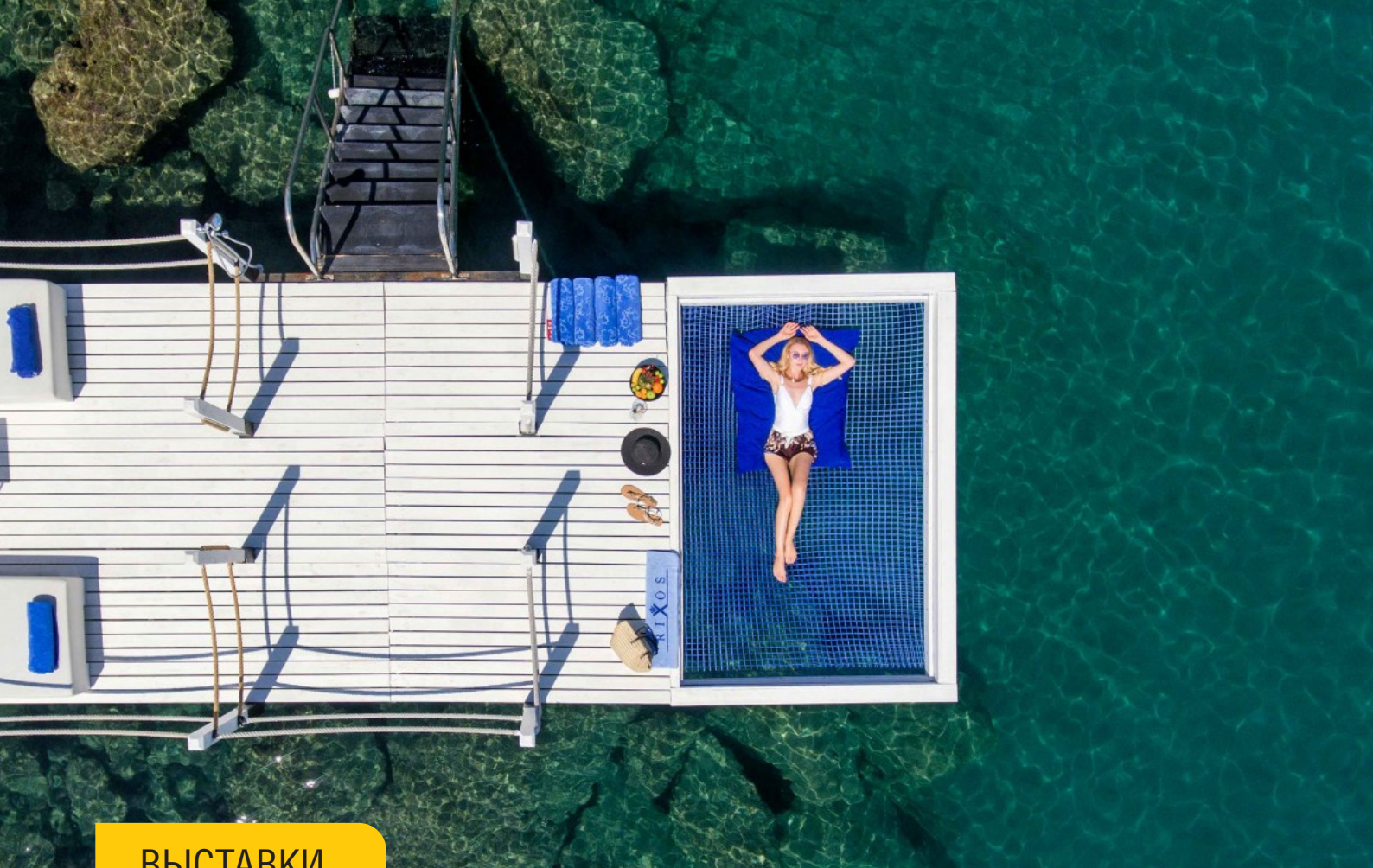
Natasha Libelle

Ювелирная Россия

Новостной еженедельник

898 от 11 ноября 2025

- www.junwex.com



ВЫСТАВКИ

ОТКРЫВАЕМ НАБОР ГРУППЫ НА ВЫСТАВКУ В АНТАЛЬЮ

Клуб "Российская Ювелирная Торговля" в партнерстве с Ассоциацией экспортеров ювелирных изделий Турции уже начал сбор заявок на посещение выставки Jewellery Antalya. Мероприятие пройдет с 3 по 7 января 2026 года в отеле Rixos Sungate в городе Анталя, Турция.

