



**ПроТайм Рус**

Стенд А-411 на JUNWEX

# Ювелирная Россия

Новостной еженедельник

921 от 05 мая 2026

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

# 22,2% ПОТЕРЬ: КАК МАЛЫЙ БИЗНЕС ОТРЕАГИРОВАЛ НА ПОВЫШЕНИЕ НАЛОГОВ

В одном из прошлых номеров мы выражали беспокойство по поводу возможного сокращения поступлений в бюджет после повышения налогов в 2026 году. Тогда это были скорее опасения. Сейчас, когда стала известна статистика за первый квартал по большинству регионов, можно говорить уже не о гипотезах, а о первых реальных итогах.

Смотрим, что получилось на практике.

По большинству регионов налоговые поступления в первом квартале 2026 года выросли – в основном за счёт НДФЛ (заработные платы, рабочие места) и страховых взносов. Но эти цифры не отражают реального состояния бизнеса.

Ключевой тревожный сигнал — совокупные налоговые поступления от малого и среднего бизнеса на специальных

налоговых режимах (УСН, ЕСХН, патент и др.) сократились на 22,2% по сравнению с первым кварталом 2025 года.

ПО ДАННЫМ ФНС, ПОСТУПЛЕНИЯ СО СПЕЦРЕЖИМОВ УПАЛИ С 639,9 МЛРД ДО 537,2 МЛРД РУБЛЕЙ.

Причины разнятся:

Часть падения эксперты связывают не с закрытием бизнеса, а с перераспределением налогов между режимами после поправок в Налоговый кодекс (например, переход с УСН на общую систему или на АУСН). Но есть и прямые последствия налоговой реформы: повышение НДС с 20% до 22% и понижение порога дохода для применения УСН.

Именно малый и средний бизнес составляет основу ювелирного производства и розницы. Если сборы со спецрежимов

сократились почти на четверть, это означает, что тысячи предприятий либо закрылись, либо «упростились» до микроформата, либо ушли в тень. А это — прямые потери рабочих мест и налогооблагаемой базы.

При этом общая картина по регионам неоднородна. В одних субъектах падение смягчается ростом НДФЛ (люди продолжают получать зарплату, даже если бизнес сокращается). В других — спад по налогу на прибыль достигает 20–50% (Татарстан, Томская область, Свердловская область). А в Приморье или Хабаровском крае — уверенный рост.

Но главный вывод для федерального центра: ставка на усиление налогового контроля и ужесточение спецрежимов дала обратный эффект. Бюджет недополучил запланированные доходы от малого бизнеса, а сам бизнес потерял тысячи участников.



---

***И это не мои выводы. Просто ради любопытства попросил Ивана Иваныча (искусственный интеллект) сделать анализ. И ах..нул от его осведомленности! Даже И И-ыч смог ощутить все пагубность работы нынешних чиновников.***

***Впредь и заморачиваться больше не буду. Пусть с Иванычем общаются.***

***В.Будный***

---

# ШИЗОФРЕНИЗАЦИЯ КАК ТРЕНД НАШЕГО ВРЕМЕНИ



---

**Ф. Ф. Гумеров,**  
председатель Ассоциации  
«Гильдия ювелиров России»

---

В последнее время в России в культуру речи вошло многозначительное матерное молчание, но я не мог проигнорировать обращение своего старшего товарища и коллеги, сопредседателя Ассоциации «Гильдия ювелиров России» В. В. Будного с просьбой дать комментарии по поводу нынешнего состояния экономики и ювелирной отрасли.

Чтобы не быть голословным, приведу факты.

Недавно в Госдуме заявили о критическом положении малого предпринимательства на фоне государственной политики «охлаждения» экономики.

ПО СЛОВАМ ЗАМПРЕДА КОМИТЕТА ПО ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКЕ, МАЛЫЙ БИЗНЕС СТАЛКИВАЕТСЯ С БЕСПРЕЦЕДЕНТНЫМ ДАВЛЕНИЕМ, КОТОРОЕ ЭКСПЕРТЫ НАЗЫВАЮТ «УДУШЕНИЕМ» РЫНОЧНОЙ АКТИВНОСТИ.



### **Развитие предприятий сдерживают сразу четыре негативных фактора:**

- рекордно дорогие кредиты, делающие заемные средства недоступными;
- сочетание агрессивной внешней конкуренции и доминирования внутренних монополий;
- заметное снижение потребительского спроса;
- рост налоговой нагрузки, усилившийся в 2026 г.

