



TRILLIANT /



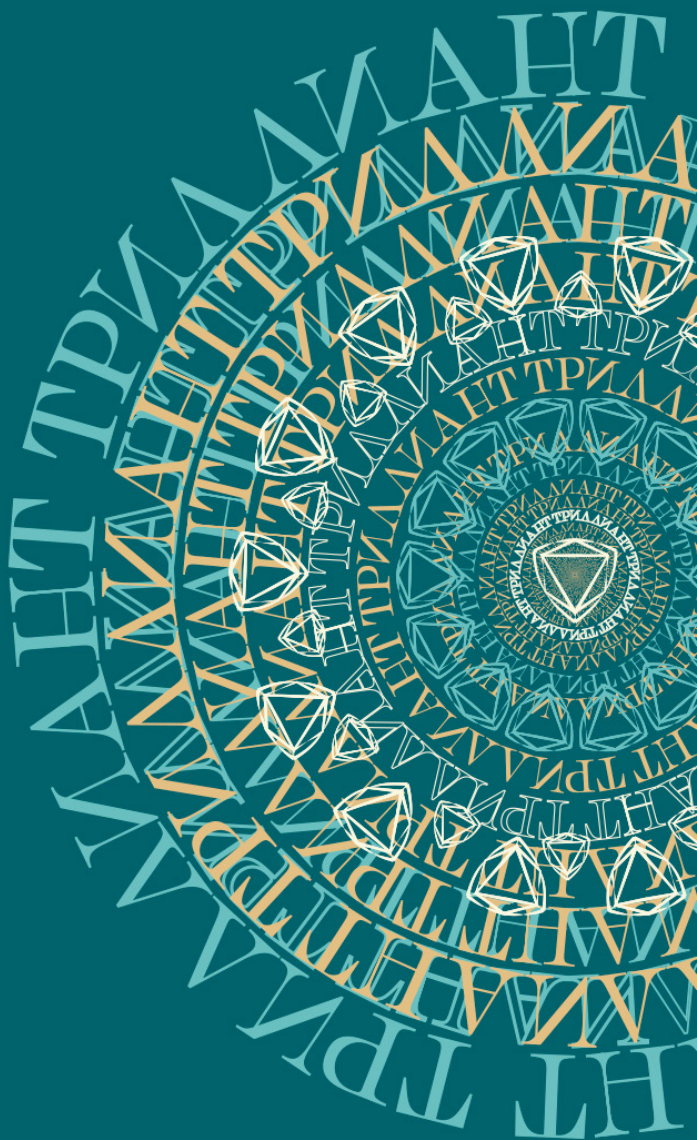
ТРИЛЛИАНТ



TRILLIANT-JC.COM

Павильон №20

В-312



Ювелирная Россия

Новостной еженедельник 938

01 сентября 2026

• www.junwex.com

ДО ВЫСТАВКИ МЕНЬШЕ МЕСЯЦА. ЧТО ИМЕЕМ?



В.В.Будный

Смысл жизни там, где вы последний раз его видели! Другого смысла, кроме сохранения привычной жизни, дела, которым занимаешься, и это доставляет удовольствие и благополучие, наверное и не бывает. С таким пониманием выходят на выставку те, кто сохранил бизнес и не сдается под давлением обстоятельств и санкций, усиленных недальновидностью тех, от кого наша жизнь, к сожалению, зависит даже больше, чем от войны.

ЧТО ИМЕЕМ НА ГЛАВНОЙ
ВЫСТАВКЕ ГОДА «JUNWEX
МОСКВА» - БАРОМЕТРЕ
РЕАЛЬНОЙ СИТУАЦИИ НА
РЫНКЕ?

**JUNWEX представит достойную
экспозицию из более 300
фирм,** предлагающих весь
востребованный в нынешних
условиях покупателями
ассортимент. Заводы, участвующие

в мероприятии отображают картину производств, уверенно удерживающих свой сегмент рынка, не смотря на порой катастрофические вызовы.

Выставка располагается в трех павильонах - 55, 57 и 20. Да простят меня не успевшие занять свободные места, но сейчас предложить больше нечего. С открытием после реконструкции 75 павильона и его вспомогательных территорий мы будем иметь лучшие возможности.

В числе оптовиков имеем представителей более 3500 магазинов-членов Клуба РЮТ, а также товароведов всех крупных федеральных сетей, и, конечно же, представителей от формирующейся онлайн торговли. То есть, на выставке будет представлен весь официальный спектр торговли, работающий в разной степени эффективности рынка.

ЗАВОДЫ-УЧАСТНИКИ ВЫСТАВКИ «JUNWEX МОСКВА» И ОПТОВИКИ НА НЕЙ - СЕГОДНЯ И ЕСТЬ РЕАЛЬНЫЙ РЫНОК. ЭТО ТЕ, КТО РАБОТАЕТ И НА КОГО МОЖНО ПОЛАГАТЬСЯ, СТРОЯ ПЛАНЫ НА СЛЕДУЮЩИЙ ГОД.

Имеем отрицательный опыт, с которым выходим на выставку.

После катастроф с маркетплейсами становится понятно, что прямые торгово-производственные контакты - единственно правильный и проверенный путь. Все остальное - это попытки родить что-то новое, но не факт, что получившееся, как происходящее сейчас с онлайн торговлей.



Усугубляет положение никак не вылупившаяся из чиновничьего нутра здоровая стратегия развития ювелирной, да и вообще промышленности. Пока мы все еще стоим перед вопросом создания стимулирующего промышленный рост законодательства.

