

РУССКИЙ ЮВЕЛИР

февраль | 2025



реклама

Циркон С 

Стенг G-811



ZIRCON-S.RU

Циркон С - 30 лет

ООО «Глобал Рус Трейд», ОГРН 1157746506170000, Юр. адрес: 119072, город Москва, Болотная набережная, дом 3, строение 2, помещение 1, Реклама



palekhwatch.ru



Palekh Watch

ЛЮБОВЬ ВНЕ ВРЕМЕНИ

РЕДАКЦИЯ

главный редактор Владимир Пилюшин
1-й заместитель главного редактора
Светлана Пилюшина — info@russianjeweller.ru

заместитель главного редактора
Татьяна Самойлова, искусствовед

редакторы

Виктор Латанский, Ольга Никонова

эксперт-геммолог

Михаил Чижов

арт-директор

Олег Подгурский

дизайн и верстка

Екатерина Калинина, Ирина Серова

фото

Алексей Боголепов

корректор

Евдокия Бубенина

ОТДЕЛ РЕКЛАМЫ

рекламный отдел

advert@russianjeweller.ru

ОТДЕЛ РАСПРОСТРАНЕНИЯ

info@russianjeweller.ru

АДРЕС РЕДАКЦИИ

199034, Санкт-Петербург, В. О.,

16 линия, д. 7, оф. 1402.

Тел./факс +7 (812) 912-80-05

www.russianjeweller.ru

e-mail: info@russianjeweller.ru

учредитель ООО «РА «Русский Ювелир»

издатель ООО «РА «Русский Ювелир»

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Александр Горыня, Валерий Крылов

Михаил Пиотровский

БУХГАЛТЕРСКАЯ ПОДДЕРЖКА

Центр учета и аудита

журнал «РУССКИЙ ЮВЕЛИР», №1, 2025 год

тираж 5000 экз.

свидетельство о регистрации средства массовой информации

ПИ № ФС77-35990. Выдано 22 апреля 2009 года Управлением
Федеральной службы по надзору в сфере связи и инфор-
мационных технологий и массовых коммуникаций (Роском-
надзор)

ПЕЧАТЬ Типография «ПРЕМИУМ ПРЕСС», САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

«РУССКИЙ ЮВЕЛИР»® — зарегистрированная торговая марка

Редакция не несет ответственности за содержание рекламных объявлений. Полное или частичное воспроизведение материалов, опубликованных в журнале, допускается только с письменного разрешения редакции со ссылкой на «Русский Ювелир». Все рекламируемые товары и услуги имеют необходимые сертификаты и лицензии. Рукописи не рецензируются и не возвращаются. Свободная цена



Журнал «Русский Ювелир» —
кавалер ордена Карла Фаберже
III степени.

Журнал «Русский Ювелир» основан
в 1912 году, возрожден в 1996 году

Фотографии взяты из открытых источников

СОДЕРЖАНИЕ

АКТУАЛЬНО

- 6 Мировой рынок ювелирных изделий и стран ЕАЭС
- 12 Вам «шашечки», или ехать?

СЕРЕБРЯНЫЙ СОВЕТ

- 16 Преемственность поколений в ювелирном бизнесе: новые горизонты «Циркон С»
- 18 СЕЗОН СЕРЕБРА. Оффлайн/онлайн
- 19 ВЕГА. Вариации тотального цвета
- 20 ТАРАСОВЫ. Кодекс серебра
- 21 ФИЛЛАРТ. Miro. Продолжение

ПРОИЗВОДСТВО

- 30 Кирилл МАСЛОВ. Обожаю двигать квадратики...
- 32 Волго-Вятский монетный двор — первый частный монетный двор России
- 79 «Мастерская на Бармалеева»: воплощаем мечты в реальность
- 64 Бриллиантовые фантазии Сарова

СТИЛЬ

- 22 Эволюция роскоши: ювелирный завод GRANT как символ новой креативности
- 24 Петербург — столица кошек
- 28 Входной билет в элегантность
- 34 Ekaterina Kostrogina. Новые фамильные драгоценности
- 38 Contessa Diamonds: революция в мире бриллиантов

ЧАСЫ

- 40 Палех сквозь века

РИТЕЙЛ

- 42 Методика повышения конверсии в ювелирном магазине: актуальные аспекты

ВЫСТАВКИ

- 50 «Мастера России-2024»: победители конкурсных номинаций
- 52 Китайский стиль: тенденции ювелирного дизайна на примере одной выставки

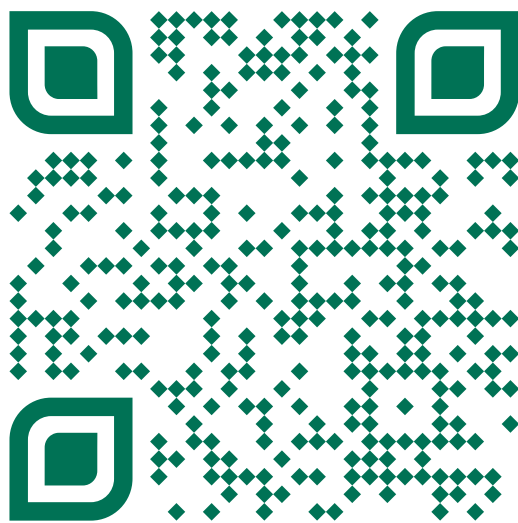
ОБУЧЕНИЕ

- 58 Я б в закрепки пошел, пусть меня научат
- 62 Идеальное пространство для творчества — АРТ-СТУДИЯ «ИНТАЛИЯ»

МЕЖДУНАРОДНЫЕ
ЮВЕЛИРНЫЕ ВЫСТАВКИ

JUNWEX

ФЕВРАЛЬ • САНКТ-ПЕТЕРБУРГ



ДЕКАБРЬ • МОСКВА

МАЙ • МОСКВА

СЕНТЯБРЬ • МОСКВА

www.junwex.com

Традиционные ювелирные выставки

JUNWEX

меняют локацию!

В **мае** и **сентябре** встречаемся
в **Тимирязев Центре**

📍 Москва, Верхняя аллея, 6с1



JUNWEX

НОВЫЙ РУССКИЙ СТИЛЬ

14–18 мая 2025

JUNWEX

МОСКВА

24–28 сентября 2025



5 минут от станции метро
«Петровско-Разумовская»
(выход 5)



20 минут на автомобиле
от Садового кольца



20 минут на такси
от аэропорта Шереметьево

Мировой рынок ювелирных изделий и стран ЕАЭС

Международная торговля ювелирными изделиями сегодня стремительно меняется по своим объемам, структуре и направлениям. Причиной тому является характер, качество и темп восстановительной посткризисной динамики, связанной с беспрецедентными глобальными торговыми противоречиями и ограничениями.



Международная торговля ювелирными изделиями сегодня стремительно меняется по своим объемам, структуре и направлениям. Причиной тому является характер, качество и темп восстановительной посткризисной динамики, связанной с беспрецедентными глобальными торговыми противоречиями и ограничениями.

Сегодня стремительными темпами растет электронная торговля, меняя потребительское поведение и становясь одним из ключевых глобальных трендов наряду с цифровизацией ювелирной отрасли (прослеживаемость и маркировка), а также ростом доли брендовой ювелирной продукции, которая рассматривается в качестве объекта для инвестиций на довольно консервативном ювелирном рынке.

На данный момент эффективным способом продвижения брендов является интернет и развитие электронной торговли с его очевидными преимуществами: широкая аудитория, возможность двустороннего общения, высокая скорость передачи информации, и при этом относительно низкая стоимость.

Одним из главных трендов электронной коммерции в период с 2020 по 2022 гг. стал live commerce, который сегодня продолжает активно внедряться в маркетинговые стратегии брендов разного уровня. Ритейлеры почувствовали интерес



*Ильина М.Ю.,
председатель Комитета по стратегии, планированию, цифровизации и «зонтному бренду» Евразийского ювелирного экспортного бюро, старший преподаватель факультета «Высшая школа экономики» Финансового университета при Правительстве Российской Федерации
Maria.ilyina02@gmail.com*

зрителя к покупкам в формате прямого эфира и многие из них стали делать стримы на постоянной основе.

Если говорить о рынке брендовой ювелирной продукции, следует отметить, что он разделен на несколько категорий: люксовые бренды, имеющие многолетнюю, а иногда многовековую историю; молодые бренды, имеющие историю создания 5–10 лет. Если ранее бренд ассоциировался с многовековой историей, то сегодняшние бренды связаны и ассоциируются с будущими трендами.

В свою очередь, инвестиционный характер ювелирных изделий отличается высокой привлекательностью, так как они расцениваются в качестве предметов роскоши.

В глобальные тренды определяют также консолидацию в отрасли и коллаборацию в ювелирном искусстве, когда ювелирные компании сотрудничают



РУССКИЕ САМОЦВЕТЫ

КОЛЛЕКЦИЯ
HERITAGE

www.russam.ru | 8 (800) 777 1912



с независимым дизайнером или известной личностью при создании украшения или целой коллекции (обычно не более 6–10 изделий).