### **В ювелирной отрасли к этому добавились:**

- резкое подорожание сырья, подобного которому не было за всю историю современной России;
- продажи золотых слитков физлицам без НДС.

Жители России в I кв. 2026 г. приобрели максимальный с момента начала сбора данных в 2014 г. объем золота в виде слитков и монет, сообщил РБК со ссылкой на Всемирный совет по золоту (World Gold Council, WGC). По итогам I кв. объем таких

покупок вырос на 49% и составил 11,3 т драгоценного металла против 7,6 т в I кв. 2025 г.

( Кто то из серьезных аналитиков действительно думает, что мерные слитки покупают обычные граждане России понимающие , что золото биржевой товар, что цена может и расти и падать , или это спекулянты?! )

Основным каналом сбыта слитков остаются банки, несмотря на то, что с 2024 г. ювелирным магазинам официально разрешили продавать инвестиционные слитки гражданам без НДС. Например, инвестиционные слитки продает Sunlight и Красцветмет.

При этом спрос на ювелирные изделия в России I кв. 2026 г. сократился до минимума с 2020 г. Объем покупок украшений составил 6,7 т. Это минимальный уровень со II кв. 2020 г., когда в период коронавируса россияне находились на карантине и купили всего 3,6 т золотых ювелирных изделий.

Представители профильного комитета отмечают, что малым предприятиям крайне сложно противостоять текущему экономическому курсу, который направлен на подавление инфляции за счет снижения деловой активности.

СЕГОДНЯ В РОССИИ ШТРАФОДОБЫВАЮЩАЯ ОТРАСЛЬ ОПЕРЕДИЛА ПО ДОХОДАМ НЕ ТОЛЬКО НЕФТЕДОБЫВАЮЩУЮ, НО И ВСЕ ОСТАЛЬНЫЕ ОТРАСЛИ ЭКОНОМИКИ ВМЕСТЕ ВЗЯТЫЕ!

А тремя основными трендами нашего времени стали: цифровизация, шизофренизация и архаизация!

Но мы не раз говорили, что необходим новый вариант диалога бизнеса с властью. Мир изменился глобально и больше не будет прежним! Хотим мы того или нет, для адаптации к нынешней ситуации придется выработать другой формат поведения во всем, в том числе в отношениях с регуляторами!

Это процесс сложный, однако мы надеемся, что нам удастся уже на ближайших встречах с профильными комитетами Минфина и Минпромторга, руководством Пробирной палаты, благо которые всегда открыты к конструктивному диалогу, заложить основы тренда на развитие, исходя из сегодняшних реалий.

Мир нашему дому!