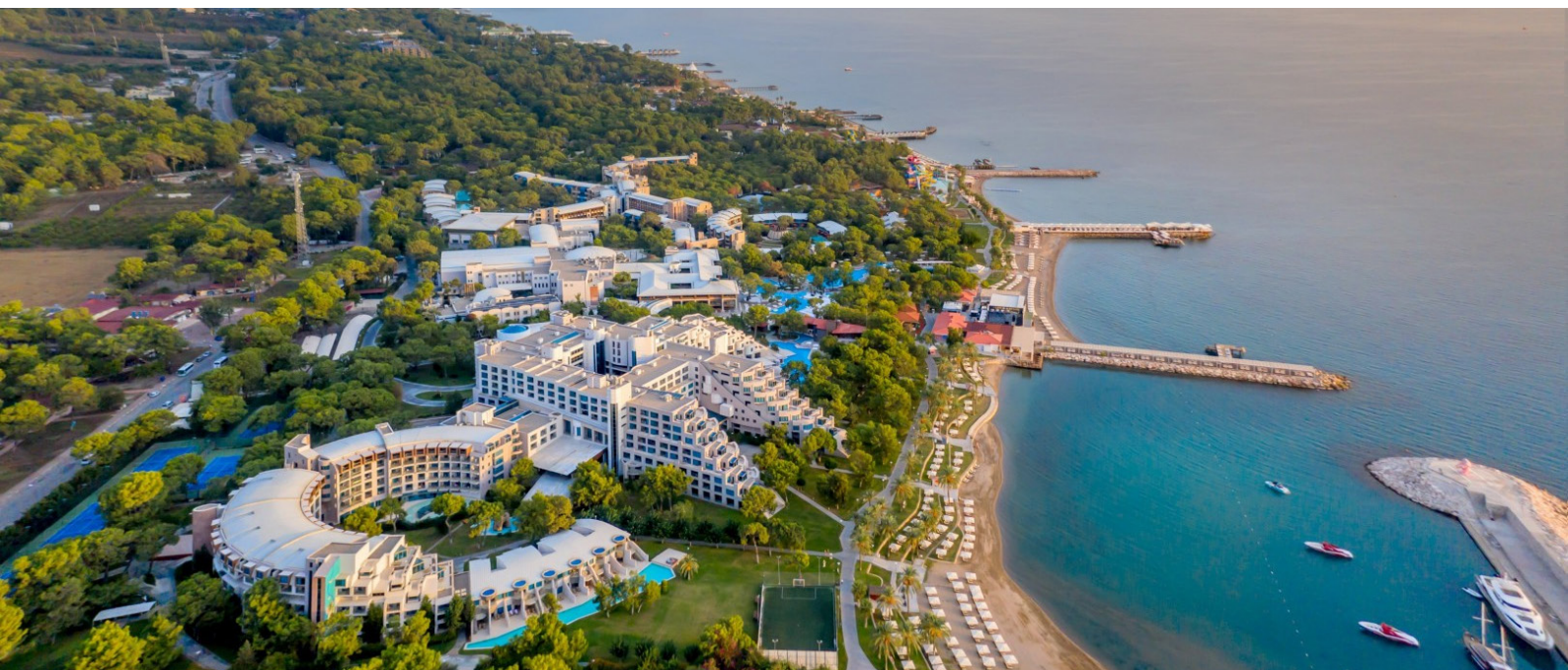


Для членов Клуба "Российская Ювелирная Торговля" доступно бесплатное размещение в роскошном отеле 5*!

JEWELLERY ANTALYA 2026 – уникальное мероприятие бизнес-формата, которое знакомит ведущих закупщиков с ведущими турецкими производителями ювелирных изделий. Среди экспонентов будут только турецкие компании, что позволит погрузиться в 5000-летнюю историю мастерства в современной интерпретации.

В ПРОГРАММЕ:

- Эксклюзивные B2B встречи с ведущими турецкими производителями ювелирных изделий.
- Роскошный опыт делового общения в 5-звездочном отеле «ультра все включено».
- Возможность познакомиться с новейшими коллекциями в продуктивной и непринужденной обстановке.



Анталья обещает нам не только деловые перспективы, но и возможность отдохнуть! В январе там прекрасная погода со средней температурой 20 градусов, поэтому будет комфортно не только работать, но и наслаждаться пляжами, развлечениями и всеми удобствами 5* отеля!

