



Ювелирная Россия

Новостной еженедельник

920 от 28 апреля 2026

- www.junwex.com

ОНО... ТОГО СТОИЛО? ИЛИ ЭКОНОМИКА ХЗК



В.В.Будный

Сопоставляя число государственных служащих Российской Империи, СССР и современной России, понимаешь обратный эффект закона перехода количества в качество. Это когда рост качества с ростом количества чиновничества никак не происходит.

Судите сами: обширная Российская Империя с ее финляндскими, польскими и прочими окрестностями управлялась примерно 300 000 чиновниками. В уже меньшем по территории, но все еще в уважаемом статусе империи, СССР их количество выросло до 2,3 млн. А в территориально несравнимой с потерянным прошлым масштабом РФ их стало - сопоставимо с опричниками на душу населения - аж 3,5 млн!

ЭТО В ДВА РАЗА ВЫШЕ, ЧЕМ В ДЕСЯТЬ РАЗ БОЛЬШЕМ ПО НАСЕЛЕНИЮ СТРЕМИТЕЛЬНО РАЗВИВАЮЩЕМСЯ КИТАЕ.

Недостижимость качества государственной власти таким методом подтверждает конкретный пример увеличения чиновничьего надзора на ювелирном рынке.

Пиком деструктивного влияния сегодняшнего государства на отрасль стало дополнительное к апробированию изделий лазерное кодирование по тому же металлу, которое сжигает около 15-20 кг золота. На фоне коррупционных скандалов цифра мизерная, но все же это 150-200 млн рублей ежегодно.

А если учесть еще 30% закрытых, переставших платить налоги предприятий за эти годы:

- бюджетные средства, потраченные на оборудование для нанесения этих меток,
- их считывание,
- подготовку специалистов и увеличение их штата,
- торможение рынка во время нововведений,
- прочие накладные расходы...

Оно того стоило?!

Это повод для работы Счетной палаты. Но пока мы ее не наблюдаем.

А МОЖЕТ, НАДО ГИЛЬДИИ ЮВЕЛИРОВ РОССИИ КАК СТРУКТУРЕ, ЗАЩИЩАЮЩЕЙ ИНТЕРЕСЫ ОТРАСЛИ, ОБРАТИТЬСЯ В СУД И ВЗЫСКАТЬ ЭТИ СРЕДСТВА НА РАЗВИТИЕ ЮВЕЛИРНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ЭКОНОМИКИ В ЦЕЛОМ С ВИНОВНЫХ?

Что-то последние годы ответственные лица становятся все более безответственными за высокие безответственные потери...

На недавно прошедшей встрече с чиновниками по вопросам экономики Президент призвал их принимать «АДЕКВАТНЫЕ» решения. Пока адекватных чиновников, как и качества их влияния на рост ВВП, да и на авторитет самого ВВП, мало заметно.

Все эти чиновничьи многомиллионно-рублевые затратно-красочно-рекламные - на подиумах и экранах - мероприятия пригосударственных росэкспов, ростехов, росвыставок, нацпроектов и прочих «рос....» (продолжите список тунеядцев!)

никак не утверждают их экономическую эффективность, а раздражают похабной расточительностью, схожей с «пиром во время чумы».

Все для Победы! Деньги сейчас нужны на СВО, а не на лживый авторитет так называемых «институтов поддержки», отмывающих бюджетные средства и рекламу, поглощающих не всегда понятно куда федеральные налоги.

Так кто же оценит количество и качество неадекватных решений в сегодняшнем государственном управлении? Ну хотя бы на примере нашего ювелирного рынка?

И вообще! Отвергнув социализм, мы уже в капитализме или еще «в промежности»? Пока этот экономический уклад «Хрен Знает Как (ХЗК)» можно назвать.

На днях вся страна (если принимал участие в чествовании юбилея сам Президент!) отмечала 80-летие В.В.

Жириновского. Так, если сказать словами Владимира Вольфовича, то «мы живем в великой стране, но управляют ею от имени Верховного люди, не умеющие управлять». Ну не может же за всю эту массу непрофессионалов один Президент работать! Потому и живем в режиме ручного управления.

Наша роль в попытке повлиять на управленцев - как комическая сцена про шествие карликов у «великого режиссера» из кинофильма «День выборов»: «Нас не замечают!».

Но хочется обратиться к Президенту: «Владимир Владимирович, пора освободиться от балласта, тянущего страну в пропасть! Весна, нужно прореживание этих грядок. Иначе никаких весенних побед не будет.

Примечание: сейчас принято отговариваться, «мнение автора может не совпадать...». Как и сам текст - с остротой чувств.



ЦИФРОВИЗАЦИЯ – НЕ ГАРАНТИЯ, А ЛИШЬ ВОЗМОЖНОСТЬ ПОВЫШЕНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ



Владимир Збойков,
Исполнительный директор
Ассоциации "Гильдия ювелиров
России"

Немного хронологии, без которой трудно понять, как добрые намерения у нас оборачиваются злом.