Одним из современных подходов в ювелирном бизнесе с учетом скорости изменений трендов является создание ювелирных брендов на основе коллабораций, которые формируются в течение нескольких лет.

Если ранее мировые ювелирные дома, как правило, рассматривали создание украшений в качестве элементов культуры, стиля, высокого искусства, которые определялись своим временем и формировали в обществе тенденции индивидуального стиля и традиции, то современные ювелирные бренды — это в большинстве своем бизнес, который ориентируется на потребителя с учетом трендов моды и актуального искусства.

Говоря о современных подходах к созданию ювелирных брендов, следует отметить, что составной частью этой работы становится формирование программ переподготовки управленческих кадров при высших учебных заведениях.

Кроме того, учитывая скорость смены тенденций, стремительное развитие и внедрение новых технологий в искусстве, сегодня как никогда важную роль для создания ювелирных брендов играют аналитические центры, целью которых является анализ международного рынка ювелирной продукции, определение будущих трендов не только в ювелирной отрасли, но и в моде, выявление покупательских предпочтений и т.д. Сегодня доступ к таким аналитическим центрам ограничен для большинства ювелирных компаний из-за высокой стоимости доступа к результатам их исследований.

В период 2022–2023 гг. мировыми лидерами по потреблению ювелирных изделий являются Китай и Индия, на долю которых приходится около 61% общемирового рынка, в том числе: рынок Китая составляет 34% мирового рынка, рынок Индии — 27,7%.

Глобальные тренды в ювелирной сфере приносят изменения в порядок и характер производства. Мода, в том числе на ювелирные изделия, циклична. Крупнейшие мировые аналитические центры формируют тренды на 3–4 года вперед. Если следовать их прогнозам, уровень продаж будет устойчиво расти.

В свою очередь, рынок ювелирных изделий в странах ЕАЭС еще недостаточно реализовал свой потенциал — взаимный товарооборот находится на скромном уровне.

Так, например, сегодня глобальный рынок ювелирных изделий оценивается в 350 млрд долл. США с прогнозом роста до 400 млрд долл. США в 2025 году. На долю топ-10 мировых брендов ювелирного искусства, таких как Cartier, Bulgari, Chopard, Van Cleef & Arpels, Graff, Tiffany & Co., Piaget и т.д., на рынке наручных часов приходится около 60%, в то время как доля брендовых ювелирных изделий составляет порядка 30% от их общего объема. В то время как на долю стран ЕАЭС приходится менее 1% мирового потребления ювелирной продукции.

(вот где-то здесь можно разместить картинку с ЕАЭС)

Сегодня на фоне расширяющихся беспрецедентных экономических и финансовых санкций, применяемых в международной торговле, драгоценные металлы, драгоценные камни и ювелирные изделия традиционно являются защитным активом населения и страны. Кроме того, экспорт ювелирной продукции, являющейся не-

отъемлемой составляющей уникальной культуры, традиций и имиджа государств-членов евразийского интеграционного объединения, обеспечивает продвижение повестки ЕАЭС в целом.

Учитывая глобальные тренды развития электронной торговли, для наращивания экспорта ювелирной продукции ЕАЭС на рынки третьих стран, необходимо реализовать экспериментальный пилотный проект по организации и наращиванию экспорта ювелирной продукции в ОАЭ, КНР и обеспечению государственной поддержки по субсидированию части затрат. Это предполагает создание механизма сбора данных на производствах ювелирной продукции (идентификация продукции, формирование цифровых образов ювелирной продукции) по ассортименту ювелирных изделий, производимых в стране или Союзе, также как создание online и offline присутствия ювелирной отрасли на рынках третьих стран через торговую площадку с замыканием на этом процессе сервисов логистики и страхования.

Трансформация на основе цифровых решений — это формирование более конкурентных схем организации ювелирной отрасли, обеспечение конкурентоспособности бизнеса и государства при реализации экспортного потенциала.

Сегодня в большинстве стран ЕАЭС опыт использования трансграничной цифровой торговли имеют лишь единичные компании. Для большинства участников ювелирного бизнеса выйти на рынки третьих стран со своей продукцией сложно из-за отсутствия соответствующей компетенции знаний и недостаточного ресурсного ограничения.

Текущая ситуация характеризуется тем, что производители ювелирных изделий в странах ЕАЭС удерживают и сопровождают полную цепочку производства, продвижения и продаж внутри своих стран от покупки сырья до продажи конечному покупателю.

Функционирование ювелирных компаний в рамках ЕАЭС и для их совместного выхода на рынки третьих стран требуют организации процессов, разных знаний и инструментов.

В мировой практике существуют примеры такого рода, например, «феномен деревень Таобао» в Китае, когда компании «Алибаба» и «Таобао» организовали полный



сервисный цикл по продаже и экспорту изделий, производимых в небольших компаниях, на внешние рынки через свои цифровые торговые площадки.

В качестве первоочередных мер по развитию ювелирной отрасли государств-членов ЕАЭС с учетом глобальных преобразований следует отметить следующее:

Разработка единых образовательных стандартов в ювелирной сфере и подготовка на их основе инновационных образовательных программ, создание школ дизайна для подготовки арт-директоров и встраивания в глобальные тренды мирового ювелирного рынка;

Активизация роли и возможностей отраслевого конгресса-выставки для развития выставочной деятельности в целях сохранения, продвижения и приумножения национального кода ювелирного искусства стран Союза, создания условий для появления евразийских ювелирных брендов;

Разработка согласованных подходов к оценке качества образования в ювелирной сфере в рамках ЕАЭС для формирования единой культуры ведения бизнеса, формирования условий для появления евразийских ювелирных брендов;

Активизация усилий государств-членов ЕАЭС по созданию условий для совместного развития цифровых решений в торговле ювелирными изделиями для вхождения в новом качестве на мировой рынок ювелирной продукции.



Приглашаем участников ювелирного рынка к активному сотрудничеству в целях реализации потенциала евразийского рынка ювелирных изделий на международных площадках. Свои предложения можно направлять, в том числе в редакцию журнала «Русский ювелир» (info@russianjeweller.ru), руководство которого принимает активное участие в решении вопросам расширения экспорта ювелирной продукции на рынки третьих стран, не входящих в ЕАЭС.



Владимир Михайлов



«СПАС НЕРУКОТВОРНЫЙ»

Материалы: золото 585° «зеленое»,
бриллианты, изумруды

МОСКВА — САНКТ-ПЕТЕРБУРГ — КРАСНОДАР — БАДЕН-БАДЕН

Москва: ул. Большая Дмитровка, 16 «Галерея Михайлов» | Кутузовский пр., 2/1 Отель «Рэдиссон»

Санкт-Петербург: ул. Михайловская, 1/7 Гранд Отель Европа | ул. Большая Конюшенная, 10 «Галерея Михайлов»

Узнайте больше об авторе и его коллекции на сайте WWW.VMIKHAILOV.COM или по телефону 8 (800) 5555 605

Вам «шашечки», или ехать?

Успехи в «обелении» отрасли и контроле за соблюдением обязательных требований не обеспечат максимально возможного сбора налогов с участников рынка.



Н и для кого не секрет, что главная цель госрегулирования любой гражданской отрасли сегодня — максимальное пополнение доходов бюджета за счет деятельности в ней. Естественно, сфера ДМДК и ювелирная отрасль в частности — не исключение. Однако вряд ли данную цель можно рассматривать в качестве стратегии государства на долгосрочный период. Это, все-таки, тактическая потребность сегодняшнего дня. Понятно, что сегодня требуется увеличение расходной части бюджета. Но рано или поздно ситуация стабилизируется. Какие могут оказаться последствия для сферы ДМДК от принятых в этот период новелл по госрегулированию этой сферы?

Вопрос не праздный, т.к. регулятором и законодателями ведется непрерывная разработка новых норм, содержащих новые обязательные требования (далее по тексту — ОТ), несущих для отраслевого бизнеса рост административной нагрузки. По сути, идет создание все новых барьеров для отраслевого бизнеса сферы ДМДК — от добычи и аффинажа до производства ювелирных изделий и торговли ими. А ради чего, если от этого практически нет роста поступления доходов в бюджет? Ради идеи «прослеживаемости» в ГИИС ДМДК.