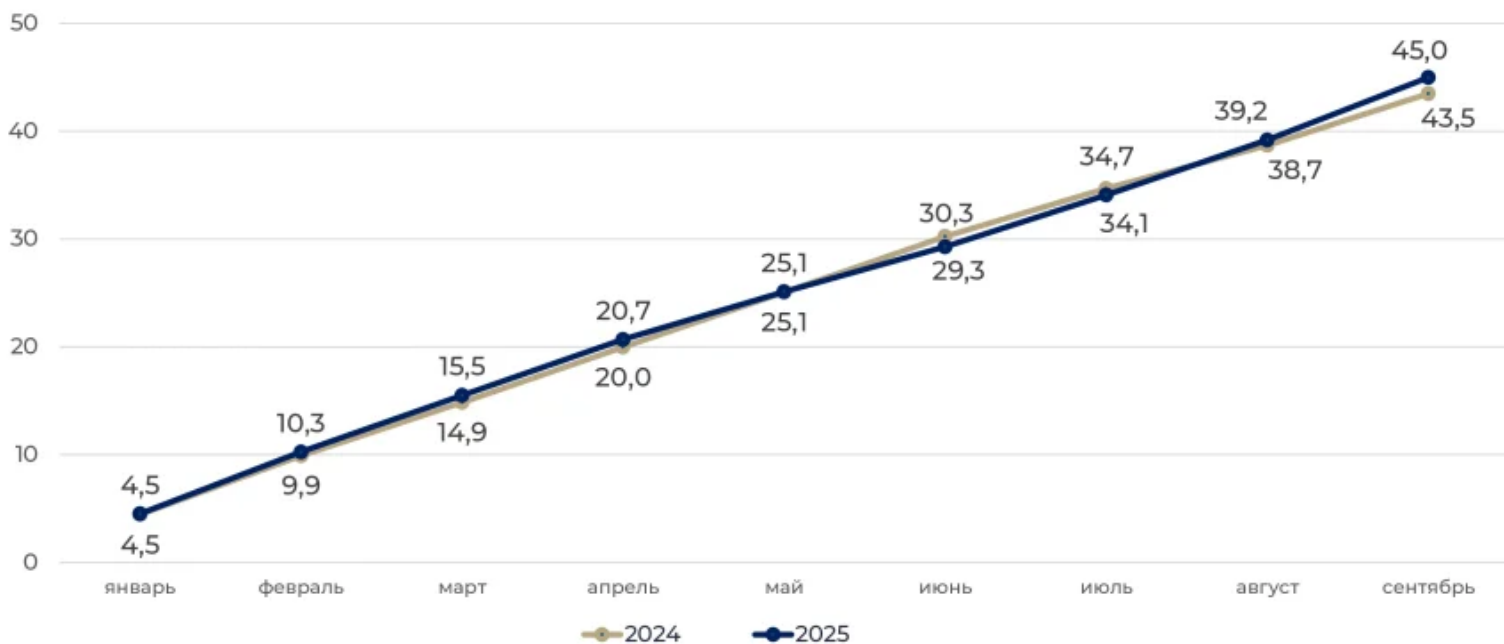
РЫНОК

РЫНОК ЗА 9 МЕСЯЦЕВ: ЧТО ПОКАЗЫВАЮТ ГРАФИКИ ПО ЗОЛОТУ И СЕРЕБРУ?

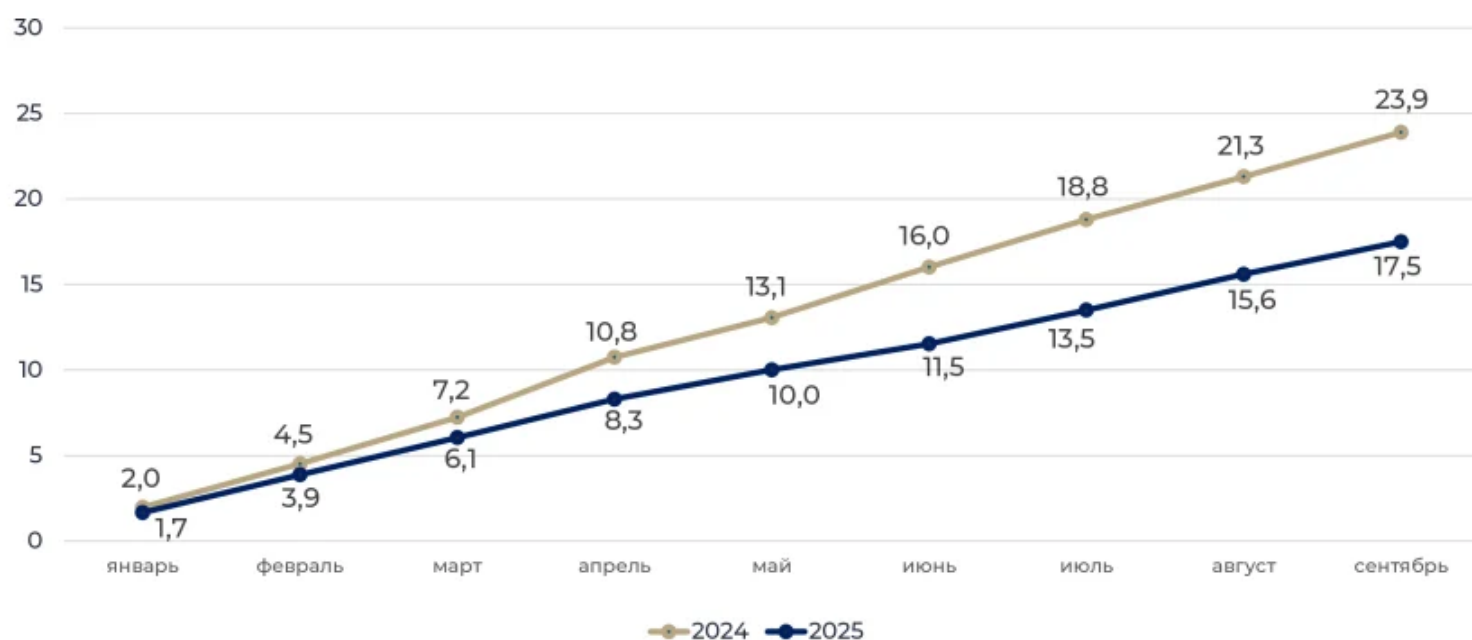
Пробирная Палата опубликовала статистические данные по производству и продажам изделий из золота и серебра.