В 2011 – 2014 годах Ассоциация «Гильдия ювелиров России» и «Деловая Россия» пыталась достучаться до Минфина и Пробирной палаты с просьбой отменить обязательное клеймение изделий в пробирных инспекциях, т.к. это слишком большие временные и логистические затраты для бизнеса. Гильдия не просто выступала и писала письма, а искала технологические решения, как избавить производителей ювелирных изделий от регулярных поездок в подразделения пробирки. Искала не безуспешно – технологическое решение было найдено благодаря развитию цифровизации!

26 июня 2014 года Флун Гумеров и Владимир Збойков подали заявку и позднее получили патент на изобретение № 2 595 599 по классу G06Q 90/00 «Способ контроля за оборотом товара». Патент предлагал способ маркировки товара для последующей его идентификации при обороте.

Заявке предшествовала большая работа, в рамках которой была поставлена задача: как с помощью внедрения цифровизации добиться надежного искоренения нелегального оборота товара, но при этом не создать дополнительных затрат для участников рынка. Была предложена технология, впоследствии фактически реализованная в ГИИС ДМДК, но только с некоторым снижением надежности и усложнением технологических задач для участников рынка.

С 2014 по 2017 годы, пока над созданием ГИИС в Минфине еще только размышляли, Владимир Збойков выступал на разных форумах, пытаясь убедить регулятор в том, что нанесение уникального номера только на бирку достаточно, чтобы гарантировать контроль за оборотом. Нанесение на само изделие маркировки избыточно! А то, что с внедрением цифровой маркировки изделия

будет не нужно возить на клеймение в пробирную палату, подразумевалось как само собой разумеющееся.

И вот **в 2021 году** наступил момент внедрения цифровизации в отрасли. То, что могло стать инструментом повышения производительности труда для ювелиров, по факту, напротив, обернулось дополнительной и очень высокой нагрузкой на бизнес. «За что боролись, на то и напоролись...»

ПОЧЕМУ ТО, ЧТО МОЖНО СДЕЛАТЬ СНИЖЕНИЕМ ЗАТРАТ БИЗНЕСА У НАС ОБЕРНУЛОСЬ ЛИШЬ ИХ РОСТОМ?

Автор этих строк полагает, что все дело в постановке целей и задач перед регулятором. Любая задача, сопряженная с отменой каких-то ключевых обязательных требований к участникам рынка, несет риски для чиновников, принимающих решения. А вдруг в итоге станет хуже? Снесут тогда голову...

ХУЖЕ МОЖЕТ СТАТЬ И ОТ ПРОТИВОПОЛОЖНЫХ РЕГУЛЯТОРНЫХ МЕР, ОТ «ЗАКРУЧИВАНИЯ ГАЕК».

Но за это у нас карать не принято: ведь хотели как лучше,

и принимали понятные решения – дополнительные меры по «обелению рынка»! А сейчас, когда бюджету особенно важны дополнительные доходы, только авантюрист может усомниться в необходимости усиления дальнейших мер по «обелению рынка». И если по результату доходы бюджета упадут, а не вырастут (что обычно и случается), то во всем виноват рынок - кто ж мог точно знать, как получится.

Вот если бы «сверху» поступила задача не «обеления рынка», а получения дополнительных доходов от развития отрасли – тогда и решения регулятора были бы другими. Однако здесь есть проблема: внутренний рынок ювелирных изделий ограничен снижающейся покупательской способностью населения, а с экспортом у нас понятные трудности из-за санкционного давления.

Но он все же есть у нас, потенциал экспорта ювелирных изделий, и даже в массовом сегменте (в верхней части рынка такие наши ювелиры, как Виктор Моисейкин,

экспортный потенциал России давно доказали). Ключевое здесь – себестоимость продукции. Та самая себестоимость, которая от усиления контроля и надзора в отрасли страдает в первую очередь. Ну, еще можно вспомнить про помощь в выявлении наших подсанкционных ювелирных изделий с помощью нанесенной на них маркировки...

Вот почему Ассоциация «Гильдия ювелиров России» прикладывает столько сил к тому, чтобы главной целью регулирования ювелирного рынка у нас стало бы развитие, а не контроль и надзор.

Дело за малым – суметь «достучаться наверх», что, слава Богу, вроде бы становится возможным – планируется появление в Минпромторге России программного документа – «Стратегии развития ювелирной отрасли и отечественного ювелирного производства на период 2027-2035 годов».

Очень надеемся, что благодаря этому документу так популярная в наших «верхах» цифровизация в ювелирной отрасли наконец-то станет драйвером развития!

ЮВЕЛИРНАЯ ВЫСТАВКА

JUNWEX

НОВЫЙ РУССКИЙ СТИЛЬ

Тимирязев Центр

3–7 июня 2026



KABAROVSKY



ЮВЕЛИРНЫЙ ЦЕНТР

0+

JUNWEX INDEX: ЗА КАКИМ ТОВАРОМ ЕДУТ НА ВЫСТАВКУ?