Смотрим факты. В первом полугодии 2024 г. **объем ювелирной розницы составил 205 млрд. рублей, что больше первого полугодия 2023 года на 28,1%.** А вот **прирост сбора НДС с ювелирной розницы оказалсякратно меньше — всего 2,73%** (с 13260 млн. руб. в 1-м полугодии 2023 г. до 13622 млн. руб. в 1-м полугодии 2024 г.). Т.е. **бурный рост оборотов в отрасли не сопровождается должным ростом налогов.**

С корректировкой на рост стоимости золота, оборот ювелирных изделий за тот же период не вырос, а, наоборот, сократился на 5% (рост стоимости золота 33,14% минус рост объема розницы в рублях 28,1%). Однако в штуках и тоннах положительный рост за этот период

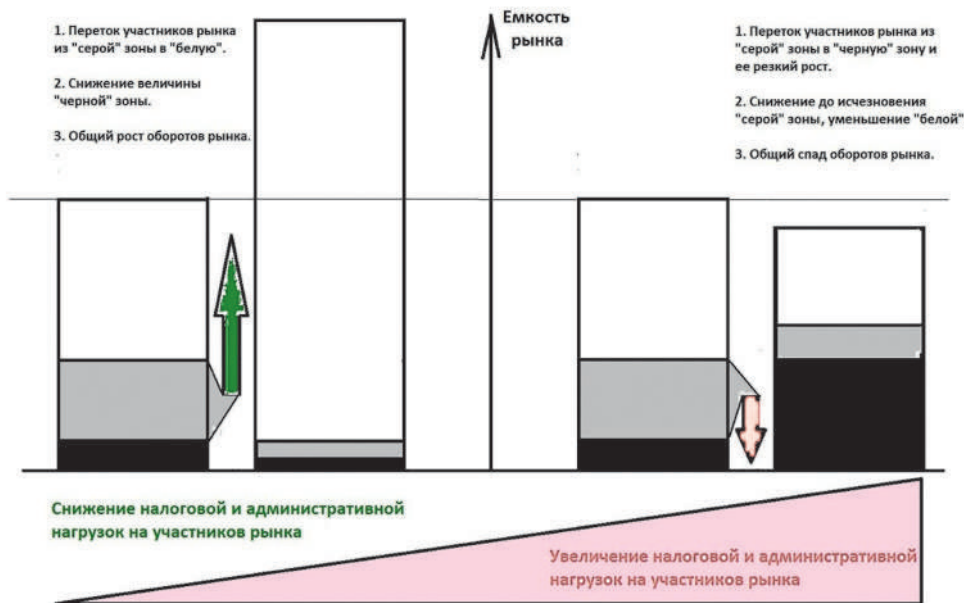
все же был: соответственно на 7% и 4%. Что означает: ювелиры произвели и продали больше, но заработали при этом меньше. И это происходит из-за роста затрат на исполнение ОТ.

Но и рост налогов в бюджет также при этом незначителен. Из приведенных статистических данных следует, что с точки зрения наполнения бюджета никакого прорыва не получилось — рост сбора НДС менее, чем на 3% — это, вероятно, совсем не то, чего хотелось бы видеть регулятору.

Регулятор видит решение задачи роста поступлений в бюджет в «обелении» отрасли. Достижение полного «обеления» регулятор пытается осуществить за счет предельного ужесточения контроля за оборотом ДМДК. А ужесточение контроля — это рост административной нагрузки на участников рынка. Но по факту, ни рост налоговой, ни рост административной нагрузок на участников рынка не дал желанного фискального результата для бюджета. Почему?

В основе КНД лежит посыл, что соблюдение ОТ — ключ к «обелению» отрасли, к максимальному сбору налогов. Если ОТ в отрасли все соблюдают — процесс «обеления» состоялся и все в отрасли замечательно. Соответственно, разрабатываются и критерии рисков. Однако **полное соблюдение ОТ участниками рынка само по себе не может гарантировать процветание отрасли, если уровень этих ОТ чрезмерный.** Ниоткуда не следует, что соблюдение ОТ в ювелирном секторе автоматически приведет к максимальному сбору налогов в бюджет от деятельности в нем, вне зависимости от того, насколько велик объем этих ОТ. **Мы имеем дело с подменой понятий, когда соблюдение обязательных требований рассматривается как гарантия благослучия отрасли и достижение максимальных налогов в бюджет от ее деятельности.** Но это вовсе не гарантия!

Соблюдение ОТ должно быть ключевым фактором, если речь идет об обороноспособности страны, угрозе



жизни и здоровью граждан. А в ювелирной отрасли соблюдение ОТ обуславливается прежде всего интересом защиты потребителей. Причем это подчеркивается все время на самом высоком отраслевом уровне — не зря же руководитель ФПП не устает повторять, что ФПП — это не про рубли, ФПП — это про штуки и граммы. Безусловно, глава ФПП прав: эта федеральная служба не отвечает за налоги, а вот защита потребителя — это законная задача работы Палаты.

Но тогда получается, что в сфере ДМДК цели государство ставит одни (налоги в бюджет), а борется за достижение целей иных (защиту потребителя). Хотя всем понятно, что пытаюсь учитывать каждый грамм и штуку, ГИИС ДМДК и ФПП в целом имеет реальную задачу не столько защиты потребителя, сколько получение полного контроля над оборотом. Но даже 100-процентный контроль за легальным оборотом сам по себе не может обеспечить максимально возможный сбор налогов с отрасли, если контроль достигается за предельным уровнем ОТ!

При увеличении объема ОТ растет административная нагрузка только на легальный бизнес. И когда эта нагрузка становится неприемлемой, бизнес либо закрывается, либо уходит в «серый сектор», исполняя ОТ лишь частично. При этом часть участников рынка, до усиления нагрузки работавшая в «сером» секторе, уходит в «черный» сектор, переставая вообще платить какие-либо налоги. И в этих условиях деятельность оставшихся на рынке легальных участников рынка уже не позволит сохранить прежний сбор налогов.

Более того, если уровень ОТ избыточен, то результатом их 100-процентного исполнения становится неизбежное **падение производительности легальных бизнес-процессов**. С вытекающим отсюда общим снижением объема рынка (из-за роста цен товаров) и дополнительным падением налогов.

На следующей странице представлен график, построенный ChatGPT, иллюстрирующий связь между сбором налогов и доходом от бизнеса при различных уровнях административной нагрузки:

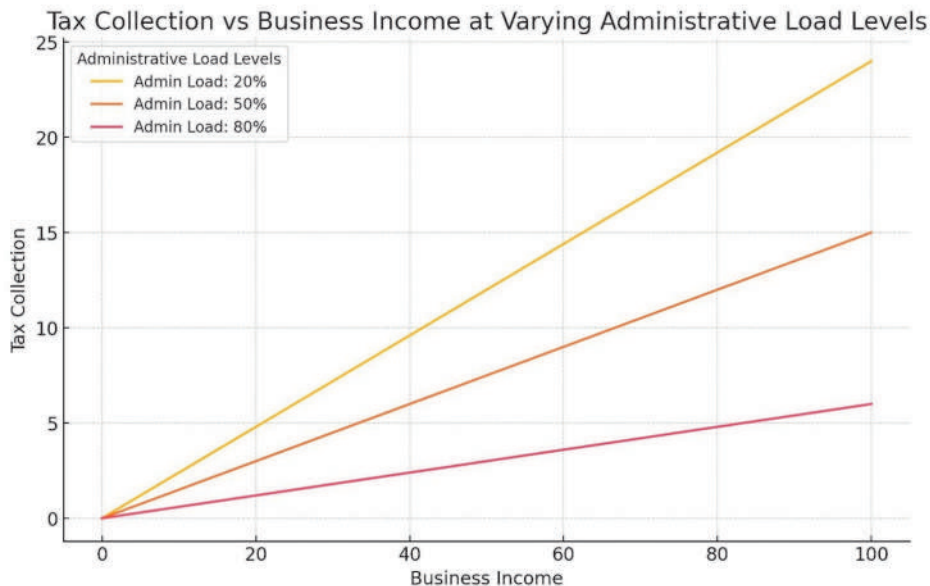
Ось X (Доход от бизнеса): представляет доход, полученный бизнесом.

Ось Y (Сбор налогов): представляет сумму налога, собранного на основе этого дохода.

Кривые: показывают сбор налогов для различных уровней административной нагрузки (низкий, средний, высокий).

По мере увеличения административной нагрузки эффективный сбор налогов снижается, даже если доход от бизнеса растет, из-за отрицательного влияния более высоких административных расходов на прибыльность. Более низкая административная нагрузка позволяет бизнесу поддерживать более высокий уровень дохода, что приводит к увеличению сбора налогов.

В условиях неподъемной административной нагрузки из-за чрезмерных ОТ, самыми эффективными компаниями становятся те, которые имеют возможность оптимизации своего налогообложения. По сути, речь идет о переходе крупнейших участников



рынка от модели производственной или торговой компаний к компаниям финансовым, все еще что-то вроде делаем на рынке. В конечном итоге, это приводит к резкому отставанию налогов от оборотов всей отрасли. Как заметила недавно директор департамента финансовой стабильности Банка России Елизавета Данилова, в случае банкротства одних организаций сотрудники будут переходить на работу в более эффективные компании. В те самые, что умеют оптимизировать свою налоговую нагрузку... А ведь еще два десятка лет назад было модно рассуждать о том, что оптимизация налогообложения не должна быть конкурентным преимуществом!

Цифровизация — хорошая штука, когда она способствует повышению производительности труда. Вот, например, использование искусственного интеллекта, Чата GPT, способно заменить в штате компании должность аналитика. Ну, или хотя бы помочь имеющемуся, ускоряя рабочий процесс. А что ускоряет ГИИС ДМДК? Разве что ускоряет сокращение числа малых предприятий, для которых работа с ГИИС оказывается не по силам...