Урон от еще не оформившихся новых механизмов реализации ювелирных коллекций – это то, что получила отрасль. И не только потому, что не было страховки, фактически все инструкции по хранению-перевозке-учету украшений остались без внимания людей, получавших за это зарплату от государства.

Чудовищная ошибка сделана самими производителями продукции. Заводы сами передали в чужие руки механизм продвижения и маркетинга! Фактически произошел разрыв обратной связи с конечным покупателем, что затормозило, наряду с объективными причинами, развитие производства.

Сегодня сохраненный живой оптовик - спасательный

круг для прозорливых. Заводы, уверенно держащие связь со «старорежимной» с торговлей и через них с конечным покупателем, не забывшие опыт постоянного анализа, который без тесного общения с коллегами невозможен, и останутся на рынке.

Имеем объективный рынок с упавшим спросом, снижением покупательской возможности большинства.

Страны развивается... богатые богатеют, бедных становится больше. И ассортимент под этот рынок приспособливается. Но все равно на всех покупателей не хватит, нужно свой сегмент держать еще крепче!

Про субъективное.

Удивляет ненасытность отдельных представителей чиновничьего сословия. Я даже не про прямую коррупцию. А про механизмы давления на бизнес - катализатора развития этого всечиновничьего движения. Вот зачем нужно продвигать идею о повторной сертификации камней в случае разборки изделий, предназначенных для переплавки? За сертификацию этих вставок уже заплачено государству и в таком случае это повторный «взнос»!



В казну бы – это воспринималось еще как-то с пониманием... Но это предложение выглядит созданием игры «в одну лузу» в интересах людей из Минюста, где уже наверняка готовится кормушка для заинтересованных.

Но какое отношение эта структура имеет к сертификации камней, где они найдут специалистов, самые известные из которых каждый камень по-своему оценивает?

Повторная сертификация - это повторные 7000 руб за карат – минимальную партию, которую должно набрать предприятие. Часто это мелкие вставки, и

небольшое предприятие такого количества камней может не собрать - значит будет искать способы обойти невыполнимые требования... А предприятие покрупнее, посчитав расходы, вероятно примет решение о выводе производства куда-нибудь в благодатные ОАЭ.

Или - кому интересно законопачивать и так слабый экспорт ювелирной продукции даже в сторону редких дружественных стран ЕврАзЭС с предложением дополнительно QR-кодировать серебро по металлу в условиях взаимного признания клейм?

Ведь даже на внутреннем рынке эта информация ставится только на бирки. Мы и так по себестоимости и высокой финансовой нагрузке на бизнес малоконкурентны с нашими партнерами по евразийскому союзу. Потом такая инициатива полностью противоречит добровольности клеймения серебра. Она потребует уже находящийся давно на складе товар везти в пробирную инспекцию вместо отгрузки и приведет к потере оптового покупателя с той стороны.

Покупатель махнет рукой на наши поставки, так как ему нужно тратиться на закупку считывателей только под наши коллекции.

Идея абсурдна по сути с точки зрения технологических особенностей этого металла. Он требует постоянной доп.обработки – чистки, полировки, повторного вспомогательного для визуального восприятия покрытия... Т.е. это полный тормоз для экспорта этого ассортимента из России.

Или вот удивило желание государства диктовать владельцу ювелирного завода нормы технологических потерь металла. При превышении 4% порога контролеры грозят внеплановой

проверкой и подозрением. В чем? В том, что собственник собственный металл, введенный во всевозможные ГИИСы, контролируемый и зашуганный со всех сторон, экономящий на всем ради выживания, к несчастью, снизил свою рентабельность? Как-то ничего другого, как желания еще больше запугать и вытеснить с рынка предпринимателя, вносящего свою лепту в бюджет страны не видится.

Все это считаю вредительством и подлежащим вниманию. Хотя, уже хрен его знает чьего! Так как многое из происходящего становится необъяснимым ни с точки зрения логики, ни исходя из патриотизма. То, что имеем...

И все же мир держится на традиционных ценностях и людях, верующих в победу разума и победу страны! От имени Оргкомитета желаю всем нашим участникам и оптовым посетителям сохранять разумное равновесие между рождающимся новым и традиционным годами апробированным опытом. Победим!

MUST HAVE

Предлагаем участникам выставки «JUNWEX Москва» 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

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 30 августа 2026 г.

Тираж 75 000 экз.
Формат А3
*.ai, *.eps

Логотип на плане выставки в зале



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 30 августа 2026 г.

Формат 900×1400 мм
*.ai, *.eps

15 500 руб. + 10 500 руб.

36 000 руб.

10 500 руб.

СТОИМОСТЬ ПАКЕТНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ MUST HAVE

51 000 руб.