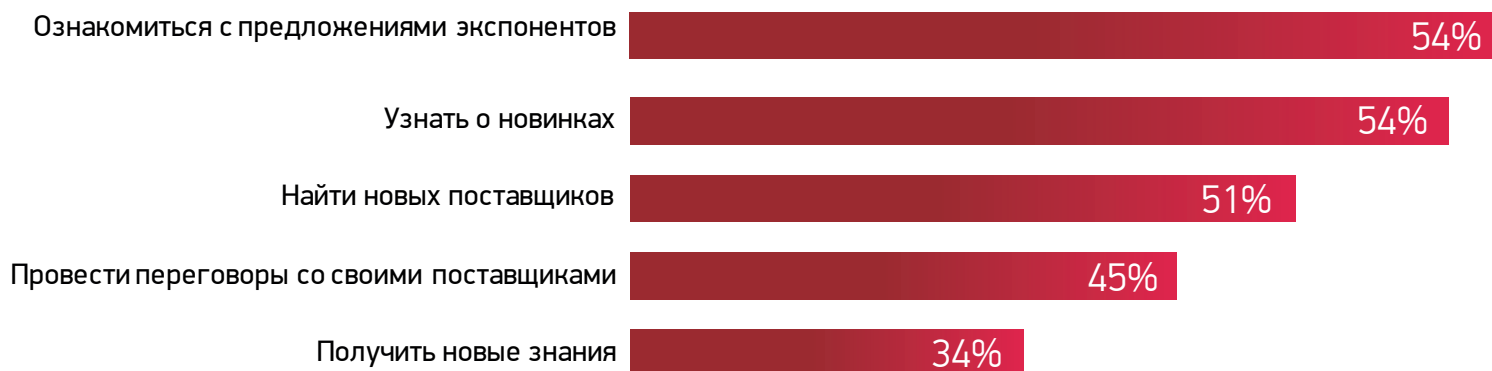
В мае 2025 года выставку JUNWEX посетили 10 554 специалиста со всей России и стран СНГ — владельцы ювелирных салонов, закупщики, дизайнеры, технологи.

Цифры прошлого года подтвердили высокий интерес профессиональной аудитории к

событию. В этом году ожидания не ниже. Мы вновь проанализировали данные предварительной аккредитации с платформы JUNWEX Index, чтобы понять: откуда едут гости, с какой целью и за каким товаром.

Смотрим на цифры.

Цель посещения выставки





ЗА КАКИМ ТОВАРОМ НА ВЫСТАВКУ ЕДУТ ТОРГОВЫЕ СПЕЦИАЛИСТЫ





Зал А. «Чаянов»