Прослеживаемость в ГИИС как самоцель — это ошибка. А ведь могла бы ГИИС упростить работу ювелиров и способствовать росту налогов. Если бы внедрение ГИИС сопровождалось снижением, а не увеличением затрат для участников рынка. На заре внедрения в сфере ДМДК системы ГИИС, сами участники рынка предлагали решения, позволяющие благодаря внедрению цифровизации в отрасли повысить в ней производительность труда. Цифровой контроль

в сочетании с использованием инструментов страхования на рынке позволяет отказаться от направления ювелирных изделий в подразделения ФПП на опробование, клеймение и маркировку, т.е. экономить кредитные деньги производителя ювелирных изделий от их расходования на логистику в МРУ ФПП и обратно, на долгое ожидание исполнения этих процедур, выполняемых государством. Ведь и клеймо, и маркировку по металлу (согласно УИН, полученных от ФПП) бизнес сам в состоянии наносить на изделия. Но поддержки этой идеи нет...

Что еще важно учитывать: ювелиры, как и другие участники рынка ДМДК — это такие же добропорядочные и законопослушные граждане России, желающие работать честно и эффективно. И участникам рынка непонятно, почему государство априори считает ювелиров жуликами, о чем так любят говорить сегодня СМИ.

Бизнес сегодня понимает необходимость работать честно, соблюдая необходимые требования государства. Вот только остается вопрос: **а всегда ли установленные требования являются в самом деле необходимыми?** Или львиная их доля есть следствие модной идеи прослеживаемости без пользы для развития отрасли и наполнения бюджета?

Итак, **государство должно выбирать: или «шашечки» в виде бесконечного добавления участникам рынка обязательных требований, делающих труд ювелиров невыносимым и низкоэффективным, либо разгрузка, устранение избыточных требований к участникам рынка, развитие отрасли и, как следствие, рост налогов в бюджет.**



ПРИВОЛЖСКИЙ ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД

КРАСНАЯ ПРЕСНЯ

ОСНОВАН В 1940 ГОДУ



реклама

В мире ювелирного искусства значимую роль играет дизайн украшения, но не меньше внимания уделяется и его вставкам.

При создании ювелирных украшений на заводе «Красная Пресня» используют камни как машинной, так и собственной, ручной огранки. Из рук наших мастеров выходят не просто вставки необычных форм, а настоящие шедевры классической и фантазийной огранки!

Эти камни, обнимаемые солнечными лучами, искрятся ослепительными переливами. Каждая грань преломляет свет по-новому, а в ритмах их бликов таится нечто большее, чем просто визуальная красота. Их сияние создает иллюзии, прогоняя серые будни и наполняя сердца теплом!

ПРЕИМУЩЕСТВЕННОСТЬ ПОКОЛЕНИЙ В ЮВЕЛИРНОМ БИЗНЕСЕ: НОВЫЕ ГОРИЗОНТЫ «ЦИРКОН С».



Сергей Куколевский

Одной из ключевых составляющих философии Сергея является идея «коллективного разума». Он всегда поощрял открытость и готовность слушать, что помогло компании адаптироваться к меняющимся условиям рынка. Куколевский старший привнес в «**ЦИРКОН С**» не только достижения своего времени, но и глубокое понимание важности инноваций. При этом Сергей всегда оставался верен своим принципам: каждое украшение, выходящее из рук его команды, создавалось с любовью и уважением к природе, отражая гармонию между человеком и окружающей средой.

В ювелирной индустрии успех часто определяется способностью соединять традиции с современными подходами. Это прекрасно иллюстрирует история компании «**ЦИРКОН С**», которая на протяжении более тридцати лет вдохновляется видением Сергея Куколевского, а в последние пять лет динамичными идеями его сына Антона. Вместе они формируют уникальную обстановку, в которой каждая задумка и стремление к идеалу приводят к отличным итогам.

Сергей Куколевский, основатель компании, на протяжении своей карьеры зарекомендовал себя как истинный лидер, обладающий глубокими знаниями не только ювелирного ремесла, но и тонкостей ведения бизнеса. Его подход к командной работе основан на доверии и уважении к каждому сотруднику, что позволило создать сплочённый коллектив, способный преодолевать любые трудности. Сергей всегда акцентировал внимание на знаниях, умениях и личностных качествах своих сотрудников, что укрепляло корпоративную культуру и способствовало ощущению общности.



Сейчас, когда руководство компанией взял на себя Антон Куколевский, можно наблюдать, как традиции, заложенные его отцом, успешно переплетаются с молодежными взглядами и амбициями нового поколения. Антон привнес в бизнес современные знания, привлекая новые технологии и методы для улучшения производственных процессов и маркетинговых стратегий. Он активно использует цифровые платформы для продвижения продукции и взаимодействия с клиентами, что позволяет компании оставаться актуальной в современных реалиях.

При этом у Антона сохраняется уважение к наследию отца. Он стремится адаптировать уже существующие принципы управления с учетом современного контекста. Обсуждение идей с командой, имплементация молодежных предложений в работу — это то, что делает компанию **«ЦИРКОН С»** живой и динамичной. Антон поощряет свою команду делиться мыслями и наблюдениями, что способствует гибкости и скорости реакции на запросы рынка.



Антон Куколевский

стенд G-811
ZIRCON-S.RU


Циркон С 


Ещё одним важным аспектом является то, что Антон, как и его отец, высоко ценит долговременные отношения с сотрудниками и партнёрами. Нарботки **«ЦИРКОН С»** показывают, что многие члены команды работают в компании с начала её становления в девяностые годы, что само по себе является знаковым примером преемственности. Эта уникальная атмосфера коллективизма и доверия была заложена Сергеем и продолжает развиваться под руководством Антона.


Таким образом, компания **«ЦИРКОН С»** становится примером успешного взаимодействия между разными поколениями. Своими действиями Сергей Куколевский создал прочный фундамент, на который теперь опирается его сын Антон, интегрируя современные методы и идеи. Вместе они продолжают двигаться к общей цели: создавать прекрасные ювелирные изделия, которые соединяют поколения, сохраняют традиции и открывают новые горизонты. Преемственность идей и ценностей делает **«ЦИРКОН С»** не просто бизнесом, а настоящей семьей, где каждый участник старается внести свой вклад в общий успех.

С нетерпением ждём Циркон С версии 3.0, ведь именно этот апгрейд может стать очередным шагом к укреплению позиций компании на рынке и продолжению её успешного пути. Чтобы не пропустить важные события и новинки, следите за обновлениями в социальных сетях компании.



 197183, Санкт-Петербург, ул. Сабиловская, д. 37, к. Д

 8-800-300-39-68

 info@zircon-s.ru



Магазин-музей СЕЗОН СЕРЕБРА, Санкт-Петербург, наб. канала Грибоедова 18-20



СЕЗОН СЕРЕБРА ОФФЛАЙН/ОНЛАЙН

Человечество не первый раз попадает в ловушку бесплодных, хотя и горячих споров. «Зачем нужна живопись, если есть фотография», «зачем нужен театр, если есть кино» — сейчас уже почти некому вспомнить, что такие дискуссии в свое время доводили общество до разной степени каления. Сегодня спор, на первый взгляд, вышел за рамки интеллигентного соперничества, переместившись в коммерческую сферу, когда классические ювелирные салоны потеснились, пропустив вперед маркетплейсы и прочие варианты онлайн-торговли.

Вероятно, через несколько лет усилиями искусственного интеллекта мы сможем получать полное представление о ювелирном украшении в режиме онлайн. Несмотря на постоянно совершенствующееся техническое обеспечение удаленной торговли драгоценностями, иметь достоверную «картинку» с компьютерного монитора или

экрана смартфона затруднительно: фотографии зачастую либо «недобирают» из-за неудачного ракурса или огрехов цветокоррекции, либо наоборот, перегружены эффектами. Да и большую уверенность при оплате чувствуешь тогда, когда точно знаешь, как выглядит обновка в мочке уха или на пальце, а уж пообщаться в процессе покупки со спутником или доброжелательным профессиональным консультантом — просто бесценно.

При открытии магазина-музея «СЕЗОН СЕРЕБРА», известные петербургские производства «Вега» и «Циркон С», пригласили к партнерству своих формально прямых конкурентов, разместив в залах магазина изделия брендов, которые тоже хорошо знакомы ценителям истинного мастерства: «ФИТ», «Грингор», FILLART, «Яспис», «Невский-Т» — всего больше двух десятков предприятий, составляющих славу ювелирной школы города на Неве. Несмотря на яркое соседство, ни один бренд не теряется на витринах, для них для всех найдено свое достойное место, а если вдруг нужного украшения не найдется оффлайн, к услугам кли-

ента — онлайн-партнер магазина — ювелирный маркетплейс GOLDNET.MARKET.