ЯНВАРЬ-СЕНТЯБРЬ

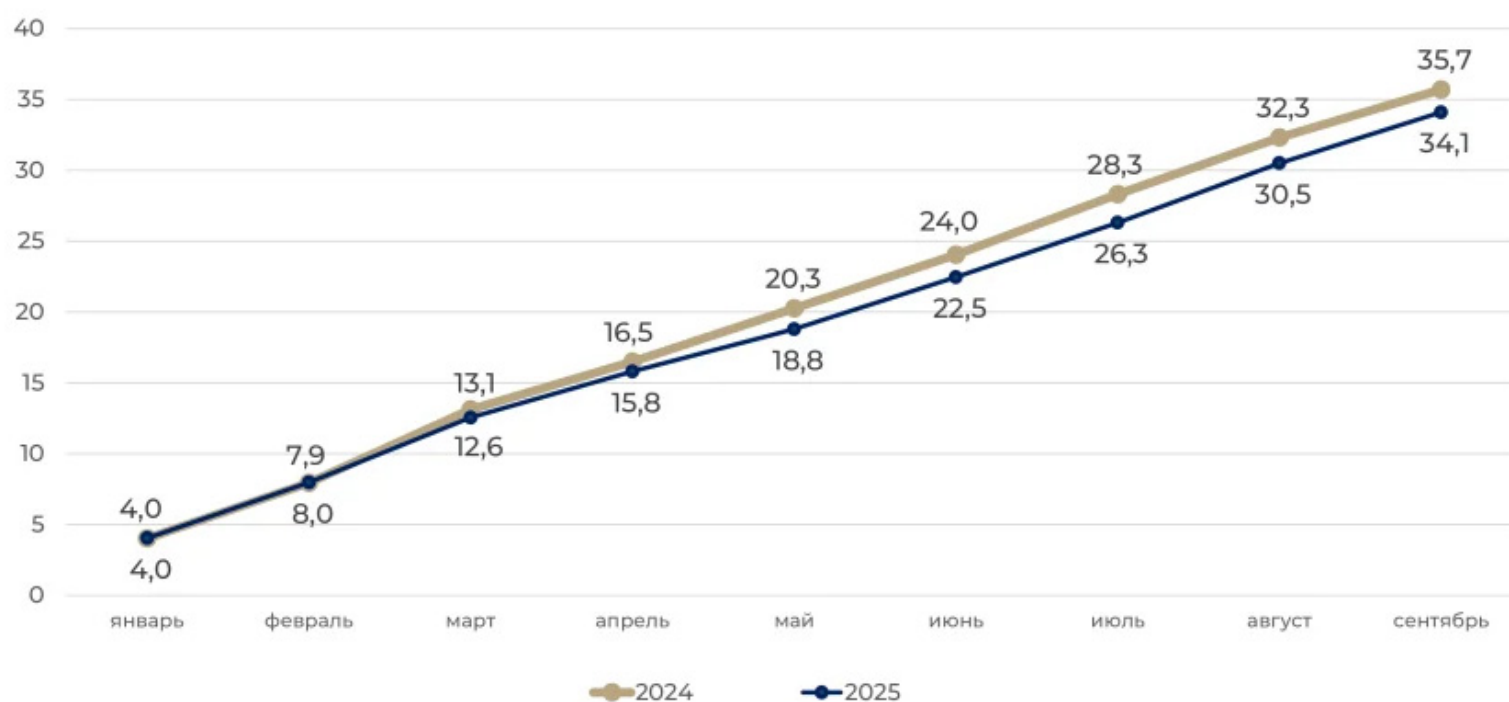
ВВОД В ОБОРОТ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ ИЗ СЕРЕБРА, МЛН ШТУК



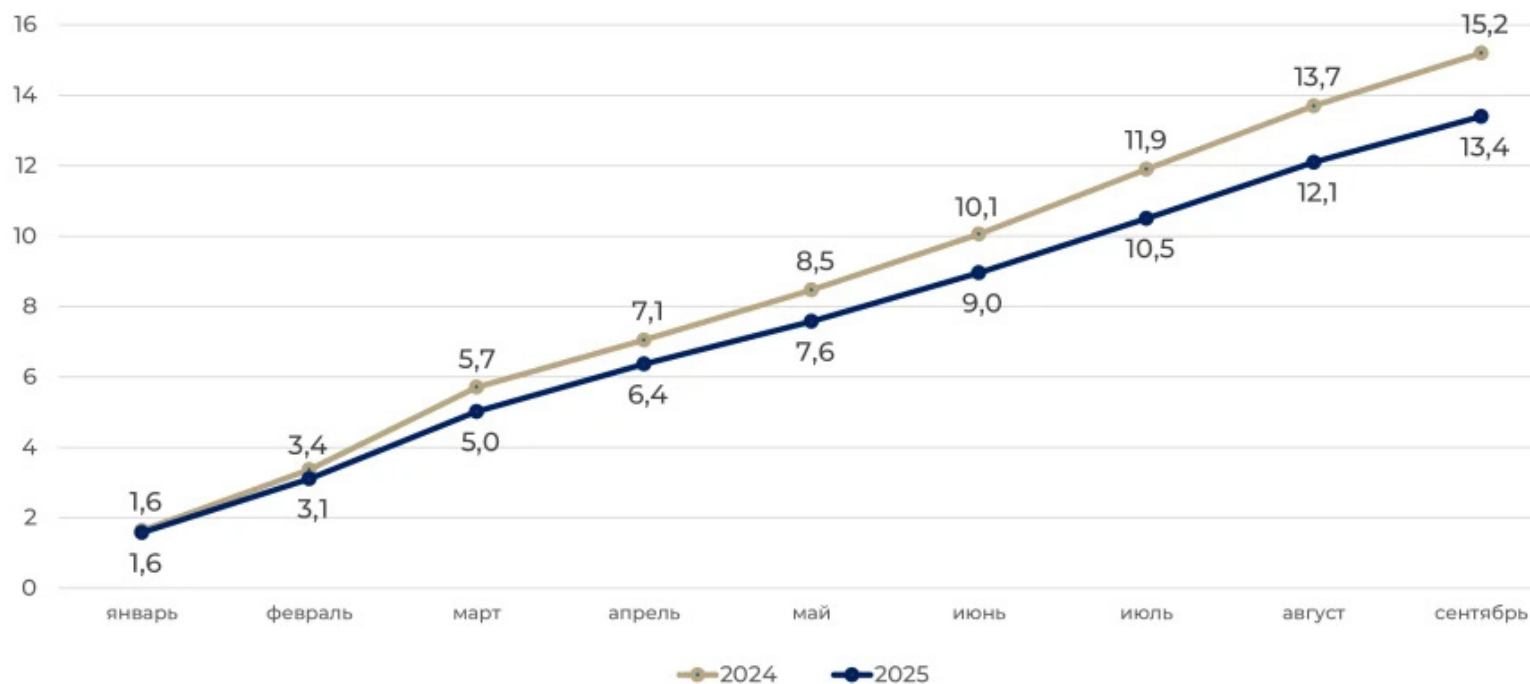
ВВОД В ОБОРОТ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ ИЗ ЗОЛОТА, МЛН ШТУК