ОПТОВО -РОЗНИЧНЫЙ



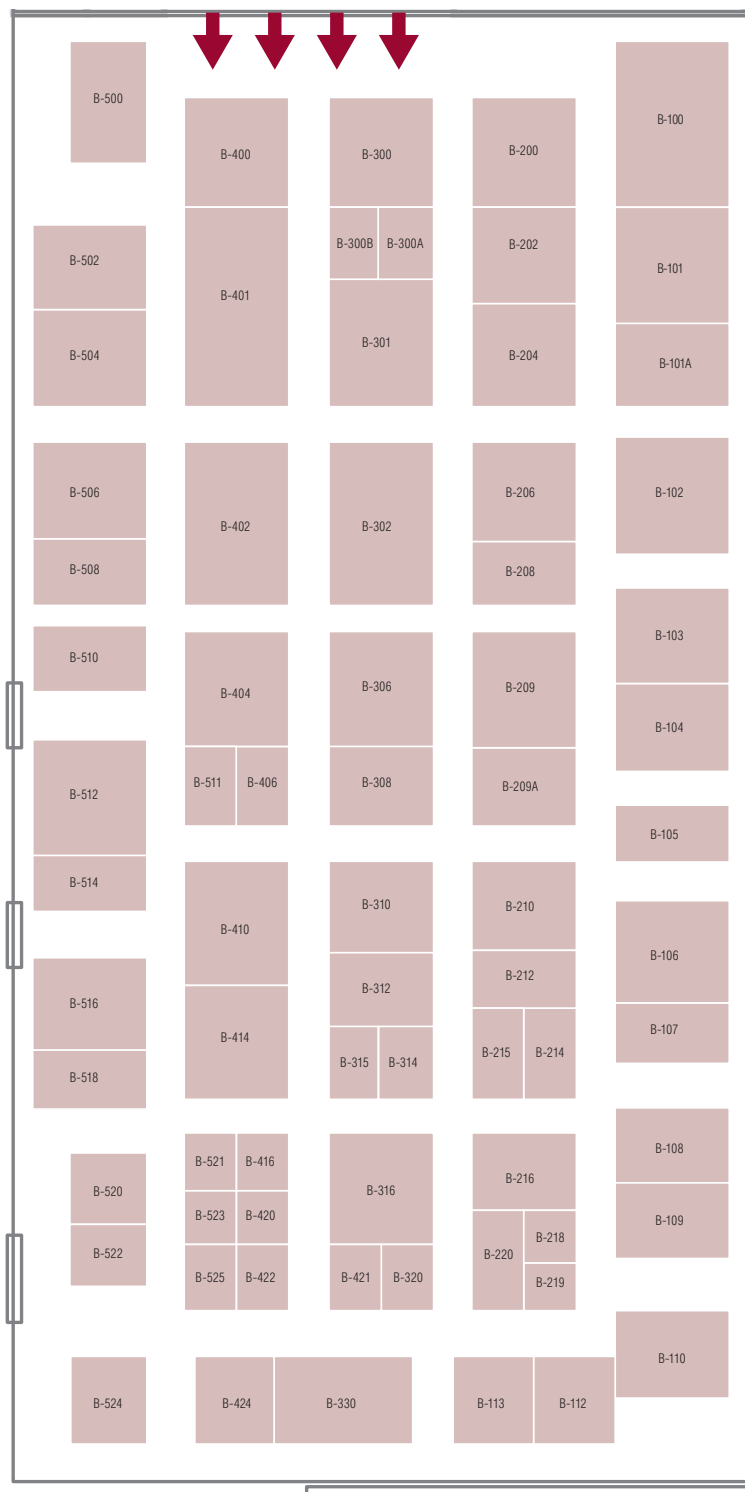
3-7 июня 2026

Москва, «Тимирязев Центр»

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
АВРОРА, ЮД	A-407
АКРИЛ ЛАЙТ	A-316
АЛМАЗТРАСТ	A-505A
АЛЪТМАСТЕР	A-502C
АЛЬФА, ЮК	A-504A
АЛЬФА-КАРАТ	A-100
АНГЕЛИКА	A-402B
АНТИК (ТВОЙ СТИЛЬ)	A
АРИНА, ЮК	A-102
АРТ ПАТИНА	A
АРТ СТОУН	A-413
БОБЫЛЕВ А. А., ИП	A-207
БРИАЛЬ	A-312
БРИЛЛИАНТЫ БЕЛОМОРЬЯ	A
ВАЛЕНТИКО	A-405
ВБИК, ЮК / VBIK JEWELRY	A-117
ВЕГА	A-306
ВЕРОНА / VERONA	A-410
ВЫСОКОВЫ 585	A-315
ГАЛЬВАНО / GALVANO	A-425
ГЕМОТВЕТ	A-509A
ГЕМСИЛЬВЕР	A-602
ГИАЛИТ КОСТРОМА	A-505
ГИАЛИТ МОСКВА	A-514A
ГОРОД-Е	A-205A
ДАЙМОНД ЛЭНД	A-511
ДАР	A-309
ИАНА	A-609
ДМО	A-200A
ЕЛИЗАВЕТА	A-404
ЖЕМЧУЖНОЕ ПОДВОРЬЕ	A-401
ЗЛАТОГОР	A
ЗОЛОТО И СТИЛЬ	A-310
ЗОЛОТО КУБАЧИ	A-318
ЗОЛОТОЙ МЕТЕОРИТ. ЧЕЛЯБИНСК	A-501
ИНДИ / INDI	A
КАМЕНЬ В ИНТЕРЬЕРЕ	A-611
КАПОВАЯ ШКАТУЛКА	A-109A
КАРЕЛЬСКИЕ МАСТЕРА	A-318A
КАСТИНГ ХАУЗ	A-308
КОМДРАГМЕТАЛЛ РС(Я) АО	A-105
КОРАЛЛ / CORALL	A-321
КРИСТАЛЛДИАМ	A-202
ЛА НОРДИКА / LANORDICA	A-304
ЛАЙК	A-325
Л-СИЛЬВЕР, КОРПОРАЦИЯ / L-SILVER	A-111
ЛУЧ РОЖДЕСТВА	A-509A
ЛЮКС, ЮК	A-225
МАГНАТ, ПК	A-114
МАДДЕ	A-214
МАЗНИЦЫНЫ, ЮВЕЛИРНЫЙ ДОМ	A-601
МАЛИНКА	A
МАРИ, ЮК / MARY JEWELRY	A-113
МАСТЕР КЛИО	A-108
МИКАТ	A-317
МУРАНОЛЭНД / MURANOLAND	A-521
НЕВСКИЙ-Т	A-306
НОВОЕ ВРЕМЯ	A-106
ПРОКОЗЫРЕВ	A
ПРОТАЙМ РУС	A-411
РАДУГА, ЮФ	A-509
РЕМИКС	A-112
РИНГО	A-101