XXII МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ ВЫСТАВКА

JUNWEX
МОСКВА

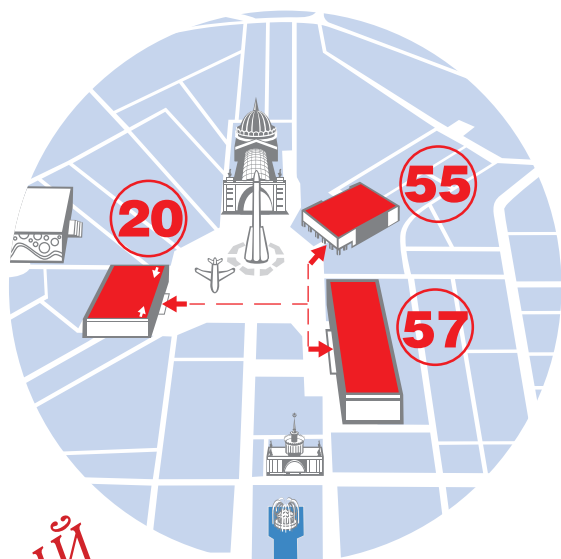
23–27 СЕНТЯБРЯ 2026

Москва, **ВДНХ**

WWW.JUNWEX.COM

ПЛАНИРОВКА И СПИСОК УЧАСТНИКОВ





НОВЫЙ

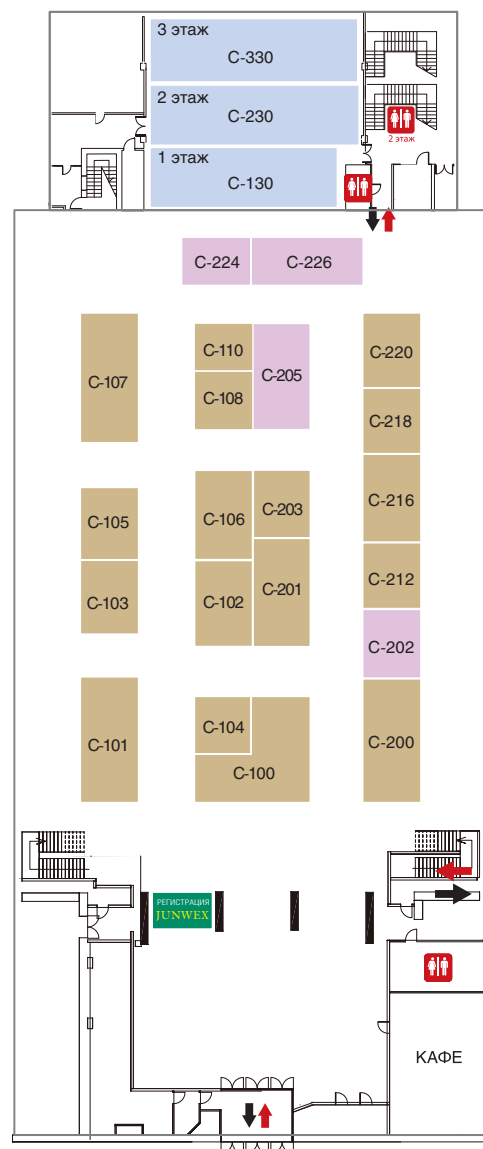
Павильон 20

ОПТОВЫЙ ЗАЛ
23–25 сентября 2026



Павильон 55

ОПТОВЫЙ ЗАЛ & РАЗДЕЛ ТЕСН
23–27 сентября 2026

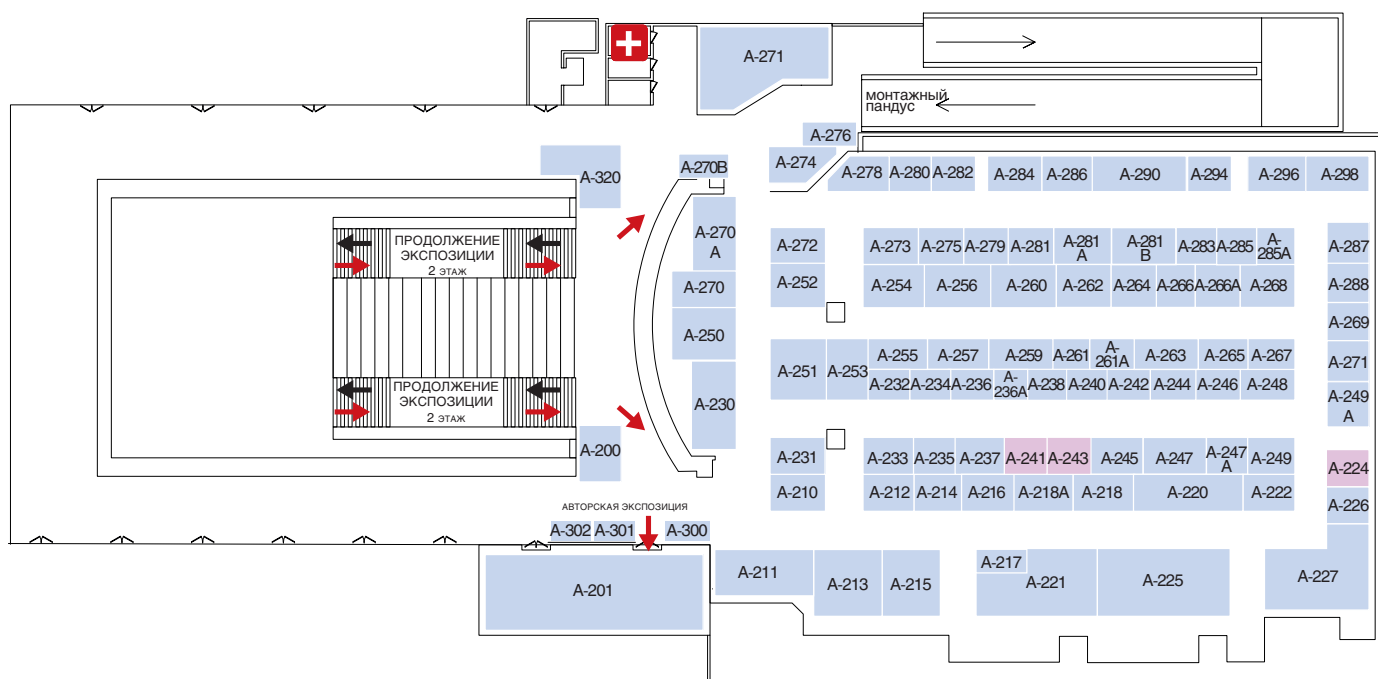


Павильон 57

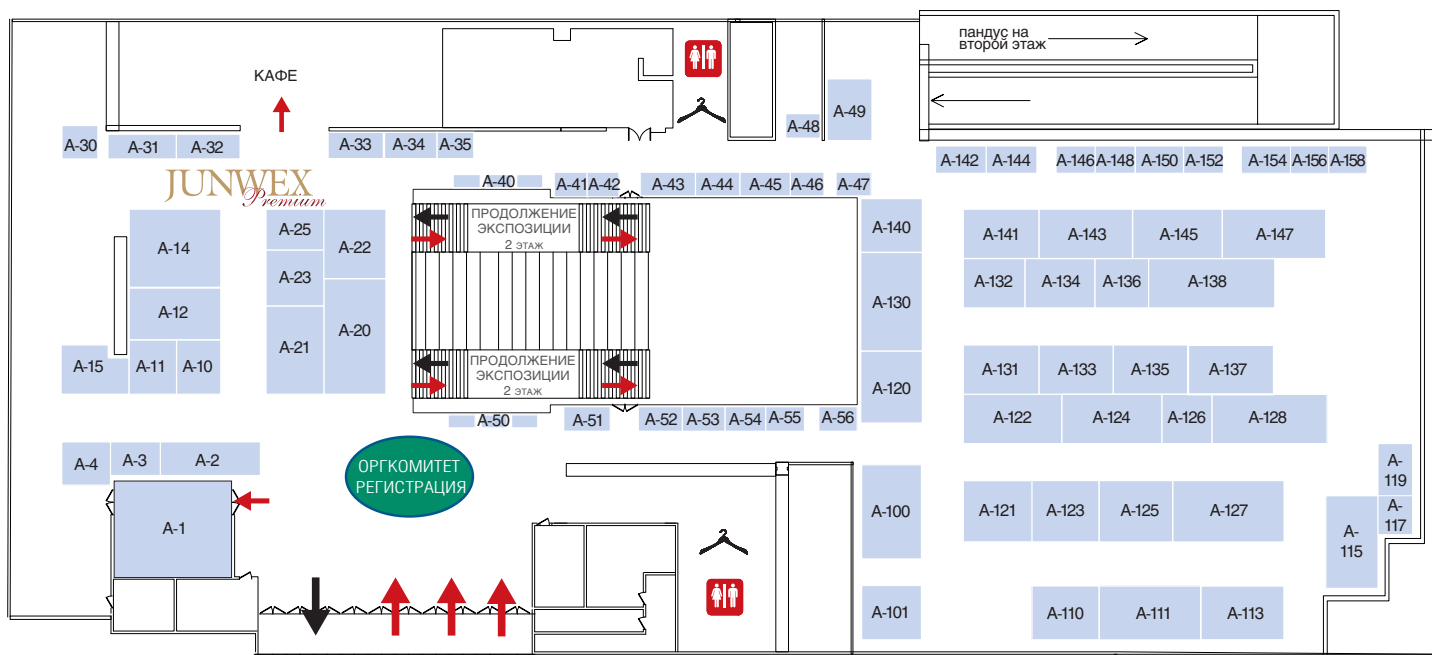
РОЗНИЧНЫЙ ЗАЛ & РАЗДЕЛ PREMIUM

23–27 сентября 2026

2 этаж



1 этаж



НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
7 ДАЙМОНДС. ЯКУТСКИЕ БРИЛЛИАНТЫ	A-22
АВРОРА, ЮД	B-422
АВРОС	A-281A
АКРИЛ ЛАЙТ	B-311A
АЛЕКСАНДРА, ЮЗ	B-523
АЛЕКСИ	ЗАОЧН
АЛМАЗНЫЙ НТК	A-220
АЛОРИС	B-226
АЛЬКОР	B-111
АЛЬТАИР	A-154