ЮВЕЛИРНАЯ ВЫСТАВКА

# JUNWEX

НОВЫЙ РУССКИЙ СТИЛЬ

Тимирязев Центр

3–7 июня 2026



KABAROVSKY



ЮВЕЛИРНЫЙ ДОМ

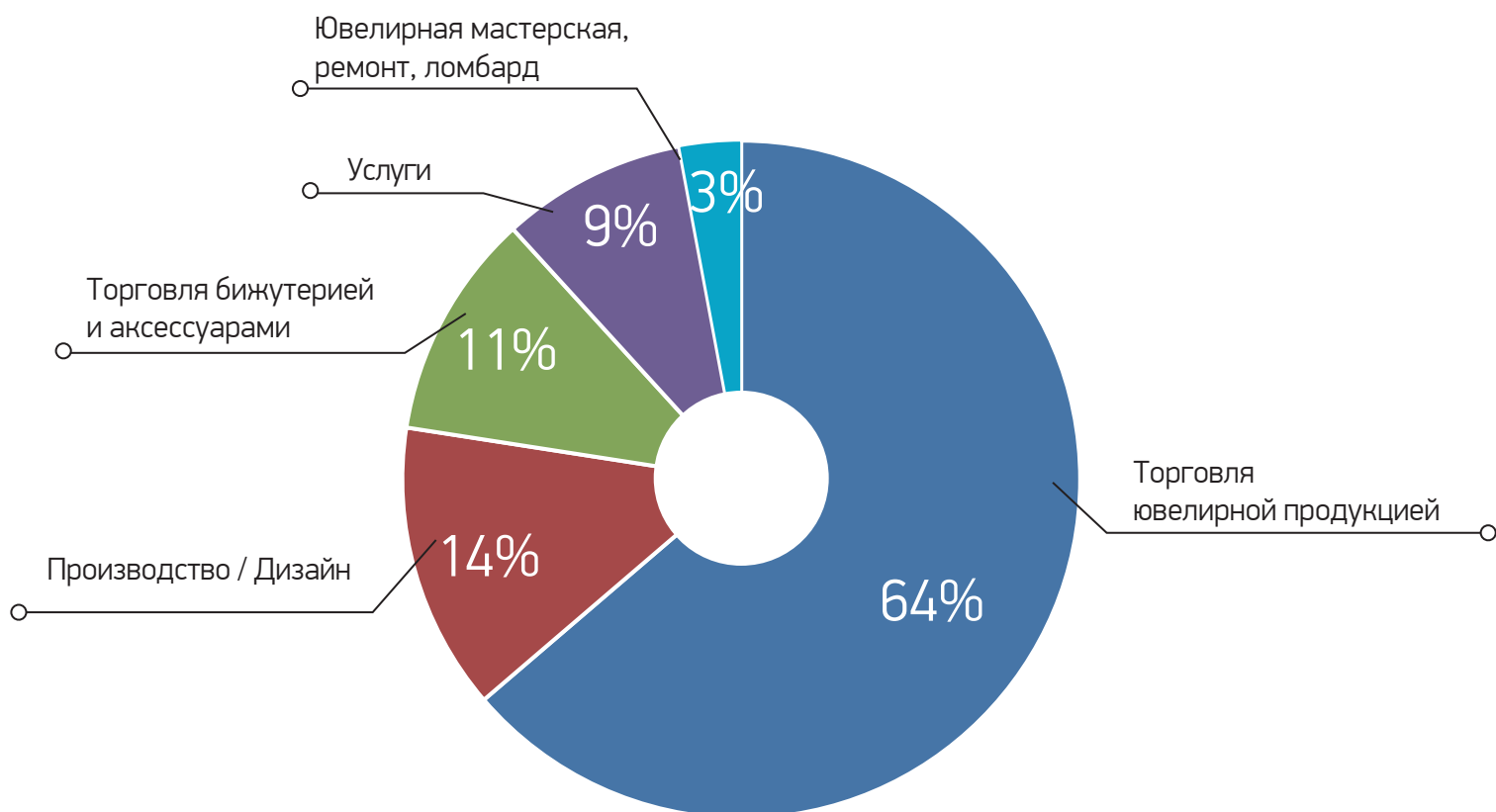
0+

# JUNWEX INDEX: КТО И ОТКУДА ПРИЕДЕТ НА ВЫСТАВКУ В ИЮНЕ?