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
РОСЗОЛОТО КУБАЧИ	A-605
РУБИНОВ АЛЕКСАНДР	A-206
РУССКИЙ ЮВЕЛИР, РА	A-104
САМОРОДОК ЕК	A-607
СЕВЕРНЫЙ БРИЛЛИАНТ / NORD DIAMOND	A-103
СИГМА ГОЛД	A-118
СЛАВНОВ	A-503
СПИРИДОНОВ С. М., ИП	A-130
СУВЕНИРЫ БАЛТИКИ	A-107
СУГУЕВА Д. М., ИП	A-502
Т.Л.Т. ДАЙМОНД	A-421
ТБН ТАЙМ	A-530
ТОМГЕМ ПЛЮС	A-109
ТОЧКА БЛЕСКА (GLINT POINT)	A-215
ТУЛИКОВ	A-307
УРАЛЬСКОЕ ЗОЛОТО & ДЕМАНТОИДЫ	A-504
ФАБРИКА ГАЛЬВАНИКИ	A-320
ФИТ	A-406
ФОМЕНКО, ЮД	A-228
ХОТЬКОВСКАЯ ФАБРИКА РЕЗНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ИЗДЕЛИЙ	A-223
ЦИРКОН С	A-104
ШНУРОК ГАЙТАН / SHNUROK-GAITAN	A-518
ЭКСПО-ЮВЕЛИР	A
ЮВЕЛИНА	A-507
ЮВЕЛИРНОЕ ОСВЕЩЕНИЕ	A-522
ЮВЕЛИРОФФ	A-622
ЮВЕЛОН	A-311
ЯНТАРНАЯ ВОЛНА	A-512
ЯНТАРНАЯ МАНУФАКТУРА БАЛТИЙСКАЯ	A-128
ЯНТАРНОЕ ОЧАРОВАНИЕ / AMER CHARM	A-139
ЯНТАРЬ	A-135
ЯНТАРЬ РОССИИ	A-140
ЯСПИС	A-603
ЯХОТ-ЮВЕЛИР	A-506
AMBER-WEST	A-133
BERLIANI	A-405B
BROVANZ	A-209
DARVIN JEWELRY	A-210
DEFLEUR	A-303
ELEMENT 47	A-211
ENZO BENZO	A-520
FILLART	A-306
GEVORKYAN JEWELRY	A-204
GREENLED	A-603A
KRASNOE	A-408
MATVEEV&CO	A-402A
MAXIM DEMIDOV	A-200
MOSTAR JEWELLERY	A-400
NEWGOLD	A-126
PERASKEVA	A-604
PRIMOSSA (ДВОРЕЦ ОБРУЧАЛЬНЫХ КОЛЕЦ)	A-305
RAGANELLA PRINCESS	A-517
RUSGEMS	A-409
RUSPEARLS	A-317A
SARGON	A-402
SEVEN DIAMONDS	A-205
SHADIS	A-523
SHULGA	A-530
STYLEAVENUE	A-301
TESORO	A-510
URBAN M	A-303
YAROSLAVNA	A-418

Зал В. «Вавилон» ОПТОВЫЙ



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
АЛЕКСАНДРА, ЮЗ	В-506
АЛЕКСИ	В-421
АТОЛЛ, ЮЗ (ATOLL)	В-100
БАРХАТНЫЙ СЕЗОН	В-504
БРИЛЛИАНТЫ КОСТРОМЫ	В-502
БУБЛИК А. А., ИП / BUBLIK ALEXEY	В-214
ГОЛДЕН ГЛОБ	В-420
ДНК	В-404
ЗОЛОТАЯ ЛАДЬЯ, ЮП	В-513
ИЛЛАДА, ЮП	В-209А
КОРОНА / CORONA	В-202
КРАСЦВЕТМЕТ / KRASTSVETMET	В-104
ЛЕТО	В-404
МОСКОВСКИЙ ЦЕПЕВЯЗАЛЬНЫЙ ЗАВОД	В-402
ПЕРВАЯ БРИЛЛИАНТОВАЯ ЮВЕЛИРНАЯ КОМПАНИЯ	В-300В
ПРИВОЛЖСКИЙ ЮВЕЛИР	В-416
ПРИМАЭКСКЛЮЗИВ	В-210
СЕРЕБРЯНАЯ ВЕНЕЦИЯ	В-416
СТАТУС, ЮЗ	В-300А
ТРИЛЛИАНТ / TRILLIANT	В-208
ЭСТЕТ, ЮД	В-302
BERGER	В-209
BRILLIANT STYLE	В-404
DELTA DIAMONDS	В-101А
EFREMOV	В-103
GRANT, ЮЗ	В-200
GRIGORIEV	В-500
КАВАРОВСКИЙ, ЮД	В-301
KARATOV	В-514
MARIOLA JEWELRY	В-312
MASTER BRILLIANT	В-102
ORTAGOLD	В-406
PLATIKA	В-212
POKROVSKY JEWELRY	В-511
PRESTIGE	В-510
ROSEGRACE	В-204
SANIS JEWELRY	В-300
SOKOLOV	В-101
TALANT	В-401
VESNA	В-206



РЫНОК

ОПРОС SUNLIGHT: ЛОМБАРДЫ РАСТУТ НА ФОНЕ ОТКАЗОВ В КРЕДИТАХ

К такому выводу пришли аналитики ювелирной сети SunLight по итогам исследования, проведенного среди более чем 3 000 россиян старше 18 лет по всей стране.