АЛЬТМАСТЕР	A-152
АЛЬФА, ЮК	A-43
АЛЬФА-КАРАТ	B-510
АНЖЕЛИКА	A-263
АНФАС	A-240
АПАРТ	A-272
АРГЕНТА	B-321A
АРИНА, ЮК	B-522
АРТ ПАТИНА	A-211
АТОЛЛ, ТЦ (ATOLL)	B-300
АУДЖА	A-34
БАРХАТ ЮК	B-223
БЕРЕСТОВА, ЮД / BERESTOVA, ЮД	A-238
БОБЫЛЕВ А. А., ИП	A-35
БОРЗЕНКО Ю. Б., ИП	A-144

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
БОЯРЫНЯ, ЮФ	A-290
БРИАЛЬ	A-46
БРИЛЛИАНТЫ БЕЛОМОРЬЯ	A-41
БРИЛЛИАНТЫ КОСТРОМЫ	B-113
БРОНИЦКИЙ ЮВЕЛИР	B-321
БУБЛИК.РФ	B-131
ВАЛЕНТИКО	A-269
ВБИК, ЮК / VBIK JEWELRY	B-531
ВЕГА	A-127
ВЕРБИЧ СВЕТЛАНА	A-47
ВЕРОНА / VERONA	A-141
ВИКТОРИЯ	A-265
ВИКТОРИЯ	C-104
ВИНОГРАДОВ, ЮК	ЗАОЧН
ВИПГОЛД	A-262
ВОРОНИНА ИРИНА, АРТ СТУДИЯ	A-40
ВУА СТУДИО	A-236A
ВЫСОКОВЫ 585	A-252
ГАЛЬВАНО ПЛЮС	C-106
ГАЛЬВАНО ТЕХНО	C-201
ГВАТЕМАЛЬСКИЙ ЖАДЕИТ	A-261A
ГЕМСИЛЬВЕР	A-274
ГЕМСТОУНС. МАРКЕТ	A-51