Олег Подгурский



Серебряные композиции с безупречным чувством юмора от бренда ЯСПИС

<http://sezonserebra.ru>

ВЕГА. ВАРИАЦИИ ТОТАЛЬНОГО ЦВЕТА

Комплект МАЛЬТА
арт. 3197

ингредиенты идеального цвета в их распоряжении метафизическая волшебная палочка, в просторечии именуемая талантом.

Ювелирный цвет капризен, ему позволено быть ярким, вызывающим, мягким или медитативным, требовать формы, веса и состояния, превращаясь то в острый голубой осколок холодного льда, то растекаясь горячей тягучей медовой каплей, то мерцать тяжелым пурпуром вселенского вечного мрака. Но, как говорится, есть нюанс: камень, несколько пренебрежительно именуемый на профессиональном сленге вставкой, может быть красив сам по себе, совершенен по цвету, форме и объему, так, что задачей ювелира остается самая магическая малость — добавить каплю жизни и если удастся, это волшебное превращение безошибочно видят и чувствуют внимательные зрители.

Олег Подгурский

Серьги ЗЕМФИРА
арт. 4126Лидия Рожкова
владелец и руководитель
компании ВЕГА

Лингвисты утверждают, что у коренных обитателей Приполярья в ходу более ста пятидесяти определений снега, другими словами — полторы сотни прилагательных для описания белого. Сразу вспоминается шутливая перепалка музыкантов и художников, что у одних — всего семь нот, а у других — только пять цветов. Но у тех и других прячется лукавая фига в кармане, ведь они знают — искусство начинается там, где оттенки, нюансы, полутона.

Вот говорят — не сравнивайте круглое с мягким. Это как посмотреть: сравнивать, может и не стоит, а вот сочетать, удерживаясь на тонкой грани гармонии — не это ли методика создания настоящего произведения. Конечно, никто из настоящих художников не высчитывает на логарифмической линейке (кто помнит, что это такое?)))

<http://vega-srebro.ru>

ТАРАСОВЫ. КОДЕКС СЕРЕБРА

Что каждый охотник желает знать, а каждый художник желает настроиться на волну вселенской гармонии. Сама Татьяна Тарасова однажды поведала, что иной раз приходится разрисовывать руку чуть ли не целый день, чтобы из-под карандаша начинали проглядывать живые линии. Что это как не автоматическое письмо, когда с респондентом начинает говорить само Мироздание, говорить, не заботясь о том, известен ли адресату язык



Татьяна и Наталья ТАРАСОВЫ — главная творческая сила бренда НЕВСКИЙ-Т.

Иное дело — Кодекс. Это товар штучный, такая обязательно рукопись, которая прописана на зага-

Произведения Натальи и Татьяны Тарасовых — всегда нечто большее, чем просто ювелирные изделия. Путешествия к границам жанра — это про них. Из каждого такого вояжа они привозят невероятные приобретения. Вот и сейчас, перебирая причудливые серебряные украшения, трудно избавиться от ощущения, что это — пока неузнанные символы, готовые выстроиться в мысли, которые еще предстоит расшифровать.

Наверное — не сейчас.
Наверное — не нам.

Олег Подгурский

общения, способен ли он воспринять суть послания.

Сквозь всю историю изобразительного искусства, художники, открывая новое направление, немедленно откладывали кисти и излагали базовые принципы текстом на листе бумаги. С середины позапрошлого века манифесты только множились: от Гюстава Курбе и его «Манифеста реалиста» к бескомпромиссному Казимиру до отчаянных перформансов Марины Абрамович каждое следующее поколение потрясало новым содержанием над «отжившими формами», впрочем, достаточно быстро сметаемыми следующей группой бунтарей или возвращением классических ценностей.

дочном языке странными буквами, сопровождаемая иллюстрациями, перед которыми гаснет любая психоделика. Леонардо ли, Войнич или Серафини — истинный кодекс надиктовывается Вселенной, которая щедро, но своеобразно вознаграждает искателей. Часто сам художник не подозревает о скрытых смыслах собственных произведений. Строго говоря, от художника и не требуется понимать, его миссия — донести, не расплескав. Расшифровка будет поручена другим.



НЕВСКИЙ-Т
ЮВЕЛИРНОЕ ПРОИЗВОДСТВО



<http://nevsky-t.ru>



ФИЛЛАРТ. МИРО. ПРОДОЛЖЕНИЕ!



Лариса Фролова и Филипп Колоницкий,
ювелирный бренд ФИЛЛАРТ

Яркий и парадоксальный Жоан МИРО-И-ФЕРРА, современник двух других великих соотечественников, в России оказался в тени своих коллег. Он не прославился масштабными полотнами и образами, переворачивающими взгляды людей на творчество и искусство в целом. Его работы — нескончаемая импровизация, внешне хаотичный поток фантазии, тысячи и тысячи объектов и существ, абстракция, густо замешанная на сюрреализме.

Общение с творческим полем Миро порождает удивительный эффект — каждый его символ, загадочный, забавный или парадоксальный, вызывает ответную реакцию, как это произошло со студией ФИЛЛАРТ. Копировать ничего не пришлось: стилистика необычных образов не ложилась буквально в рисунок эмалевых украшений, но широко и свободно распахивала двери для собственного творчества мастеров-ювелиров.



<http://filart.su>

Сработал и «эффект Миро»: стоило только войти в тему, как образы полились потоком, в студии шутили, что в работе над коллекцией самое сложное — вовремя остановиться, поскольку творческий мятежный дух каталонца не дает передышки.

Сама серия изделий увидела свет в середине прошлого года, но уже тогда было ясно, что первое прикосновение потребует продолжения. Сегодня открытая коллекция АРТ-ТРИБЬЮТ, в которой давно и комфортно расположились серебряные образцы к произведениям Боттичелли, Врубеля, Малевича, пополняется новыми красочными импровизациями, говорящих на русском языке с элегантным испанским акцентом.

Олег Подгурский



Filart





Эволюция роскоши: ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД GRANT, КАК СИМВОЛ НОВОЙ КРЕАТИВНОСТИ



Виа Монте Наполеоне в Милане — одна из самых дорогих улиц в Европе. Здесь расположены самые шикарные бутики и призывно манят самые нарядные витрины: DIOR, VERSACE, VALENTINO, CARTIER, BVLGARI. . .

Кажется, все люксовые бренды собрались на этом небольшом квадрате в центре Милана. Но последние годы лицо этой роскошной улицы стало меняться. Да, и сейчас знаменитые бутики занимают здесь значительные площади, но вдруг у этих фэшн-монстров неожиданно появились соседи-незнакомцы. Это небольшие и не «раскрученные» ювелирные бренды с интересными, качественными и уникальными изделиями. И тут возникает два вопроса:

Первый. Почему именно ювелирные магазины стали занимать престижные места на самой дорогой улице?

И второй, как могут небольшие ювелирные бренды соперничать с такими мощными мировыми гигантами?

И оба эти вопроса неразрывно связаны с модой. Начиная с 2020-го года, когда мир погрузился в оцепенение, все более погружаясь в водоворот политических, экономических

и военных катаклизмов, человечество постепенно впадает в эмоциональный ступор. Тревожность, уныние, пессимистические настроения... Что будет дальше? Куда катится этот мир? При развитии таких общественных настроений мода, особенно в сегменте Luxury, переживает тяжелый упадок. Люди не хотят покупать дорогую одежду, потому что она обесценивается очень быстро. Люксовые бренды не могут сейчас предложить покупателю нечто настолько ценное, что имело бы особенную эмоциональную, ментальную или интеллектуальную составляющую, оправдывая свою огромную стоимость.

С другой стороны, никто не отменял радость от покупки, счастье обладания красивой вещью, желания украшать себя. И эта тяга никуда не делась. Покупатель встает перед дилеммой, чем себя порадовать? Платьем, которое завтра выйдет из моды, или ювелирным украшением, ко-

торое с годами только увеличит свою ценность? В итоге, большинство покупателей прикинут и выберут ювелирное украшение. И красиво, и статусно, и долговечно. Таким образом, «тяжелый люкс» теряет покупателей, которые выбирают украшение, как более удачную инвестицию в свой стиль.

Теперь второй вопрос, как могут небольшие игроки соперничать с крупными производителями ювелирных украшений? И здесь ответ кроется в самой политике этих гигантов. Всеми виновой глобализация. Эти бренды представлены во всем мире и по условиям рынка должны поддерживать одинаковый ассортимент во всех своих магазинах. В Париже вы купите точно такую же вещь, как и в Милане, и в Дубае. Казалось бы, это логично. Но теперь людям в большей степени хочется показать свою индивидуальность, свой вкус и свои приоритеты.

Новым ювелирным брендам проще справиться с этой задачей. Они не брошены в общий котел глобализации и могут сосредоточиться на уникальных качествах своего продукта. Из этого и рождается новая ценность вещей, которая не подстраивается под глобальные тренды, а сама их создает.

Ювелирный завод GRANT, как раз, - очень яркий пример этого явления. Каждая коллекция GRANT показывает, как можно создавать собственные локальные тенденции, не впадая в зависимость от быстротечных и порой чуждых веяний, и при этом сохранять дух и настроение времени.