ОБЪЕМ РОЗНИЧНЫХ ПРОДАЖ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ ИЗ СЕРЕБРА, МЛН ШТУК



ОБЪЕМ РОЗНИЧНЫХ ПРОДАЖ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ ИЗ ЗОЛОТА, МЛН ШТУК



FORBES: ПОЧЕМУ БРИЛЛИАНТЫ В РОССИИ НЕ ДЕШЕВЕЮТ

На российскую алмазную отрасль давят санкции, а мировой рынок переживает коррекцию, вызванную сочетанием перепроизводства сырья и роста предложения синтетических камней. Казалось бы, самое время для россиян покупать бриллианты с выгодой. Но цены внутри страны остаются одними из самых высоких в мире. О причинах такой ситуации рассказывает ведущий геммолог African Mining Company Ева Германова.

Когда в начале 2024 года Евросоюз ввел санкции против российских алмазов, многие ожидали, что отечественный рынок наводнят дешевые камни, которые не смогли экспортировать за рубеж. Прошло менее двух лет, а цены не только не упали — в некоторых сегментах они даже выросли. При этом те же самые российские бриллианты в Дубае или Тель-Авиве стоят на треть дешевле. Попробуем разобраться в причинах.

Много сырья, мало гранильщиков

Россия добывает около 30% мирового алмазного сырья, и почти все камни поступают от компании «Алроса». Логично предположить, что при таких объемах добычи в стране должны быть низкие цены и на бриллианты. Но все ровно наоборот. Проблема в том, что гранильное производство в России практически отсутствует. Еще в 2008 году «Алроса» отказалась от льготы, освобождающей ее от уплаты НДС при реализации драгкамней российским огранщикам, что сделало невыгодной передачу алмазов в руки отечественных мастеров.

НА СЕГОДНЯШНИЙ ДЕНЬ В РОССИИ ОБРАБАТЫВАЕТСЯ НЕ БОЛЕЕ 2–3% ОТ ДОБЫТОГО СЫРЬЯ. ВСЕ ОСТАЛЬНОЕ УХОДИТ ЗА ГРАНИЦУ — В ИНДИЮ, БЕЛЬГИЮ, ИЗРАИЛЬ.

Складывается странная ситуация: российское алмазное сырье совершает кругосветное путешествие, на каждом этапе которого стоимость камня возрастает.

И в итоге российский покупатель платит за добытые в России камни больше, чем за купленные за рубежом.

Давайте проследим путь типичного алмаза из Якутии до витрины московского ювелирного салона:

- Огранка в Индии. Мастерская добавляет к стоимости 10% — это ее заработок;
- Возвращение в Россию. При ввозе готового бриллианта компания платит 20% НДС (с 2026 года будет 22%), 10% таможенной пошлины, плюс дополнительные расходы на бюрократию. Получается, что к первоначальной стоимости добавляется еще около 30–35%;
- Внутрিরоссийские надбавки. Далее камень проходит через дистрибьюторов, попадает в ювелирные дома, где на него накладываются обычные розничные наценки, которые могут составлять и 100–200%.

В СУММЕ РОССИЙСКИЙ ПОКУПАТЕЛЬ ПЕРЕПЛАЧИВАЕТ В ЛУЧШЕМ СЛУЧАЕ 100% ПО СРАВНЕНИЮ С ЦЕНОЙ НА МЕЖДУНАРОДНЫХ АЛМАЗНЫХ БИРЖАХ. ФАКТИЧЕСКИ МЫ ВЫКУПАЕМ СОБСТВЕННОЕ СЫРЬЕ ПО ЗАВЫШЕННОЙ ЦЕНЕ.