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
ГИАЛИТ КОСТРОМА	A-216
ГИАЛИТ МОСКВА	A-259
ГОЛДЕН ГЛОБ	B-225
ГОЛДИКА, БЮФ	A-226
ГОЛДСМИТ / GOLDSMITH	B-327A
ДАР	A-120
ДЕМАНТОИД	A-271, A-288
ДЖЕВЕЛ / JEWEL	A-1
ДЖУЗЗ	A-270B
ДЗЮБЬЯК В. Т., ИП	A-301
ИАНА	B-124A
ДНК	B-303
ЕЛИЗАВЕТА	A-121
ЖЕМЧУЖНОЕ ПОДВОРЬЕ	A-135
ЗЛАТОГОР	A-146
ЗОЛОТАЯ ЛАДЬЯ, ЮП	B-227
ЗОЛОТАЯ ПОДКОВА, ЮЗ	B-533
ЗОЛОТАЯ СТОЛИЦА	B-327
ЗОЛОТО И СТИЛЬ	A-137
ЗОЛОТО КУБАЧИ	A-267
ЗОЛОТОЙ ЗАПАСЬ	A-248
ЗОЛОТОЙ МЕТЕОРИТ. ЧЕЛЯБИНСК	B-323
ИЛЛАДА, ЮП	B-122
ИМПЕРИАЛ	B-313

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
ИМПЭКС	A-40
ИНДИАН ДЖЕМС	A-284
ИНТЕР-ЧАС	B-535
ИОРДАНЬ	A-110
КАБРИ, ЮК	A-302
КАРАТ-К	A-236
КАСТ ЗАВОД	A-134
КИРИЛЛОВ	A-50
КЛИО	A-222
КОМДРАГМЕТАЛЛ РС(Я) АО	A-2
КОНЯЕВ ИП	A-281
КОРАЛЛ / CORALL	A-30
КОСТРОМСКОЙ ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД	A-124
КРАСНАЯ ПРЕСНЯ	A-213
КРАСЦВЕТМЕТ / KRASTSVETMET	B-521
КРЕПКИЙ ОРЕШЕК	B-335
КРИСТАЛЛДИАМ	A-256
КУСТОВ, ЮП	A-142
ЛА НОРДИКА / LANORDICA	A-45
ЛАЙК	A-217
ЛЕГОР	C-212
ЛЕНА ТОММИ	A-234
ЛЕТО	B-303

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
Л-СИЛЬВЕР, КОРПОРАЦИЯ / L-SILVER	A-132
ЛУЧ РОЖДЕСТВА	A-281B
ЛЮКС, ЮК	A-278
МАГИЯ ЗОЛОТА	A-147
МАГНАТ, ПК	B-324
МАДДЕ	A-233
МАЕНКОВ А. Ю., ИП	A-266A
МАЗНИЦЫНЫ, ЮВЕЛИРНЫЙ ДОМ	A-44
МАРИ, ЮК / MARY JEWELRY	A-111
МАРКИЗ	A-266A
МАРШАЛ	B-126
МАСКОМ	B-224
МАСТЕР КЛИО	A-128
МАСТЕРА ЧЕРНОЗЕМЬЯ	A-266A
МИКАТ, ЮК	A-244
МНФ ЖИНЮАНБАО	C-216
МОРОЗ ЮВЕЛИР / MOROZ JEWELLERY	A-4
МОСКОВСКИЙ ЦЕПЕВЯЗАЛЬНЫЙ ЗАВОД	B-310
МУРАНОЛЭНД	A-249
НЕВОХИМ	C-218
НЕВСКИЙ-Т	A-127
НЕФРИТ	A-130

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
НИКА, ЮВЕЛИРНЫЕ ЧАСЫ И АКСЕССУАРЫ	B-228
НОВОЕ ВРЕМЯ	A-131
НОВЫЕ ГАЛЬВАНИЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ	C-107
ОБЪЕДИНЕННЫЙ СТЕНД УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ	A-247
ОНИКС, КОНЦЕРН	A-211
ОРФЕЙ	B-229
ПЕРВАЯ БРИЛЛИАНТОВАЯ ЮВЕЛИРНАЯ КОМПАНИЯ	B-221
ПИ, ДИЗАЙН-СТУДИЯ	A-47
ПИРИТ	B-124
ПИЧУГОВ ВЛАДИМИР	A-32
ПЛАТИНОР	A-12
ПО ТЕХНОЛОГИЯ	C-104
ПРИВОЛЖСКИЙ ЮВЕЛИР	A-320
ПРИМАЗКСКЛЮЗИВ	B-421
ПРОТАЙМ	B-121
ПТЛ	A-264
ПЯТАШОВ, ТД	A-126
РЕМИКС	B-325
РИНГО	A-14
РОСЗОЛОТО КУБАЧИ	A-49
РОСТЗОЛОТО	B-500
РУБИНОВ АЛЕКСАНДР	A-33