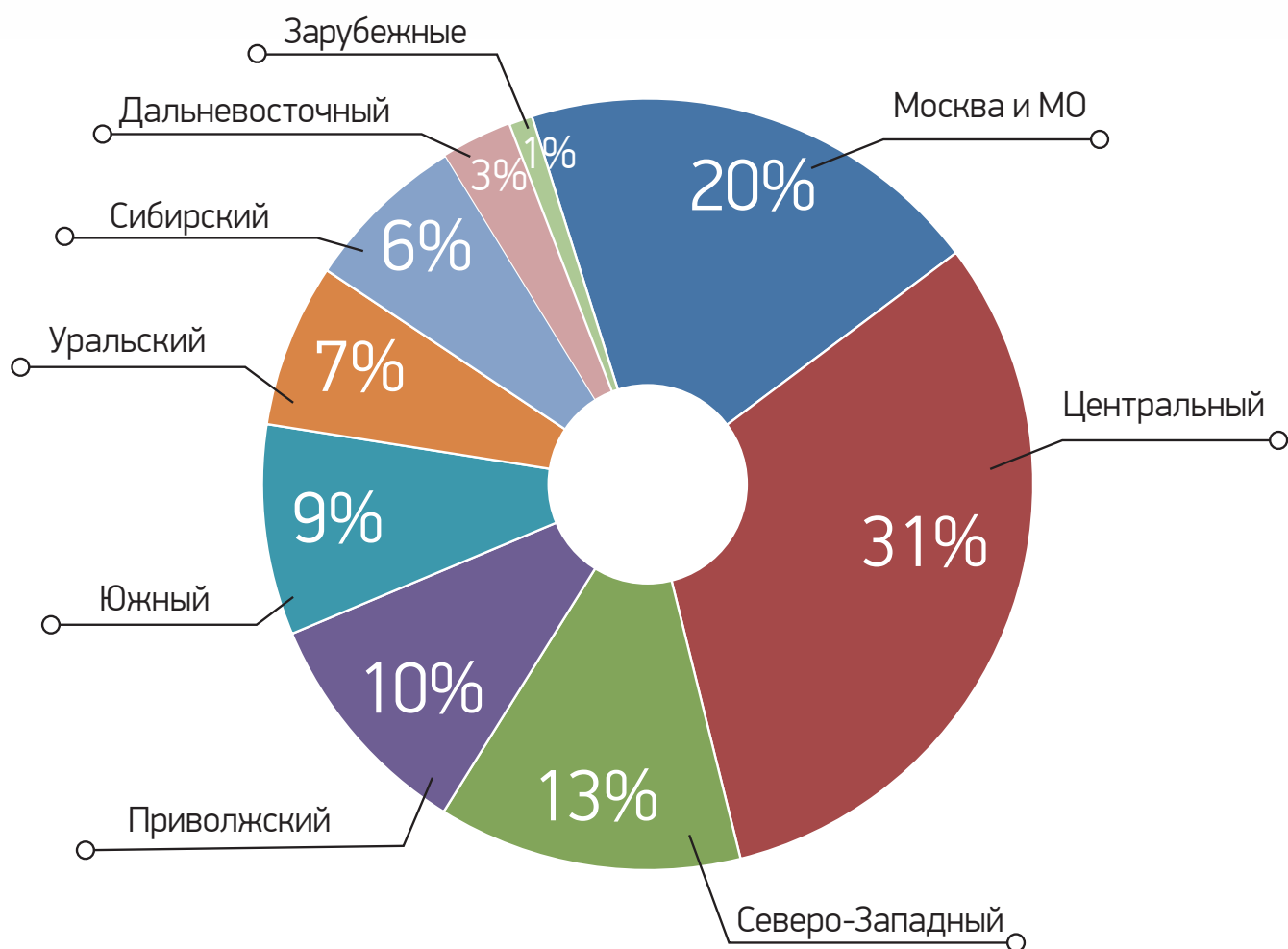
В прошлом номере мы разбирали, за каким товаром едут на выставку и с какой целью. Сегодня смотрим на другие срезы: кто именно приезжает, откуда и в каком сегменте рынка работает.