Согласно результатам опроса, 27% россиян хотя бы один раз пользовались услугами ломбардов. При этом среди тех, кто уже обращался к этому инструменту, 63% впоследствии возвращались повторно. Для части клиентов ломбарды перестают быть разовым решением и становятся одним из привычных способов доступа к деньгам.

Наиболее активно услугами ломбардов пользуются представители старших возрастных групп. Среди россиян старше 60 лет клиентами ломбардов являются 35%, среди россиян в возрасте 44–59 лет — 29%. В группе 28–43 года

этот показатель составляет 19%, среди молодежи 18–27 лет — 10%. При этом интерес к рынку постепенно распространяется и среди более молодой аудитории.

ГЛАВНОЙ ПРИЧИНОЙ
ОБРАЩЕНИЯ В ЛОМБАРДЫ
ОСТАЕТСЯ НЕОБХОДИМОСТЬ
ОПЕРАТИВНО РЕШИТЬ
ФИНАНСОВЫЙ ВОПРОС.

Большинство (74%) сообщили, что обращались за деньгами в срочной ситуации, 61% использовали этот инструмент, чтобы закрыть базовые потребности, а 48% — чтобы помочь родственникам или близким.

Россияне чаще всего называют три причины, почему пошли в ломбард вместо банка: это нежелание брать на себя новые

кредиты (53%), быстрое получение денег (46%) и минимальный пакет документов (42%).

ПО ДАННЫМ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ, БАНКИ ВСЕ ЧАЩЕ ОТКАЗЫВАЮТ РОССИЯНАМ В ВЫДАЧЕ НОВЫХ КРЕДИТОВ.

Причинами отказа являются плохая кредитная история и высокая долговая нагрузка клиентов. Аналитики Sunlight подчеркивают, что именно этот фактор стал точкой роста ломбардов как финансового инструмента. Поэтому они выступают доступным альтернативным способом получения денежных средств.

Изменение спроса сопровождается и изменением отношения к самому рынку.

По данным исследования, 64% россиян сегодня положительно относятся к ломбардам, тогда как негативное отношение сохраняется только у 18% опрошенных. Даже среди тех, кто пока относится к этому инструменту с недоверием, 71% готовы рассмотреть его, если банк откажет в выдаче кредита.

Исследование также показало, что потребность в быстрых деньгах остается высокой. 67% россиян сообщили, что считают текущий уровень дохода недостаточным.

По оценке Sunlight, результаты исследования показывают, что ломбарды постепенно выходят за рамки нишевого сегмента и все чаще рассматриваются россиянами как реальная альтернатива краткосрочным банковским и микрофинансовым займам.



КОМПАНИИ

ЯНТАРНЫЙ КОМБИНАТ УДВОИТ ВЫПУСК УКРАШЕНИЙ С ЯНТАРЕМ АЛМАЗНОЙ ОГРАНКИ



Количество «янтарных бриллиантов» для украшений в этом году вырастет с 10 до 20 тысяч штук.

В основе уникального метода лежит предварительная подготовка сырья. Для этого мягкий от природы янтарь сначала укрепляют в автоклавах, где под воздействием давления и температуры из камня устраняются микропузырьки воздуха и влаги.

Каждая грань формируется вручную под точно рассчитанным углом. Количество граней варьируется от 17 до 88. Для нанесения граней мастер использует станок с алмазным диском. Пропорции и способность камня отражать свет контролируются через увеличительное стекло. За одну смену специалист обрабатывает до 15 камней.

«По итогам прошлого года спрос на них вырос вдвое. Поэтому мы закупили дополнительное оборудование и сейчас обучаем сотрудников работе на новых станках. Это позволит вдвое увеличить объем производства янтаря с огранкой», - сообщила заместитель генерального директора Калининградского янтарного комбината Майя Скворцова.



ПОКРОВСКИЙ ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД ЗАПУСТИЛ **БИЗНЕС-ЭКСКУРСИИ**

Покровский ювелирный завод объявил о старте нового направления — бизнес-экскурсий для предпринимательского сообщества. Цель — обмен опытом и знакомство с реальным производством.

На прошлой неделе первыми участниками стала делегация из г. Электросталь. Основатель завода Михаил Пяташов лично провел гостей по цехам и рассказал историю превращения маленькой мастерской в высокотехнологичное

производство с штатом 300 человек и выпуском 2,5 тонны украшений ежегодно. В ходе эксклюзивной встречи спикер поделился кейсами преодоления кризисов, взлетами и падениями, а также принципами управления командой.

Вдохновленные гости назвали опыт основателя бесценным и отметили высокий практический потенциал таких встреч.