Одна из последних коллекций завода GRANT, «Банты и подвески» очень наглядно это демонстрирует. В ней есть все, что отличает люксовые



изделия: безупречное качество, изысканный дизайн, эксклюзивность, наследие и история, тактильные ощущения. Она создает свой собственный увлекательный мир, с одной стороны, погружая покупателя в события знаменитого романа Дюма, а с другой – за счет современных, более динамичных форм, и высокотехнологичного дизайна, полностью отвечает настроению сегодняшнего дня.

Такие изделия несомненно выберут те, кто ценит в украшениях интеллектуальное наполнение, способен оценить многослойность заложенных символов и считает себя приверженцем вечной сдержанной роскоши.

Сейчас время, когда зажигаются звезды новых мировых ювелирных брендов, и у российских компаний, таких, как ювелирный завод GRANT, есть все возможности стать одной из них.

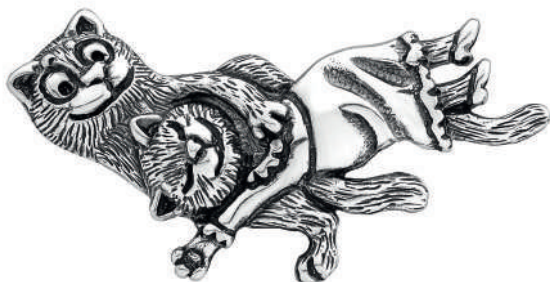
Петербург – столица кошек

Как только ни называют Санкт-Петербург — Северной Венецией и городом белых ночей, культурной столицей и городом трех революций. Есть еще одно неофициальное название: Петербург — это столица кошек.



Подвес «Лунатик», артикул 1789; серебро 925°

По официальной статистике в Петербурге проживает около 1 миллиона усатых-полосатых, то есть четверолапый питомец есть примерно у каждого пятого петербуржца. Стоит ли удивляться, что в городе на Неве котам посвящены многочисленные памятники и даже широко отмечаются два праздника: 8 июля — Всемирный день петербургских кошек и котов, а 31 марта — День Эрмитажного кота.



Брошь «Котомашка», артикул 1881; серебро 925°

А уж сколько выпускается сувенирной продукции с изображениями котов и кошек! Пожалуй, ни один турист не уезжает из города на Неве без магнитика с митьковской Тишиной Матроскиной, да и петербурженки нередко украшают свой наряд знаменитыми шарфиками с котами.

Петербургские ювелиры тоже не остались в стороне от этого благого поветрия и охотно разрабатывают неисчерпаемую кошачью тему. Украшения с котами — это и многовековая история, и ювелирный хит на все времена.

СИМВОЛ КРАСОТЫ И ГРАЦИИ

Еще со времен Древнего Египта ювелирная анималистика отдавала дань красоте и грации семейства кошачьих: золотая подвеска с изображением кошки считалась оберегом домашнего очага и семейного благополучия, поскольку олицетворяла богиню плодородия и женской красоты Бастет.

Вслед за египтянами любовь к пушистым домочадцам переняли и древние римляне. У них кошка стала символом независимости — благодаря этому качеству



Брошь «Лудвин», артикул 1800; серебро 925°



Карл Лагерфельд рядом с картиной своей кошки Шупетт, 2015; фото Getty Images

кошка появилась на флагах предводителя восстания рабов Спартака. Но чаще всего грациозное животное ассоциировалось с женственностью и чувственностью — доказательством тому служат многочисленные фибулы, подвески, кольца с ее изображением кошачьих, которыми украшали себя красавицы тех дальних времен.

В Средневековье репутацию кошек подпортили подозрения в лени, похоти и причастности к черной магии. Но уже в эпоху Возрождения животным вновь вернули статус домашних любимцев и хранителей уюта. Леонардо да Винчи посвятил им целый альбом «Исле-



Кулон «Марашютист»,
артикул 1818; серебро 925°



Серьги «Лунатик»,
артикул 1789; серебро 925°



Кольцо «Озеро надежды»,
артикул 1885; серебро 925°



Брошь-кулон «Процужка
в облаках», артикул 1562;
серебро 925°

дования кошек», в котором писал, что «любая домашняя кошка — это шедевр, созданный природой». Кошки навсегда вернулись на ювелирную арену, теперь они говорили об изяществе и грации, непредсказуемости и магической привлекательности обладательниц таких ювелирных украшений.

ОПАСНАЯ И САМОДОСТАТОЧНАЯ

Вместе со стилем ар-нуво в мирный ювелирный bestiарий ворвалась пантера. На рубеже XIX–XX веков возникла мода на «женщину-кошку» — экстравагантную, необузданную, демоническую и независимую. Европейские аристократки эпатажили публику, выгуливая домашних леопардов и гепардов. Анималистичные принты стали очень популярны на одежде и предметах домашнего обихода.

Дом Cartier первым подхватил идею, витающую в воздухе — россыпь бриллиантов и оникса, имитирующая шкуру хищной кошки, появилась на часах фирмы



Серьги «Озеро надежды»,
артикул 1885; серебро 925°

в 1914 году, а в 1948 году появилась знаменитая брошь «Пантера», давшая начало целой коллекции знаковых ювелирных украшений, которая, к слову, пополняется все новыми изделиями по сей день.

КОШКИ ВЫСОКОГО ПОЛЕТА

А как же милые и нежные домашние котики? Ювелирам не чуждо ничто человеческое, и страсть к домашним питомцам не обходит их стороной.



Брошь-кулон «Большая рыбалка», артикул 1883; серебро 925°

Роскошный черный кот по кличке Владимир — любимец Жерара Бушерона — вдохновил мастера на оригинальную рекламную компанию, а сам был увековечен в бриллиантовом кольце — легендарном украшении знаменитого ювелирного дома.

О кошке Шупетт, которой посчастливилось украсть сердце самого Карла Лагерфельда, нужно рассказать особо. Она зарабатывала на рекламных контрактах до 3 млн евро в год, ей довелось сниматься с лучшими топ-моделями мира. Ее кошачьему величеству прославленный кутюрье посвятил несколько популярных коллекций аксессуаров, в так же создал в ее честь коллекцию 2014 года, выдержанную в сапфировых оттенках цвета глаз пушистой любимицы. Этот пронзительный синий теперь называют Choupette Blue. После смерти Лагерфельда Шупетт унаследовала часть состояния великого кутюрье.

Аниме-малышка белая кошечка Hello Kitty уже более 40 лет украшает аксессуары для девочек по всему миру. Для многих тысяч юных модниц этот милый персонаж,



Подвес, серьги, кольцо «Маски сброшены», артикул 1870; серебро 925°

исполненный в драгоценном металле, стал первым в жизни ювелирным украшением.

МЯУ ПО-ПИТЕРСКИ

Во все времена кошки вдохновляют ювелиров на творческие эксперименты: их пластика, повадки, шалости и проказы становятся поводом для улыбки и источником для вдохновения.

У петербургской ювелирной анималистики особый шарм — невыеские коты интеллигентны и мечтательны, мудры и романтичны, демократичны и аристократичны одновременно. Даже шкодливые персонажи притягательно обаятельны, так что в них невозможно не влюбиться.

Украшения из кошечьей серии — отличный способ выразить себя: создать образ легкий и ироничный, с тонким подтекстом. Хорошо, когда таких украшений много, чтобы надевать их под событие или под сиюминутное состояние, да хоть под перемену неуживчивой питерской погоды. Когда рядом котик-талисман, любой день пройдет как задумано.



<https://jaspis-spb.org>
<https://goldnet.market/brands/148>
 e-mail: jaspis91@mail.ru





goldnet.market

**Сканируйте QR
и начинайте продавать!**



**Выставка «JUNWEX-Москва»,
ВДНХ, пав. 57, стенд А-211 (2 этаж)**

ВХОДНОЙ БИЛЕТ В ЭЛЕГАНТНОСТЬ

Все те, кто хоть однажды пробовал надеть на себя настоящую кольчугу, знают это восхитительное чувство силы, которая буквально вливается в тело. На самом деле, мужская жизнь переполнена аксессуарами, каждый из которых добавляет в нее новое качество. Так было всегда, даже с незначительными вроде бы предметами, как, например, для моряков — серьга в левом ухе за проиденную «Пасть Дьявола» — мыс Горн, дающую, помимо уважения коллег, еще и бесплатную порцию виски в любом английском пабе.



Запонки «Черная мамба»
серебро, горячая эмаль, фианит

Не секрет, что ювелирные украшения сегодня — большой вызов для сильной половины человечества. До XX века всё было проще: перстни, закладки, запонки являлись неотъемлемой частью образа состоятельного мужчины и этому не мешал ни военный мундир, ни чиновничий сюртук. Вы же помните у Марины Цветаевой: О, как, мне кажется, могли вы Рукою, полною перстней,
И кудри дев ласкать — и гривы Своих коней.