Анализируем свежие данные предварительной аккредитации с платформы JUNWEX Index. Графики по географии посетителей, должностному составу и сфере деятельности.

## Сфера деятельности



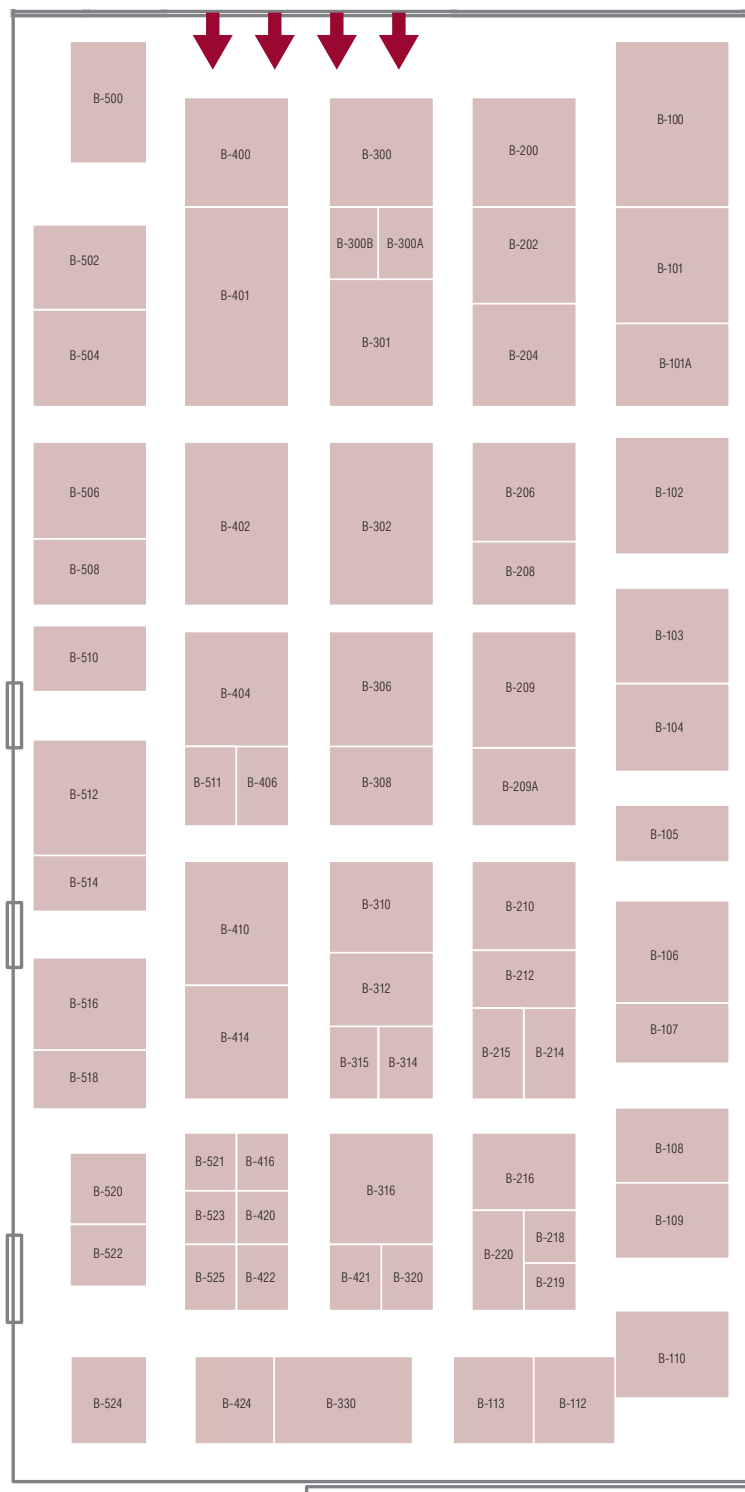
## География посетителей по федеральным округам