Здесь можно сравнить стоимость конкретного бриллианта в разных странах. Возьмем камень популярных у покупателей параметров: это один карат, с классической круглой огранкой на 57 граней, цвета G, с чистотой VS1, качеством огранки excellent. Все эти характеристики даны по сертификату GIA.

Цена по прайс-листу каталога Rapaport — а это самое авторитетное и признаваемое во всем мире агентство, на которое ориентируются ювелиры во всем мире, — составляет примерно \$3500–5000 за карат. Однако «обычный» покупатель не сможет купить камень по этому прайс-листу — он для профессиональных участников рынка. Но цена за тот же камень в розничном магазине в Дубае составляет от \$5500–6500. В Тель-Авиве — от \$6300–6500. А в Москве — от \$9000–12 000. Разница с Дубаем — примерно 30–35%, что наглядно показывает эффект налогов и посредников.

Почему цены не упадут

Несмотря на санкции и массовый выход на рынок синтетических бриллиантов, цены на натуральные камни остаются стабильными. Более того, дальнейшего падения ждать не стоит.

Дело в том, что алмазный рынок — классическая олигополия. Несколько крупных компаний (De Beers, «Алроса», Rio Tinto, Dominion Diamond) контролируют большую часть мировой добычи. Они десятилетиями оттачивали механизмы сдерживания цен и прекрасно научились это делать.

КОГДА СПРОС ПАДАЕТ, КРУПНЫЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ ПРОСТО СОКРАЩАЮТ ДОБЫЧУ И НАПРАВЛЯЮТ КАМНИ В ХРАНИЛИЩЕ, НЕ ВЫВОДЯ ИХ НА РЫНОК. ИМЕННО ЭТО ПРОИСХОДИТ СЕЙЧАС.

По данным самой De Beers, компания значительно сократила добычу в 2024 году, реагируя на снижение спроса. Так, в 2024 году ими было добыто 24,7 млн карат, что на 22% меньше, чем в 2023-м. Объемы запасов компания не раскрывает, но понятно, что без их увеличения, когда «ненужные» рынку алмазы просто отправляются в хранилища, тоже не обошлось.

Объем добычи «Алроса» в 2024 году также снизился на 4,6%, до 33 млн карат. При этом прирост запасов россыпных алмазов «Алросы» в 2024 году составил более 1 млн карат.

Плюс к этому надо учитывать, что на рынке существует дефицит камней весом от двух каратов и выше.

Найти качественный бриллиант в этой категории сегодня довольно сложно. Камни весом в полкарата или карат доступны, но если вам нужен камень весом больше двух каратов хорошего качества, такой придется поискать. И это тоже не случайность.

КРУПНЫЕ ИГРОКИ ПРИДЕРЖИВАЮТ КАМНИ ПРЕМИАЛЬНОГО СЕГМЕНТА, ПОДДЕРЖИВАЯ ОГРАНИЧЕННОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ, А ЗНАЧИТ, И ЦЕНЫ В НАИБОЛЕЕ МАРЖИНАЛЬНОЙ КАТЕГОРИИ.

Помимо искусственного регулирования существует и объективный фактор: крупные драгоценные камни с хорошими характеристиками в природе встречаются редко. Из всего добываемого сырья около 30% пригодны для ювелирных целей. А из этой доли лишь небольшая часть, 5–10%, — действительно качественные камни с хорошим цветом и чистотой. Карьеры истощаются, новых крупных месторождений не открывают. Согласно отчету BCG, глобальное производство алмазов упало с пика в 160 млн карат в 2006 году до 129 млн карат в 2023-м. К 2033 году производство может составить 110–

120 млн карат в год, так как новые шахты не компенсируют закрытие старых.

Прогноз: стабилизация и плавный рост

Мировые цены на бриллианты весом один карат (круглая огранка, цвет D-H, чистота IF-VS2) по каталогу Rapaport снизились с пика 2021-го до октября 2025 года примерно на 25–30%. Это было связано с несколькими факторами: перегревом спроса в пандемию с последующей коррекцией, избыточными запасами, конкуренцией со стороны синтетических камней (LGD), а также геополитикой и санкциями.

Но рынок прошел адаптацию ко всем шокам, и сейчас можно ожидать плавного роста цен — на 5–8% в ближайшие 12–18 месяцев.

В категориях 2–3 карата и выше динамика лучше рынка — там уже наблюдается небольшой рост стоимости, особенно по качественным круглым бриллиантам и «длинным» фантазийным формам. На горизонте пяти лет ожидается рост стоимости бриллиантов премиум-сегмента (весом больше двух карат, цвет D-F, чистота VVS-VS) примерно на 15%, что будет обусловлено ограниченным предложением.

Выставка ювелирных
украшений и подарков

JUNWEX

Лучшие украшения в России

18–21 декабря 2025

Москва, ВДНХ, павильон 57



КОСТРОМСКОЙ ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД

junwex.com



ЭКСПЕРТЫ

Пайвин Александр Фёдорович

генеральный директор компании «Маркетинг программ лояльности»

КАКУЮ ЭФФЕКТИВНУЮ АКЦИЮ ЗАПУСТИТЬ ДЛЯ КЛИЕНТОВ НА НОВЫЙ ГОД?