Романтический век мужских драгоценностей закончился в окопах первой мировой войны, потом были революции, депрессии, снова череда войн — и вот уже несколько поколений джентльменов лишились привычки носить драгоценности и понимания их смысла. Хотя и не до конца. Великий Муслим Магомаев, будучи приглашенным на день рождения шаха Ирана, отказался от богатого гонорара за выступление, предпочтя статус гостя и был пожалован перстнем с руки хозяина.

Возвращаться к ценностям прошлых веков — непросто. Тем, у которых наличествует вкус и чувство гармонии, — легче, им не грозит молчаливое или того хуже, насмешливое осуждение общества за неуместное ношение драгоценностей. Поэтому начинать лучше всего — с малого, например, с запонок. Во-первых, это прагматичный ингредиент вашей одежды: ну в самом деле, чем-то надо застегивать манжеты рубашки. Во-вторых, великое множество

Статья проиллюстрирована
изделиями из коллекций
Студии ФИЛЛАРТ



Античные сюжеты в аксессуарах — это
и классика и модный тренд



самих запонок — от простых металлических квадратиков безо всяких украшений, до уникальных произведений ювелирного искусства со вставками из крупных драгоценных камней.

Элегантность и респектабельность — две сторожевые башни, которые вы не минуете без некоторых обязательных аксессуаров, среди которых запонки — одна из важных составляющих. Конечно, все мы можем выглядеть неплохо и в хороших джинсах и куртке с кожаной бахромой на рукавах, но запонки — это там, где: «Полковник, представьте меня» или «Сударыня, осмелюсь вам предложить...» и далее по тексту.

Запонки — это не про пуговицы и рубашки, это новая ступень самооценки и новые стандарты личного поведения, которые появляются сразу,

Запонки из коллекции НЕВОЗМОЖНОЕ, созданной по мотивам пространственных фантазий Маурица Эшера



без длительных тренировок и работы с дорогим тренером. Только попробуйте — и дальше возникнет магия — запонки потребуют манжеты, те — соответствующей рубашки, которая, в свою очередь настоятельно попросит сменить пиджак на костюм, а то и смокинг, появится осанка и вы оглянуться не успеете, как обретете совершенно новый взгляд на этот несовершенный мир.

А вы говорите — запонки))).

Запонки — вовсе необязательно мужской аксессуар

Олег Подгурский



Кирилл МАСЛОВ. ОБОЖАЮ ДВИГАТЬ КВАДРАТИКИ...

Нельзя сказать, что до нынешних времен ювелиры не помогали друг другу, но Кирилл МАСЛОВ (руководитель компании ФИТ) предложил придать этому сотрудничеству системный характер.

Первое и, как потом выяснилось, главное впечатление от производства ФИТ — доброжелательность. Еще в первом нашем интервью Кирилл старательно открещивался от «роли личности» в успехе бизнеса, сваливая все идеи и творческие находки на коллективный разум. Вот и теперь, на бегу знакомя меня то с одним, то с другим соратником по сложной производственной борьбе, он умудрялся, потратив всего пару слов, емко и исчерпывающе дать характеристику каждому, благо что представления проходили в открытой атмосфере, с неизменными улыбками и легким подшучиванием.

Сейчас уже без привлечения метафизики все знают, что продукция предприятий, где царит комфортная атмосфера доверия и взаимопомощи, пользуется на рынке большим спросом, чем такой же внешне товар, изготовленный в грязном цеху и напряженной системе личностных отношений.

ОП. Масштабы вашего производства, прямо скажем, впечатляют...

КМ. Мы не самые крупные, но в топ петербургских ювелирных производств входим.

ОП. Насколько я знаю, у вас творческих замыслов вполне достаточно для того, чтобы загрузить себя. Тем не менее вы объявляете, что готовы на взаимовыгодных основах делиться производственной структурой и помогать всем остальным участникам рынка, другими словами, вашим прямым конкурентам. В чем подвох?

КМ. Никакого подвоха нет. ФИТ — предприятие полного цикла, поэтому при запуске собственной модели неизбежно появляется резерв мощности на разных участках, когда временно простаивает та или иная технологическая линейка. Если в этот период принять партнерское задание с понятными сроками и экономикой, — можно обеспечить более гладкий график загрузки персонала и оборудования, всё просто.

Что же касается конкуренции, то она возникает на этапе продаж, когда идет борьба за интерес и кошелек покупателя, а на этапе производства мы коллеги, партнеры, а иногда и друзья.

ОП. То есть, творчество, искусство, романтика, в конце концов, — вторичны?

КМ. Как раз романтика первична. Потому что компания стоит на идеях,



TELEGRAM



Ювелирная компания ФИТ





«ТАМ ВСЕ ЧЕСТНО» — ЭТО ПРО БОЛЬШУЮ ПОДБОРКУ СЮЖЕТОВ О КОМПАНИИ ФИТ НА YOUTUBE

а они потом уже идут в производство, в серию, в массовку, это рутинный процесс.

Директор — он же хозяйственный, его заботит, чтобы была оплачена аренда, люди были при работе и при деньгах, не забудем и материальное обеспечение. А вот если остается время, можно обратиться к замыслам, идеям... которых и вправду достаточно.

Мысль о технологическом сотрудничестве сформировалась в ходе многочисленных бесед на выставках. Рисунок бизнеса у каждого свой, у каждого свои взгляды на производственный процесс, свои достижения, свои боли. Как, собственно, и у ФИТа. А вот дальше — искусство компромисса, нахождения точек, где можно друг другу помочь. Петербургская ювелирка по масштабам разная, небольшим фирмам наладить у себя четко действующее производство — задача очень непростая. Одно дело — разбираться с собственным полным циклом и динамикой склада, другое — написать заказ и в разумное время гарантированно получить результат. Тут важно определить, что партнер делегирует тебе, а какие операции оставляет себе и соображения по этому поводу у него могут быть сугубо свои. Никакого «бинома Ньютона», просто нормально выстроенная производственная структура, позволяющая гибко решать любые вводные. Обожаю двигать квадратики (смеется).

Все мы зависим от, прямо скажем, нервной рыночной ситуации, которая организована не нами. Она то требует замедления производства, про-

стоя специалистов, то скачкообразно увеличивает объем заказов. И то и другое крайне болезненно для любых производств. Объединение существенно сглаживает и удешевляет режим работы.

ОП. Получая разноплановые заявки от разных партнеров, вы должны быть абсолютно уверены в мобильности своего планового отдела...

КМ. Это требует жесткого даже не планирования, а структурирования, особенно в ситуациях, когда берете от разных партнеров разные задания или регулярно получаете запросы на одни и те же операции. Это можно обсуждать, но главное неизменно — я знаю, что могу, что не могу, и никогда не буду обещать то, что я не могу сделать. Но если будет уверенно не хватать мощности — будем решать. Технологические возможности позволяют, да и запас для маневра есть. Такая нормальная встраиваемая вечная работа))).

Условия для существования ювелирного бизнеса ухудшаются, это очевидно. Любой шаг к развитию собственного производства требует многих усилий, многих средств. У моих сотрудников сделки, их загрузку я могу регулировать, как реостатом. Деньги нужны всем. Они могут отработать и 8 часов, а могут и 10. Когда понимают, за что бьются. Дальше только вопрос расчетов и организации.

ОП. Сотрудничество по такой схеме — это проект, идея или действующая модель?

КМ. Всё проверено практикой, уже четыре петербургских предприятия успешно стали нашими партнерами.

ОП. Какие-то требования или пожелания к таким предприятиям предполагаются?

КМ. Да. Лучше всего получается сотрудничать с системными предприятиями, с ними проще согласовать встраивание их потребностей в наши возможности.

ОП. Такое взаимодействие может перерасти в некое объединение, сообщество, клуб?

КМ. Всё может быть...

беседовал Олег Подгурский

[/https://jewelry-fitshop.ru/catalog](https://jewelry-fitshop.ru/catalog)





Волго-Вятский монетный двор — первый частный монетный двор России

Волго-Вятский монетный двор был основан в Кирове в 2008 году, но его история началась гораздо раньше, в 1967 году, когда Сергей Иванович Квашнин изготовил свою первую памятную медаль. Результат ему не понравился, поэтому первая медаль была уничтожена. Потом была многолетняя работа на заводе им. Лепсе, где были освоены все тонкости инструментального производства.



Волго-Вятский
Монетный Двор



Шли годы, Сергей Иванович сначала один, потом вместе со своим сыном Александром, последовательно развивали свою компанию, изготавливали инструмент для ювелиров, штампы, медали, награды. Качество изготавливаемых изделий и высочайший художественный уровень принесли Волго-Вятскому монетному двору известность. Компания стремительно развивалась. Если в 2013 году она состояла всего из 7 человек и располагалась на 100 кв. метрах, то в 2024 году число работников перевалило за сотню, а занимаемые площади выросли до нескольких тысяч метров. Каждый месяц компания изготавливает по 20–30 тысяч изделий, а годовой оборот приблизился к полумиллиарду рублей. Среди клиентов можно упомянуть Росатом, РАН, Мегафон, РЕСО, органы власти многих регионов.

Талант Сергея Ивановича был высоко отмечен в профессиональном сообществе, он получил звание Заслуженного художника России, стал действительным членом Российской академии художеств.