VIOLET ПРЕДСТАВИЛ НОВЫЕ КРЕСТЫ ИЗ СЕРЕБРА И ЛИМОННОГО ЗОЛОТА

Ювелирный дом Violet представил новую коллекцию «Херсонес Православный — Кресты», обращённую к православной традиции.

Кресты выполнены из серебра с элементами из лимонного золота. При создании коллекции использованы технологии, позволяющие добиться высокой детализации: все элементы крестов проработаны с ювелирной точностью.

Кресты продолжают линию ювелирного дома, направленную на создание каноничных изделий с художественной проработкой.



PER SEMPRE ПРЕЗЕНТОВАЛ НОВУЮ КОЛЛЕКЦИЮ «УКИЁ-Э» С ТИТАНОМ

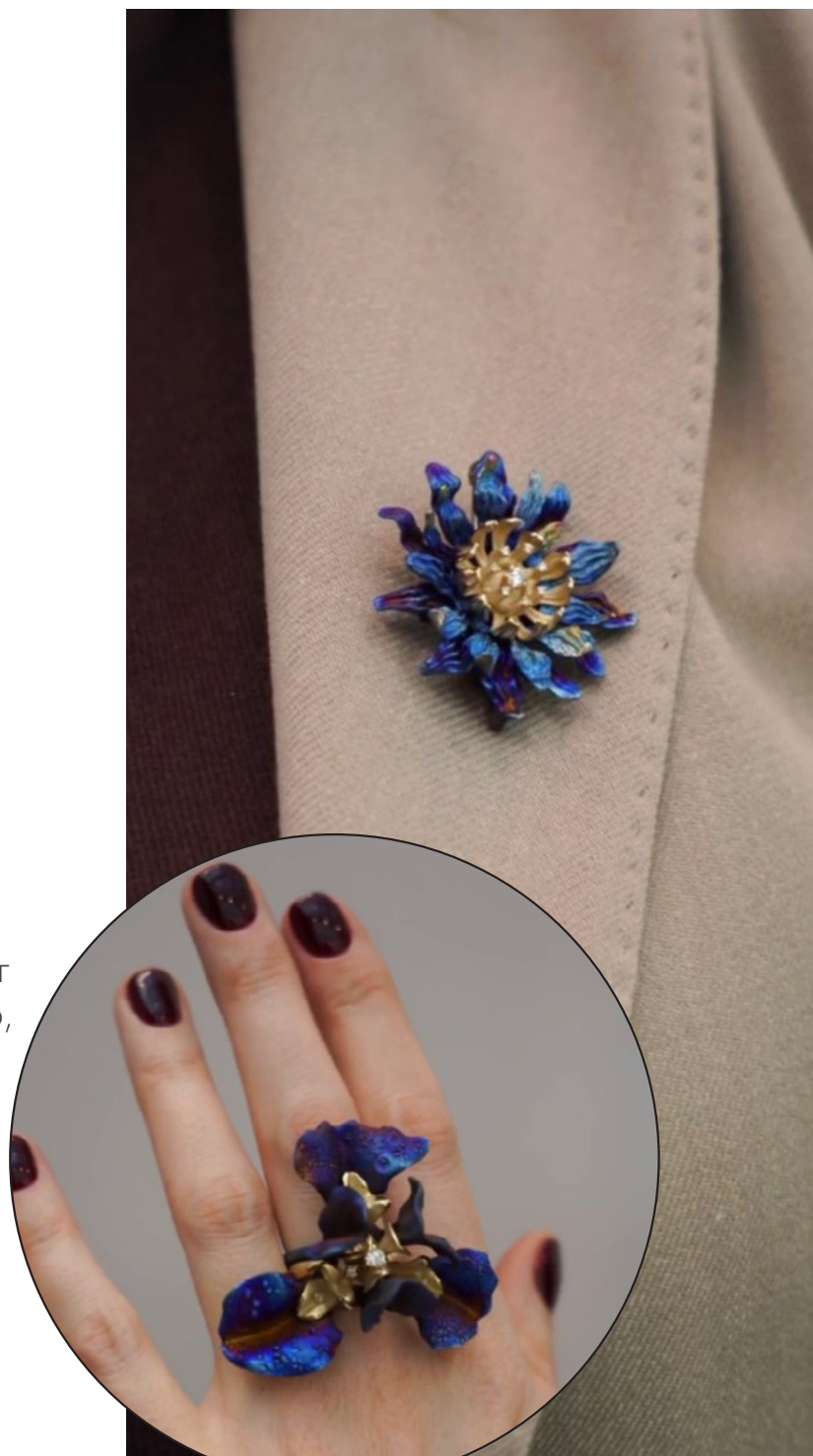
*УКИЁ-Э - искусство любования
красотой переменчивого мира...*

Центральная идея коллекции — женщина как хозяйка сада, которая сама выбирает цветок и управляет его красотой и цветением.

Для украшений мастера выбрали цветы с максимальным объёмом — хризантему, орхидею и ирис — и воссоздали их в драгоценном металле.