## Должностной состав посетителей



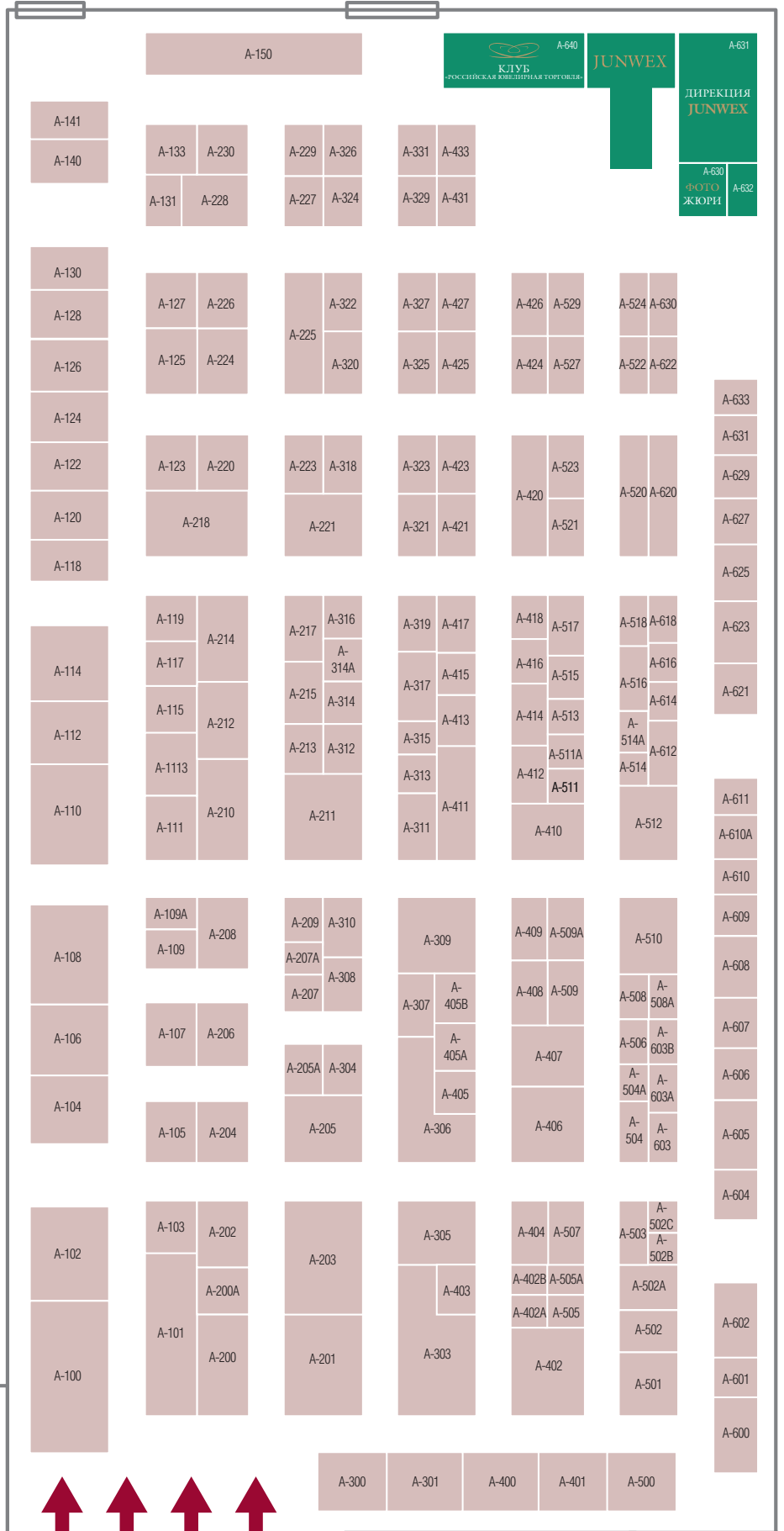
## Зал В. «Вавилон» ОПТОВЫЙ



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

## 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
АЛЬТМАСТЕР	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



## А ЧТО ПО РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ?

Первая точка размещения — сити-формат у выхода из метро «Петровско-Разумовская» — работает с середины марта. Сейчас к ней постепенно добавляются новые форматы.

С середины мая реклама разместится на больших экранах на фасадах «Москва-Сити», на Арбате и Тверской.

Также мы запустили рекламу в метро — на основных пересадочных станциях в центре и у деловых центров, где находятся офисы крупных компаний. Кроме того, ролики появятся на экранах в сети «Азбука вкуса», на АЗС,

в бизнес-центрах, фитнес-клубах, кафе и частных клиниках.

Пригласительные билеты будут опубликованы в газетах «Вечерняя Москва» и Metro, а 1 июня выставочный путеводитель «Лучшие украшения в России» отправится по всем пассажирам метрополитена вместе с газетой Metro.

*«Мы охватываем площадки, которые действительно работают на нашу аудиторию: места, где люди проводят время, ходят за покупками, занимаются спортом и отдыхают», — комментирует А.Емельянова, руководитель рекламного агентства JUNWEX.*



ВЫСОКОВЫЕ

DARVIN  
JEWELRY

ФАБРИКА  
БРИЛЛЕВ

M  
JEWEL  
2019

ЯКУТСКИЕ  
БРИЛЛИАНТЫ

СЕВЕРНЫЙ  
A-204



БРОННИКОВ  
ЮВЕЛИР

*Пер Семпре*

A-202

JeWeL

A-203

## РЫНОК

# МОСКВИЧИ СТАЛИ ЛИДЕРАМИ ПО СДАЧЕ УКРАШЕНИЙ ЧЕРЕЗ TRADE-IN

Жители Москвы сдали 173,3 кг золотых украшений за прошлый год по программе trade-in (когда старое украшение продается и покупается новое). Об этом говорится в исследовании ювелирного бренда SOKOLOV, пишет «Газета.Ru».

Второе место занял Санкт-Петербург с показателем 52,9 кг. В топ-5 также вошли Казань (11,3 кг), Воронеж (10,2 кг) и Екатеринбург (9,9 кг). По России всего было сдано почти полтонны золота — 494 кг.

Средняя стоимость обмененного золота по trade-in в России составила 35 069 рублей, что выше показателя предыдущего года на 31%. Самую высокую сумму показали жители Калининграда: в 2025 году среднее значение составило 45 185 рублей.

В тройку лидеров также вошли Москва (39 797 рублей) и Санкт-Петербург (38 755 рублей).

Самые активные участники программы trade-in — россияне в возрасте 46–55 лет: именно они показали наибольший средний объем обмена в Калининграде, Сочи и Санкт-Петербурге.

В Москве, Ростове-на-Дону и Воронеже лидерство по этому показателю перешло к возрастной группе 55+. Жители 27–45 лет опередили остальных в Волгограде и Тюмени.

А вот молодежь оказалась наименее активной во всех регионах — исключением стал лишь Новосибирск, где молодые покупатели сдавали золота больше, чем их сверстники в других городах.

# СПРОС НА СЛИТКИ И МОНЕТЫ В РОССИИ ДОСТИГ РЕКОРДА

Жители России в первом квартале 2026 года приобрели максимальный с момента начала сбора данных в 2014 году объем золота в виде слитков и монет, сообщил Всемирный совет по золоту (World Gold Council, WGC).

ПО ИТОГАМ ПЕРВОГО  
КВАРТАЛА ОБЪЕМ ПОКУПОК  
ВЫРОС НА 49% И СОСТАВИЛ  
11,3 Т ДРАГОЦЕННОГО  
МЕТАЛЛА ПРОТИВ 7,6 Т В  
ПЕРВОМ КВАРТАЛЕ 2025 ГОДА.