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
РУССКИЕ БРИЛЛИАНТЫ	A-268
РУССКИЕ РЕМЕСЛА, ЦЕНТР	A-260
РУССКИЙ СТИЛЬ	A-115
РУССКИЙ ЮВЕЛИР, РА	A-117
РУТА	C-100
САВАРТ	A-211
САМОРОДОК ЕК	A-42
САХА АЛААС ЯКУТИЯ	A-52
СБ ЗОЛОТО	A-212
СЕВЕРНАЯ ЧЕРНЬ	A-215
СЕВЕРНЫЙ БРИЛЛИАНТ / NORD DIAMOND	A-3
СЕРЕБРО РОССИИ	B-503
СЕРЕБРЯНАЯ ВЕНЕЦИЯ	A-320
СИГМА ГОЛД	A-136
СИНОНИМ	A-101
СИЯНИЕ СИБИРИ	A-21
СЛАВНОВ	A-253
СОРОКА, ТМ	A-56
СОРОКИН, ЮК	A-145
СПИРИДОНОВ С. М.	A-298
СТАНКОВ ГРУПП	C-200
СТЙ-МАКИНА / STY MAKINA	C-105
СУВЕНИРЫ БАЛТИКИ	A-25

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
СУГУЕВ	A-133
Т.Л.Т. ДАЙМОНД	A-150
ТАГИЛИТ	A-281B
ТБН ТАЙМ	A-270
ТЕЛУМА, ЮД	A-286
ТИМОФЕЕВЪ	A-220
ТОМГЕМ ПЛЮС	A-53
ТОЧКА БЛЕСКА (GLINT POINT)	A-237
ТУЛИКОВ	A-214
УЗОР УТУМ ЯКУТИЯ (ИП ЗАБОЛОЦКАЯ М.И.)	A-270A
УРАЛЬСКОЕ ЗОЛОТО & ДЕМАНТОИДЫ	A-55
ФАБРИКА ГАЛЬВАНИКИ	C-106
ФИДЕЛИС	A-101
ФИТ	A-122
ФОМЕНКО, ЮД	A-249A
ЦИРКОН С	A-125
ШЕЛОМОВА О.Н., ИП	A-290
ШНУРОК ГАЙТАН / SHNUROK-GAITAN	A-266, C-108
ЭДМ-АРТ	A-242
ЭКСПО-ЮВЕЛИР	A
ЭСТЕТ, ЮД	B-320
ЮВЕЛИНА	A-257
ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ, ИД	A-225

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
ЮВЕЛИРНЫЕ ТРАДИЦИИ	B-127
ЮВЕЛИРНЫЙ САД / JEWELRY GARDEN	A
ЮВЕЛИРОФФ	C-103
ЮВЕЛИРСОФТ	A-220
ЮВЕЛОН	A-143
ЮМО	C-101
ЯНТАРНАЯ ВОЛНА	A-251
ЯНТАРНАЯ МАНУФАКТУРА БАЛТИЙСКАЯ	A-250
ЯНТАРЬ	A-292
ЯНТАРЬ РОССИИ	A-296
ЯРАДА	A-266
ЯСПИС	A-287
ЯХОТ-ЮВЕЛИР	A-275
ALFARI	A-279
AMBER HEART	A-285
AMBER-WEST	A-285A
AMER CHARM	A-294
AQUAMARINE	B-125
BELLISSIMA TENTAZIONE	B-313
BERGER	B-123
BERLIANI JEWELRY&DIAMONDS	A-255
BOLSHAKOFF	B-525
BRILLIANT STYLE	B-303

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
BROVANZ	A-148
CLARITY	A-31
CORDE JEWELLERY	B-326
CORONA	B-120
CRYSTALIT	A-254
DARVIN JEWELRY	A-100
DEFLEUR	A-20
DELTA	C-130
DELTA DIAMONDS	B-112
DEWI	A-140
DINASTIA	B-222
EFREMOV	C-230
ELEMENT 47	A-138
ELEMENT SOUL	A-230
ENZO BENZO	A-245
FILLART	A-127
FRESH JEWELRY	B-431, B-433
GEVORKYAN JEWELRY	A-10
GRANAT	B-311
GRANT, ЮЗ	B-101
GRIGORIEV	B-100
HARDLIGHT	C-203
JEDA	A-218A
KABAROVSKY, ЮД	B-512
KLONDIKE JEWELLERY	B-100

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
KRASNOE	A-123
LAMPONI	B-226
LAZER	C-102
MANGUSHEV JEWELLERY	A-261
MARIOLA JEWELRY	B-220
MASTER BRILLIANT	B-501
MATVEEV&CO	A-300
MOSTAR JEWELLERY	A-11
NATASHA LIBELLE	A-54
NEWGOLD	B-331
ORTAGOLD	B-322
OXO JEWELLERY (ТРОШИН Б. Ю., ИП)	A-266
PERASKEVA	A-210
PLATIKA	B-102
POKROVSKY JEWELRY	B-505
PRESTIGE	B-315
PRIMOSSA (ДВОРЕЦ ОБРУЧАЛЬНЫХ КОЛЕЦ)	B-425
RADMIRA	A-280
RAGANELLA PRINCESS	A-235
ROMAN NIKONOV, ЮБЕЛИРНЫЙ ДОМ	A-15
ROSEGRACE	B-110
RUSPEARLS	A-232
SANIS JEWELRY	B-301
SARGON	A-231

НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	СТЕНД
SILVER SKY	A-246
SOKOLOV	B-524
SOUL JEWELRY	B-314
STYLEAVENUE	A-23
TALANT	B-511
TRILLIANT	B-312
TRIORA	A-230
URBAN M	A-20
VADIM FAIZOV	A-230
VESNA	B-520
VIOLET (ВИОЛЕТ, ЮД)	A-200
VLOES	A-282
VOSKRESENSKAYA JEWELRY	A-220
YAROSLAVNA	A-273
ZOLOTUE UZORY	B-420
ИНОСТРАННЫЕ УЧАСТНИКИ	
A1 PACKING	C-224
CLEAN JEWEL BEYOND	A-224
DONGGUAN XINYANG PACKING PRODUCTS	C-226
HANGZHOU LIUXIAOFU INDUSTRIAL COMPANY	C-205
LUSTER JEWELRY	A-243
MANN FOOK	A-241
SHENZHEN MINGXI DISPLAY AND DESIGN COMPANY	C-202

СТАЛИ ИЗВЕСТНЫ ИМЕНА КАВАЛЕРОВ МЕДАЛИ «ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ» '26

23 сентября в рамках торжественного открытия выставки JUNWEX Москва состоится традиционная церемония награждения кавалеров медали и отраслевого знака почёта «Ювелирная Россия».

Награда вручается за весомый вклад в формирование цивилизованных принципов ведения ювелирного бизнеса, способствующих развитию отечественного ювелирного производства и торговли, а также за развитие ювелирного дела в России.

В этом году отраслевые награды получают:



Некрасова Оксана
(«Элита»)



Мухортов Виталий
(«Альтмастер»)



Акопян Артут
(ТД «Виолет»)

Приглашаем Вас на церемонию награждения
23 сентября в 13:00, JUNWEX Москва, ВДНХ



РОМАН КАРАКУРКЧИ - НОВЫЙ ЧЛЕН ЖЮРИ КОНКУРСА МОЛОДЫХ ДИЗАЙНЕРОВ JUNWEX

В экспертный состав жюри Международного конкурса молодых дизайнеров JUNWEX вошел Роман Каракуркчи, основатель Международной Ювелирной Школы (International Jewellery School) и ювелирного бренда Roman Karakurkchi.

Специальный приз — сертификат на обучение на «Подготовительном курсе для работы с пневмоштихелем». Программа включает базовые навыки работы с пневматической гравировальной системой GRS, интенсивный тренинг по постановке руки, работу с микроскопом, заточку инструмента, построение композиции и гравировку элементов орнамента.



Подробности
о конкурсе



ювелирная выставка

JUNWEX *Premium*



MATVEEV&CO

25–28 ноября 2026

КЦ «Петроконгресс»
Санкт-Петербург,
Лодейнопольская, 5А



Украшение
GRANT

*Лучшие
друзья...*



Украшение
GRANT

РЫНОК

ГИЛЬДИЯ ПРОСИТ МИНФИН ОБЯЗАТЬ **WILDBERRIES** ВЕРНУТЬ ДРАГМЕТАЛЛЫ СО СГОРЕВШИХ СКЛАДОВ

Ассоциация «Гильдия ювелиров России» направила в Минфин России предложения по внесению изменений в законодательство, касающиеся возврата ювелирных изделий надлежащего качества при дистанционной торговле, а также учета в ГИИС ДМДК безвозвратных потерь продавцов и повреждённых изделий.

В ходе переговоров с ООО «РВБ» (Wildberries) выяснилось, что вопрос обращения с обнаруженным на пострадавших складах драгоценным металлом требует позиции регулятора и не может быть решён компанией в одностороннем порядке.

Ассоциация проанализировала действующее законодательство и пришла к выводу, что уже существующие нормы обязывают маркетплейс провести инвентаризацию повреждённых ювелирных изделий, учесть образовавшиеся лом и отходы драгоценных металлов и вернуть их собственникам.



Текст
письма

ПРАВИТЕЛЬСТВО УТВЕРДИЛО **МЕРЫ ПОДДЕРЖКИ** для ПОСТРАДАВШИХ СЕЛЛЕРОВ

Постановлением Правительства РФ от 25 августа 2026 года № 1074 установлены меры поддержки для юридических лиц, индивидуальных предпринимателей и самозанятых, чьи товары пострадали в результате атак беспилотников на объекты группы «РВБ» (Wildberries).

Что предусмотрено:

- продление на 12 месяцев сроков уплаты НДС (кроме ввозного), налога на прибыль, УСН, АУСН, НПД, НДФЛ для ИП и страховых взносов, подлежащих уплате с августа 2026 по июль 2027 года, с последующей рассрочкой равными долями на 12 месяцев без процентов;
- приостановление до 31 декабря 2026 года назначения и проведения

выездных налоговых проверок и проверок взносов на травматизм;

- продление на 6 месяцев сроков взыскания задолженности.

Кто может получить поддержку:

Меры распространяются на продавцов Wildberries, чей ущерб от атак превышает 5% учитываемого дохода, а также на тех, кто зарегистрирован на платформе с 1 декабря 2025 года. Перечни пострадавших формирует ООО «РВБ» и ежемесячно направляет в ФНС и СФР.

Документ вступает в силу со дня официального опубликования — 26 августа 2026 года.

Поддержка покрывает налоговые обязательства с августа 2026 по июль 2027 года. Приостановление проверок действует до 31 декабря 2026 года.

АНДРЕЙ ЯЛУНИН: «НА ПЕРВЫЙ ПЛАН ВЫХОДИТ ЧЕСТНОСТЬ С КЛИЕНТАМИ»



Андрей Ялунин,
владелец бренда РИНГО

/интервью для
«ФедералПресс»/

Коммуникация бренда с инфлюенсерами – очень интересный и важный вопрос. Мы для себя решили, что если и есть какие-то коммуникации с инфлюенсерами, то они должны быть очень точечные и очень аккуратные, потому что, как показывает практика, инфлюенсер сегодня – это не инфлюенсер завтра. Очень часто кто-то уходит в ненужную нам плоскость, не разделяет наши взгляды.