Кольца в этой коллекции состоят из двух частей. В центре — золотое кольцо, а дополнительная оправа с лепестками выполнена из титана. Такая конструкция позволяет трансформировать украшение в зависимости от желания и случая.

Коллекция «Укиё-Э» — ещё один шаг Per Sempre в сторону осмысленного, технологичного и многослойного дизайна, где украшение становится не просто аксессуаром, а инструментом самовыражения.



«АЛЬКОР» ВЫПУСТИЛ НОВУЮ КОЛЛЕКЦИЮ «РЕНЕССАНС»

В коллекции, вдохновлённой воротником-горгерой с портретов европейской аристократии XVI века, историческая форма аксессуара эпохи Ренессанса переосмыслена через современный дизайн, объёмную пластику и сияние природных бриллиантов.

Коллекция включает кольца, серьги, браслеты и колье из красного золота с бриллиантовыми дорожками. Дизайнеры интерпретировали характерные черты горгеры, переведя их на язык ювелирных форм: гофрированное кружево и «воздух» между складками нашли отражение в сложной пластике изделий. Благодаря 3D-моделированию удалось точно передать объём и архитектуру исторического аксессуара, а сочетание плавных линий металла и сияния бриллиантов усиливает выразительность каждого украшения.

«В новой коллекции воротник-горгера обретает вторую жизнь и новую философию. Украшения транслируют идею внутренней опоры: уверенность в себе не требует подтверждения извне», – отмечает Полина Горькова, директор по продукту ювелирной компании «Алькор».



ФОТОПРОЕКТ KABAROVSKY СО ЗВЕЗДАМИ ФИЛЬМА «СКАЗКА О ЦАРЕ САЛТАНЕ»

Ювелирный Дом Kabarovsky представил фотопроjekt «После бала». Главными героями съёмки стали актёры Алексей Онежен и Алиса Кот, воплотившие на киноэкранах образы князя Гвидона и Царевны-Лебедь в фильме «Сказка о царе Салтане».

Для фотосессии были выбраны украшения из эксклюзивной золотой коллекции Kabarovsky «Сказки Пушкина». В этой коллекции, уже знакомой ценителям, оживают образы, знакомые с детства, но раскрытые по-новому — через язык ювелирного искусства.

В кадре — не только Царевна-Лебедь и князь Гвидон. Коллекция включает образы Шамаханской царицы, Спящей царевны, могучего дуба с русалкой, а также самого Александра Сергеевича Пушкина и его возлюбленной Натальи Гончаровой.



SOKOLOV ВЫВОДИТ НА РЫНОК ИЗДЕЛИЯ С ПОКРЫТИЕМ «ВЕРМЕЛЬ»

Ювелирный холдинг SOKOLOV запускает коллекцию украшений с покрытием «Вермель» — технологией, которая позволяет покупателю получать изделия с визуальными свойствами золота без переплаты за вес драгметалла. На старте в коллекции представлено более 150 артикулов, особый акцент сделан на объемные и фактурные украшения. Продукт стал ответом на двукратный рост биржевой цены золота за последние полтора года. Плановый объем продаж новой линейки составит 3% от общего оборота розницы SOKOLOV к концу 2026 года.

В основе технологии «Вермель» — серебро 925 пробы с покрытием из чистого золота без примесей (999 проба). Толщина слоя составляет 1,5 микрона, что в среднем превышает отраслевой стандарт в шесть раз для обычной позолоты. Аналогов с такой

толщиной покрытия в российском масс-маркете на сегодня нет. По данным внутренних тестов компании, покрытие выдерживает 7000 циклов истирания при нормативе в 3000 циклов. При бережном обращении изделия сохраняют внешний вид в течение длительного времени. Используемая технология соответствует международному определению «vermeil», принятому Федеральной торговой комиссией США.

До конца 2026 года ассортимент коллекции будет расширен в три раза. Средний чек на украшения «Вермель» составит 10 тысяч рублей, что в пять раз ниже стоимости аналогичного изделия из золота. Коллекция на старте будет представлена в 100 флагманских магазинах на отдельных витринах с индивидуальным оформлением, к концу второго квартала 2026



года украшения появятся во всех розничных магазинах сети. На бирке изделий указано: серебро 925 пробы, покрытие «Вермель» золото 999 пробы.

«Рост цен на золото изменил покупательское поведение. Клиент по-прежнему хочет носить крупные фактурные украшения в золоте, но не готов переплачивать за вес металла, — отметила Таисия Изнова, директор по категорийному управлению SOKOLOV,

— Вермель от SOKOLOV — это технологическое решение, позволяющее получить визуальный и тактильный премиум при цене серебряного изделия. Мы первыми в России выводим эту технологию в масштаб масс-маркета».

Новая категория «Вермель» нацелена на расширение аудитории: ожидается, что ядром сегмента станут женщины в возрасте до 35 лет.



Вконтакте



MAX

JUNWEX

Отраслевой медиа-холдинг

(812) 303 98 69

press@rjexpert.ru

www.junwex.com