При этом спрос на ювелирные украшения в России в первом квартале сократился до минимума с 2020 года.

По подсчетам WGC, объем покупок украшений составил 6,7 т. Это минимальный уровень со второго квартала 2020 года, когда россияне купили всего 3,6 т золотых ювелирных изделий.

По данным Всемирного совета по золоту, в первые три месяца 2026 года мировой спрос на драгоценный металл достиг нового рекордного уровня в денежном выражении. Спрос на золото, включая внебиржевые покупки, увеличился на 2% по сравнению с аналогичным периодом 2025 года и составил 1231 т.

Рост объемов покупок в сочетании с беспрецедентным ростом цен на золото привел к увеличению спроса в денежном выражении на 74% за квартал, до рекордных \$193 млрд.

Общий спрос на слитки и монеты в мире в первом квартале 2026

года составил 474 т, что на 42% больше, чем за аналогичный период прошлого года. Это второй по величине показатель за всю историю наблюдений.

Центральные банки за январь—март приобрели 244 т золота, несмотря на заметную активизацию продаж в течение квартала. Рост составил 3% в годовом исчислении.

Спрос на золото, используемое в технологических целях, вырос на 1%, до 82 т, в основном за счет продолжающегося роста инфраструктуры искусственного интеллекта.

На фоне рекордно высоких цен на золото объемы спроса на ювелирные изделия оставались под давлением и снизились на 23% по сравнению с аналогичным периодом 2025 года, в то время как уровень расходов вновь вырос на 31%, что свидетельствует о сохранении позитивного отношения к золотым ювелирным изделиям.

В WGC ОЖИДАЮТ, ЧТО В 2026 ГОДУ ГЕОПОЛИТИКА БУДЕТ ПО-ПРЕЖНЕМУ ОКАЗЫВАТЬ ОСНОВНОЕ ВЛИЯНИЕ НА СПРОС НА ЗОЛОТО.

*«Мы по-прежнему считаем, что спрос со стороны инвесторов и центральных банков будет поддерживаться сохраняющимися геополитическими рисками, а также дальнейшим ростом инвестиций из-за высокой инфляции и стабильно высоких цен на золото», — сообщила старший аналитик по рынкам Всемирного совета по золоту Луиза Стрит.*

Спрос на ювелирные изделия по тем же причинам будет оставаться под давлением, хотя объем расходов, скорее всего, останется стабильным, считают в WGC.



# РОССИЯНЕ НАШЛИ НОВЫЙ ВАРИАНТ СБЕРЕЖЕНИЙ: ТУРЕЦКИЕ СЛИТКИ

Россияне, находящиеся в Турции, нашли новый инструмент для сохранения капитала — местное золото. Как сообщил владелец ювелирного магазина в Анкаре Осман Кушчу в беседе с РИА Новости, спрос на драгоценный металл со стороны граждан РФ заметно вырос на фоне нестабильности курсов валют.

*«В последнее время мы наблюдаем рост интереса со стороны российских граждан к покупке золота именно как инструмента сбережения», — отметил Кушчу.*

По его словам, россияне подходят к вопросу обстоятельно: тщательно изучают рынок, сравнивают цены и условия покупки. При этом предпочитают инвестиционные изделия — слитки и монеты, а не ювелирные украшения.

Турция остаётся привлекательной для таких покупок благодаря развитому ювелирному рынку и относительно конкурентным ценам. Золото здесь традиционно воспринимается как защитный актив на случай инфляции и колебаний курса турецкой лиры, а также широко используется для семейных накоплений.

Стоит отметить, что в 2026 году на фоне иранского конфликта и резкого роста цен на нефть Турция продала около 58 тонн золота на восемь миллиардов долларов, чтобы поддержать падающую лиру. Сделка проводилась через механизм свопов (обмен металла на валюту с обязательством обратного выкупа). Часть резервов страны хранится в Банке Англии, что позволяет проводить интервенции без физической перевозки золота.

## КОМПАНИИ

# СЕТЬ «585 ЗОЛОТОЙ» ЗАПУСТИЛА МАСШТАБНЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ



Компания создала благотворительную подвеску, которая будет помогать сразу нескольким благотворительным фондам. Проект стартовал с 1 мая и является первым с подобной механикой в ювелирной отрасли.