Новый год — время подарков, тёплых эмоций и активных продаж. Для ювелирных магазинов этот сезон особенно важен, ведь покупатели готовы радовать себя и близких особыми украшениями.

Чтобы эффективно использовать программу лояльности, привлечь новых клиентов и увеличить выручку, эксперты рекомендуют запускать акции, используя событийный маркетинг.

Событийный маркетинг позволяет воспользоваться праздничной атмосферой и привлечь внимание потенциальных покупателей. Как правило, в предновогодние дни многие клиенты активно приобретают товары и услуги, ориентируясь на праздничные акции и подарки. Это отличный шанс убедить пользователей оформить карту лояльности вашей компании и оставить контактные данные.

ЛЮДИ ОТКРЫТЫ К НОВЫМ ВПЕЧАТЛЕНИЯМ И ГОТОВЫ ТРАТИТЬ БОЛЬШЕ ДЕНЕГ НА ПРИЯТНЫЕ ПОКУПКИ.

Сегодня расскажем (дадим инструкцию), как организовать уже зарекомендовавшую себя в разных направлениях бизнеса **НОВОГОДНЮЮ АКЦИЮ**, которая поможет не только стимулировать покупки в декабре, но и мотивировать клиентов на покупки в начале следующего года.

Цель акции — баланс между привлечением, мотивацией клиентов и сохранением выручки.

Главная задача — привлечь новых покупателей в программу лояльности и побудить постоянных клиентов к покупкам именно в декабре. При этом важно минимизировать списание ранее накопленных бонусов, чтобы сохранить максимальную розничную стоимость изделия.

А также акция должна создавать положительный импульс на будущие покупки в январе и феврале.



Структура и сроки

- Период акции: с 1 декабря 2025 по 28 февраля 2026
- Начисление бонусов: с 1 по 31 декабря 2025
- Списание бонусов: с 1 января по 28 февраля 2026

Механика бонусов

Клиенты, зарегистрированные в программе лояльности, при покупках в декабре получают повышенные акционные бонусы — XX% от суммы покупки. В новогоднюю ночь бонусы могут увеличиваться в 2, 3 или 4 раза (зависит от моржи)! Таким образом эффективно стимулируется рост среднего чека и заинтересованность в покупке именно в праздничный период.

Накопленные акционные бонусы можно тратить с января по февраль следующего года — до XX% стоимости новой покупки. Это поддерживает поток продаж после праздников и помогает «прогреть» клиентов на следующий сезон.

Важно: с 1 марта 2026 года неиспользованные акционные бонусы аннулируются. Однако накопленные до начала декабря 2025 бонусы остаются в силе, что снижает негатив со стороны клиентов, если часть бонусов «сгорает».

Правила списания бонусов — забота о клиентском опыте

В декабре при оплате списываются сначала ранее накопленные бонусы, а новые акционные — накапливаются для умножения бонусов в новогоднюю ночь. Это снижает риск негативных отзывов при получении клиентами умноженных подарочных бонусов.

В январе-феврале при оплате списываются прежде всего акционные бонусы декабря. Это снижает риск негативных отзывов при сгорании не потраченных подарочных бонусов.



Дополнительные инструменты коммуникации — ключ к успеху

Для максимальной эффективности акции не забудьте организовать грамотную рассылку:

- Информирование о начале акции и её условиях
- Напоминания о количестве и сроках использования акционных бонусов
- Предупреждение о скором сгорании бонусов с призывом потратить их вовремя.

Итоги и рекомендации

Запускать акцию именно в ноябре-декабре с бонусами, которые клиент сможет использовать в последующие месяцы, — отличный приём для постоянных продаж.

Увеличивать бонусы в новогоднюю ночь — сильный эмоциональный стимул для покупки и сохранения бонусов до их умножения и как следствие компания получают оплату максимальной розничной стоимости изделия в сезон активных продаж (не теряет на скидках).

Ограничивать максимальный процент оплаты подарочными бонусами в январе -феврале.

Чётко объяснять клиентам правила начисления и списания бонусов поможет избежать недовольства и повысить лояльность.

ЮВЕЛИРНЫЙ МАГАЗИН, КОТОРЫЙ ГРАМОТНО ИСПОЛЬЗУЕТ ЭТУ СХЕМУ, НЕ ПРОСТО УЛУЧШИТ ПРОДАЖИ В СЕЗОН, НО И РАСШИРИТ БАЗУ ЛОЯЛЬНЫХ КЛИЕНТОВ.

Положительные эмоции останутся в памяти покупателя надолго, повышая вероятность повторных обращений и увеличивая доверие к вашему магазину.





ИНДУСТРИАЛЬНАЯ ЭСТЕТИКА В СОВРЕМЕННОМ ЮВЕЛИРНОМ ДИЗАЙНЕ

О МИНИМАЛИЗМЕ И ФОРМЕ
НА ПРИМЕРЕ КОЛЕЦ И
СОВЕТСКОГО МЕХАНИЧЕСКОГО
ИНСТРУМЕНТА РАССУЖДАЕТ
БУТОВ АЛЕКСАНДР ЮРЬЕВИЧ,
ПРОФЕССОР, ДОКТОР
ПЕДАГОГИЧЕСКИХ НАУК.