Поэтому моя рекомендация брендам – очень аккуратно относиться к инфлюенсерам. С одной стороны, мы с вами живем в эпоху «продающих голов» на экранах наших гаджетов, но, с другой стороны, со временем доверие к инфлюенсерам несколько угасает, потому что сегодня они рекламируют одно,



завтра другое, и не всегда эти продукты как-то укладываются в одну и ту же потребительскую модель, потребительскую корзину.

Я СЧИТАЮ, ЧТО ОЧЕНЬ ВАЖНО РАЗВИВАТЬ СОБСТВЕННЫХ ИНФЛЮЕНСЕРОВ, ЧТОБЫ У БРЕНДА БЫЛО СВОЕ ЛИЦО,

создавать какие-то свои фигуры, которые этот бренд отражают, рассказывают о ценностях бренда, его философии, или как сейчас модно говорить, его ДНК. Поэтому работа с

инфлюенсерами – это очень точечная работа, как и работа с любым другим инструментом коммуникации и маркетинга.

Кроме того, в силу гиперперенасыщенности рынка любыми мыслимыми продуктами, мы с вами живем в эпоху экономики впечатлений. Это уже не экономика потребления и насыщения – уже никакого дефицита нигде нет. Сейчас люди покупают впечатления, будь то недвижимость, автомобиль, ювелирные украшения, одежда.

И здесь крайне важно досервисную подготовку, сервис продаж и постсервисное обслуживание построить так, чтобы человек запомнил, в какой момент он совершил эту покупку, что его сподвигло, какие он ощущения пережил при этом.

Нам очень интересно выстраивать коммуникации с покупателем, потому что ювелирная продукция – это не продажа банки колы. Это действительно серьезная, кропотливая работа всего персонала компании и отчасти даже самого покупателя, поскольку сегодняшний покупатель – не просто человек, который приходит к нам за граммами и каратами. Это человек, который уже обладает определенными знаниями, определенным бэкграундом потребления. Это однозначно не его первое украшение, он уже обладает какой-то насмотренностью, опытом.

И НАША ЗАДАЧА –
СООТВЕТСТВОВАТЬ
ОЖИДАНИЯМ ПОКУПАТЕЛЯ,
ПОМОЧЬ ЕМУ ПЕРЕЖИТЬ
ЯРКИЕ ЭМОЦИИ ОТ ПОКУПКИ.

Это какое-то событие в жизни, которое хочется запечатлеть здесь и сейчас, это покупка, которая сквозь года, десятилетия, может быть даже века, будет служить семейной реликвией, напоминая о том, ради чего было приобретено ювелирное украшение.

И ЗДЕСЬ НА ПЕРВЫЙ ПЛАН
ВЫХОДИТ ЧЕСТНОСТЬ В
ОТНОШЕНИЯХ С КЛИЕНТАМИ.

Люди прекрасно научились различать, где им говорят правду, где неправду, где какие-то несоответствующие у них складываются ощущения от покупки и от общения с брендом.

Поэтому общение продавца и клиента выходит на уровень доверительного общения единомышленников, которые разделяют одни и те же ценности, которым не нужно объяснять многое словами, потому что и так все понятно. Таким образом, доверие к бренду – это, наверное, самый главный актив, который чертовски долго зарабатывается и который очень быстро можно потерять».



SOKOLOV И «СОЮЗМУЛЬТФИЛЬМ» ПРЕДСТАВИЛИ ЮВЕЛИРНОГО «ЧЕБУРАШКУ»

Ювелирный бренд SOKOLOV представил подвеску с образом культового персонажа, которого знает практически каждый в России. Это первая ювелирная интерпретация Чебурашки, подобного изделия на рынке еще не было. Фигурка с округлыми ушами полностью покрыта фианитами, а материалом для подвески выбрана бронза.

Подвеска не поступает в свободную продажу, получить ее можно только в подарок.

«Чебурашка остается одним из самых теплых образов в нашей культуре, с которым выросло не одно поколение. Нам было интересно перевести этот знакомый культурный код на язык украшений: категории, в которой человек обычно выражает уже взрослую идентичность. Получилось украшение, которое одинаково хорошо работает как подарок и как часть личного образа», - Даниил Хрусталеv, директор по маркетингу SOKOLOV.

OPEN SPACE

JUNWEX МОСКВА '26

Для удобной работы на выставке JUNWEX мы сформировали для вас особое бизнес-пространство с рабочими местами. Используйте их для ведения деловых переговоров или для комфортной демонстрации украшений!

Рабочие места будут оснащены всеми необходимыми средствами для проведения встреч с партнерами как лично, так и on-line.

ЧТО ВКЛЮЧАЕТ В СЕБЯ РАБОЧАЯ ЗОНА?

- стол и 4 стула, розетка
- доступ к выделенной сети wi-fi,
- сканер и принтер
- подключение техники к источникам питания
- весь комплекс сервисных предложений Клуба «Российская Ювелирная Торговля».



81 600

руб/2дня (НДС 22% вкл.)

109 800

руб/3дня (НДС 22% вкл.)

БРОНИРОВАНИЕ СТОЛОВ:

- 8-800-550-41-34 и (499) 553-65-67
- junwex@junwex.com



Вконтакте



MAX

JUNWEX

Отраслевой медиа-холдинг

(812) 303 98 69

press@rjexpert.ru

www.junwex.com