Дизайн выбран не случайно: звезда не только является символом бренда, но и олицетворяет

искру добра и света, которая загорается в сердце каждого, кто совершает добрые поступки.

С каждой проданной подвески-звезды компания будет перечислять 200 рублей в фонды помощи детям: по 100 рублей в БФ «Детская миссия» и в БФ «Благодействие» при содействии Фонда поддержки социальных инициатив «Огонь жизни».

*«Этот проект — возможность напомнить о самом важном. О том, что даже небольшое действие может иметь значение. Мы хотели создать украшение, которое будет не только дополнением образа, но и символом красоты души и доброго сердца», — отмечает Станислав Колосков, директор по маркетингу «585 Золотой».*



# ЯНТАРНЫЙ КОМБИНАТ ПОСТАВИЛ КЛАСТЕРУ **ПЕРВУЮ ПАРТИЮ СЫРЬЯ** ПО НОВОМУ КОНТРАКТУ

Двухлетнее соглашение о поставках янтарного сырья между Калининградским янтарным комбинатом и Ассоциацией «Кластер янтарной промышленности Калининградской области» подписано в марте этого года. Янтарь-сырец в объеме 110 тонн будет поставлен переработчикам, входящим в отраслевое объединение, на льготных условиях – со скидкой 15 % от рыночной цены и без участия в торгах. Янтарь

отгружается в так называемом «годовом срезе», то есть все виды и размеры добытого камня.

«Это позволяет равномерно загружать производственные мощности, повышать устойчивость отрасли и формировать для бизнеса долгосрочные и прогнозируемые условия работы. Наша задача – развивать переработку янтаря в Калининградской области,

увеличивать выпуск продукции с высокой добавленной стоимостью и создавать дополнительные возможности для роста занятости и развития янтарной отрасли», — отметил губернатор Калининградской области Алексей Беспрозванных.

Ассоциация «Кластер янтарной промышленности Калининградской области» объединяет более 40 компаний — от небольших мастерских до производств полного цикла. Отраслевое объединение находится под управлением центра «Мой бизнес».



---

*«Прямые контракты с отраслевой ассоциацией действуют с 2021 года, однако новый договор стал самым крупным и долгосрочным. Принципиальным условием договора является переработка янтаря именно в нашем регионе. Для нас, как управляющей компании кластера, это существенный инструмент поддержки предприятий и развития отрасли. Он расширяет доступ бизнеса к сырью на понятных условиях», — подчеркнул директор Центра «Мой Бизнес» Кирилл Лило.*

---

# В САЛОНЕ РИНГО ПРОШЕЛ ВЕЧЕР УРАЛЬСКОГО КАМНЯ



29 апреля фирменный ювелирный салон РИНГО собрал гостей на закрытом вечере, посвящённом самоцветной полосе Урала.

Специальным гостем стал профессор, доктор геолого-минералогических наук — Михаил Попов.

Гости познакомились с историей Уральских недр, увидели редкие экспонаты частной минералогической коллекции и украшения РИНГО с малышевскими изумрудами.

В Тюмени же прошла арт-встреча совместно с коллекционером и радиоведущим Филиппом Тарасовым.

Темой вечера стал разговор о том, как украшение перестаёт быть просто предметом и становится впечатлением, которое остаётся в личной истории каждого.

О том, как деталь завершает образ. Как украшение превращается в высказывание.

Гостей также ждали новинки коллекций, консультации ювелирных стилистов и розыгрыш подарков.



# «ТАИНСТВЕННЫЙ САД» - НОВАЯ КОЛЛЕКЦИЯ ВЫСОКОГО ЮВЕЛИРНОГО ИСКУССТВА MIUZ DIAMONDS

Вдохновлённая устройством дворцовых парков, она объединяет органику природы, строгость архитектуры и глубокий символизм.

В коллекции природа становится первоисточником формы. Соцветия, бутоны и линии роста преобразуются в ювелирные композиции, где живая органика обретает архитектурную выразительность.

В самом сердце коллекции — монограмма MIUZ Diamonds в форме геральдической лилии. Исторически связанная с идеей аристократичности и статуса, впервые в истории Дома она становится полноправным элементом ювелирного дизайна, определяя характер украшений.

Строгая логика дворцовых парков находит своё продолжение в ювелирных силуэтах. Выверенная геометрия садовых аллей и мерный ритм кованых оград превращаются в архитектурные линии украшений.





Вконтакте



MAX

**JUNWEX**

Отраслевой медиа-холдинг

(812) 303 98 69

[press@rjexpert.ru](mailto:press@rjexpert.ru)

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