Современный ювелирный дизайн демонстрирует выраженную тенденцию к минимализму, геометричности и конструктивности. И отказ от «органических» и романтизированных форм в пользу функциональных линий

и индустриальной эстетики является частью более широкого культурного сдвига, связанного с переосмыслением материальности, предметности и визуального кода техно-эры.

Особенно ярко данная тенденция проявляется в мужских и унисекс-кольцах: массивные шестигранные, гайкообразные и фасеточные формы визуально перекликаются с деталями станков, крепёжных элементов и механических устройств.

Исторический контекст: механическая эстетика как код эпохи

Ручная металлическая мясорубка советского периода имеет строго инженерную логику формы: основание и корпус — функциональные массивные массы, резьбовое соединение



— шестигранная геометрия, решётка для выхода продукта — модульная сетка круглых отверстий, закрепляющий винт-цилиндр, переходящий в дисковидную плоскость.

Эти формы диктовались не эстетикой, а функциональными задачами: прочность, технологичность, простота массового производства, стандартность. Однако именно в этой прагматической форме скрыта выразительность: чёткая геометрия, ритм, минимальная пластика.



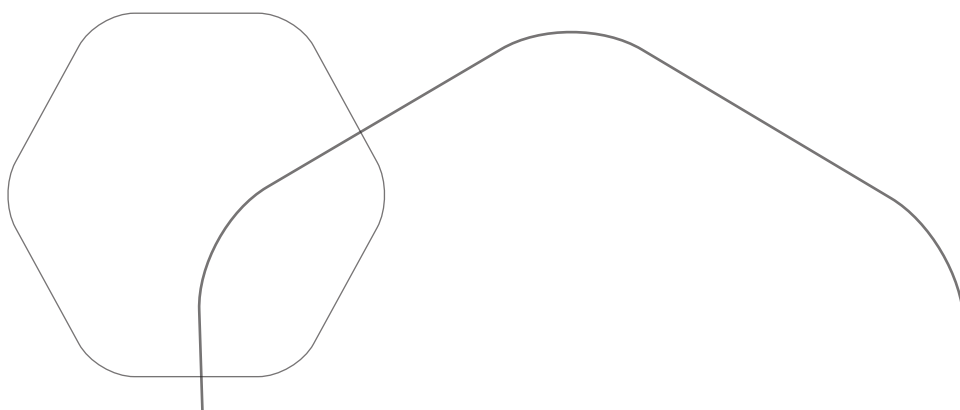
Сходство с современным ювелирным дизайном

Современные кольца индустриального стиля (например, Diesel, Northskull, Tom Wood и др.) используют те же формообразующие принципы, что и в механических деталях:

Элемент формы	В мясорубке	В кольцах индустриального стиля
Геометрия	Шестигранные и цилиндрические крепления	Шестигранные и многогранные шинки
Ритм поверхности	Решётка-сетка отверстий	Насечка, зернь, рельефные микромодули
Материал	Литой алюминий / сталь	Полированная или матовая сталь / серебро
Логика объёма	Масса + функциональные выступы	Массивные шинки с акцентом на плоскости и ребра
Эстетика	Утилитарная, строгая	Минималистическая, техно-декоративная

Таким образом, в ювелирной форме присутствует "перенос функции в эстетику": то, что было

функциональным в механизме, в украшении становится декоративным и смысловым.



Минимализм как переосмысление механического

Индустриальный минимализм в кольцах — это не упрощение, а концентрация формы, в которой происходит

- Отказ от декоративных завитков к выразительности плоскости.
- Отказ от сложных граней к силе прямой линии.
- Отказ от символов в пользу перехода к объектности.

Кольцо становится не символом или украшением, а предметом-формой. Его эстетика говорит не о романтизме, а о материи, силе, структуре и конструкции.

Развитие эстетики: от функции к философии материала

В эпоху постиндустриальной культуры механический предмет воспринимается не как бытовой инструмент, а как артефакт человеческого труда, инженерного мышления и материального мира. А кольцо, повторяющее форму детали механизма, становится

объектом памяти о материальном труде, символом инженерной рациональности и формой, в которой материя проявляет себя напрямую, без стилизации. Это настоящая «анти-роскошная» роскошь, где ценность выражается не в материале, а в силе конструкции.

Таким образом, индустриальный стиль в современном ювелирном искусстве является прямым наследником конструктивной логики механических предметов XX века. На примере мясорубке советского периода можно видеть фундаментальные принципы формы — геометричность, модульность и функциональную прямоту, которые сегодня соответствуют эстетике минималистичных ювелирных украшений.

ЮВЕЛИРНОЕ КОЛЬЦО
В ИНДУСТРИАЛЬНОЙ
ЭСТЕТИКЕ СТАНОВИТСЯ
НЕ УКРАШЕНИЕМ
ПОВЕРХ ЛИЧНОСТИ, А
ПРЕДМЕТОМ-ФИЛОСОФИЕЙ,
ВЫРАЖАЮЩИМ ОТНОШЕНИЕ
К ВЕЩИ, ТРУДУ И МАТЕРИАЛУ.



Вконтакте



Telegram

JUNWEX

Отраслевой медиа-холдинг

(812) 303 98 69

press@rjexpert.ru

www.junwex.com