Уровень мастерства Волго-Вятского монетного двора становится понятным уже в самом начале работы. Еще на этапе разработки эскиза значка, медали или ордена художника, многих из которых воспитал сам Сергей Иванович, предлагают несколько вариантов дизайна, рассказав об имеющихся вариантах де-

корирования, упаковки и т.д. На предприятии освоены десятки технологических процессов, которые позволяют сделать каждое изделие уникальным: погружное и выборочное золочение, инкрустация драгоценными и обычными вставками, цветные эмали, полноцветная печать, выразительные текстуры, гильоше, высокий рельеф... Компания одинаково успешно производит и медали массой 0,5 грамм и диаметром всего в несколько миллиметров, и огромные конструктивно сложные медали массой более одного килограмма и диаметром свыше 100 миллиметров из цветных и драгоценных металлов.

Следует отметить, что Волго-Вятский монетный двор все свои изделия производит на собственных мощностях, которые расположены в России, в Кирове. А вот география продаж распространилась далеко за пределы нашей страны: Германия, Монголия, ОАЭ, Франция... Так, например, штампы, которые используются для изготовления мерных слитков Национального банка Беларуси, тоже изготавливаются в Кирове.

Волго-Вятский монетный двор не стоит на месте, постоянно осваивая новые товарные ниши и каналы сбыта. Так 2 года назад компания вышла на рынок ювелирных украшений с разнообразными подвесками.

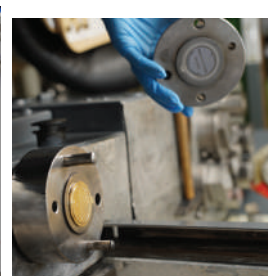
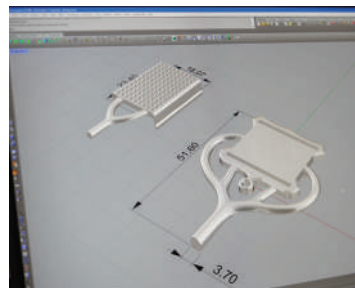
Еще одно уникальное направление — чеканка монет, официально являющихся законными платежными средствами. Эти монеты являются красивым и одновременно инвестиционным подарком.

Нынешний глава компании Александр Квашнин убежден, что российский рынок памятных подарков еще не сформирован. Люди не знают, что медали, знаки, ордена и монеты, выпущенные по особым случаям, являются прекрасным способом выразить свои эмоции в металле, запечатлеть их на века.



Компания представляет свои решения на выставках, связанных с сувенирной тематикой, офисы работают в Москве и Кирове. Но если у клиентов из других городов появляется желание сделать заказ, то представители Волго-Вятского монетного двора готовы выехать на место и лично предложить варианты сотрудничества.

Справочная служба
+7 800 444-5851
e-mail: info@vvmmd.ru





Ekaterina Kostrigina

Новые фамильные драгоценности

История российской ювелирной фирмы Ekaterina Kostrigina началась в 2007 году. За прошедшие годы из небольшой мастерской в Санкт-Петербурге она превратилась в значительное частное производство украшений, которые не раз удостоивались наград на профессиональных выставках.



Екатерина Костригина, основательница и идейная вдохновительница марки, родом из города на Неве. По образованию она историк, долгое время бок о бок работала с реставраторами и стала не просто знатоком истории ювелирного искусства и антиквариата, но и впитала изящный петербургский стиль. В нем сочетаются тонкая ювелирная работа и камнерезные детали, характерные для мастеров этого города. Переосмыслив художественные идеи Фаберже, Екатерина придумывает коллекции, в которых традиции и символические темы прошлого органично представлены в современном клю-

че. Сегодня, спустя семнадцать лет творческого пути, можно с уверенностью говорить о том, что у ювелирной фирмы есть свой узнаваемый и зрелый стиль.

Излюбленные сюжеты украшений, создаваемых под именем Ekaterina Kostriгина, схожи с теми, что были в фаворе в эпоху модерна: реалистичные растения и насекомые соседствуют здесь с мифологическими образами птиц и животных. В каждом из этих сюжетов с одной стороны воплощено все богатство форм и красок природы, с другой — присутствует неуловимый сказочный флёр.



Ювелирная фирма Ekaterina Kostrigina зародилась внутри реставрационных мастерских одного из первых частных антикварных салонов Санкт-Петербурга. Открытый семейством Костригиных салон «Старые годы» трудится на поприще сохранения отечественных сокровищ материальной культуры около трех десятков лет. Именно там, где можно было непосредственно прикоснуться к великолепным предметам искусства прошлого, родилась идея создавать драгоценности, которые своей художественной ценностью и тонкостью исполнения не уступали бы старинным артефактам. Сама Екатерина Костригина — сотрудник исторического факультета Санкт-Петербургского государственного университета. Ее знание истории ювелирного искусства, работа с реставраторами старинных изделий и желание воплотить в реальность собственные идеи привели к созданию оригинальных и разнообразных коллекций. «Изучая старинные украшения, не просто испытываешь чувство соприкосновения с прошлым, но и начинаешь понимать преемственность традиций,» — говорит Екатерина. Костригина не просто продолжила семейный бизнес, она подняла его на новый уровень. И создала собственную фирму, в которой прекрасные мастера — владеющие секретами сложных и редких техник ювелиры, реставраторы, художники, камнерезы, эмальеры — вручную создают настоящие произведения ювелирного искусства.





В тонко исполненных камнерезных работах оживают цветы, золотые стебли и листья которых украшены россыпью драгоценных камней. Изысканная по цветовому решению и технике исполнения, эмаль на крыльях насекомых создает ощущение легкости и полета. Золотое кружево подвесок и коле с переливающимися акцентами бриллиантов, изумрудов и сапфиров завораживает невесомостью. Игра красок опалов напоминает о таинственности и глубине водной глади, тонких переливах лепестков цветов или ярких всполохов павлиньего пера.

Особое место в коллекциях Екатерины Костригиной занимают броши: маки, ирисы, ландыши, колокольчики. К традиционным мотивам флоры и фауны в нынешнем году добавились дикie животные африканского континента. Скульптурные, брутальные изображения слона, буйвола, льва, носорога и жирафа по задумке Костригиной призваны привлечь внимание к теме бездумного уничтожения редких видов животных человеком. Злободневный сюжет в итоге вылился в притягательное сочетание камнерезного и ювелирного искусства, которое и является фирменным стилем бренда. Екатерина уверена, что каждое украшение должно отражать личность будущей владелицы, ее вкус и стиль. А это значит, что каждое украшение должно быть неповторимо.

Екатерина Костригина

Санкт-Петербург

Санкт-Петербург: ул. Большая Монетная, 23;
тел.: 8 (812) 232-73-12;
+7 921 354-89-88

ул. Стремянная, 2;
тел. (812) 713-13-36

Москва: тел. +7 (929) 981-17-73

e-mail: ekaterina@kostrigina.ru

ekaterinakostrigina.ru

CONTESSA

diamonds

революция в мире бриллиантов

Contessa diamonds — новое бриллиантовое направление ювелирного бренда Contessa jewelry. Компания имеет собственное производство и с 2016 года выпускает премиальные ювелирные украшения с натуральным жемчугом класса AAA. Дизайнеры и ювелиры Contessa jewelry создают украшения безупречного качества на каждый день. Жемчужные коллекции бренда неоднократно занимали первые места на конкурсах Junwex.



РЕВОЛЮЦИЯ В МИРЕ БРИЛЛИАНТОВ

В течение нескольких последних лет во всем мире отмечен огромный интерес покупателей к экологически чистым альтернативам традиционных драгоценных камней — к созданным в лабораториях бриллиантам. Доля мирового рынка выращенных бриллиантов неуклонно росла: в 2019 г. было выращено 2 млн карат, в 2022 — 10 млн., а в 2023 — более 30 млн.

Отвечая на запрос времени, в 2024 году был основан бренд Contessa diamonds, в котором соединились классика и инновация. Изучив мировой спрос на ювелирные украшения класса Lux, дизайнеры торговой марки Contessa diamonds создали премиальный базовый «ювелирный гардероб» с экологичными выращенными бриллиантами.

CONTESSA DIAMONDS: БРИЛЛИАНТЫ БУДУЩЕГО

Идеальное алмазное сырье для бриллиантов Contessa diamonds создается из чистого углерода в условиях, полностью повторяющих естественные процессы формирования природных алмазов. Бриллианты, созданные по методу CVD и HPHT, абсолютно идентичны натуральным. Они обладают тем же химическим составом, твердостью, блеском и сиянием, подобно тому, как выращенная в теплице орхидея идентична той, что встречается в природе. При этом выращенные бриллианты качества 2/2A имеют более доступную цену по сравнению с природными, что делает роскошь более доступной для широкой аудитории. Еще одно бесспорное преимущество: делая выбор в пользу Contessa diamonds — вы поддерживаете прогрессивную идею экологичного отношения к миру.

Качество

Все бриллианты Contessa Diamonds проходят международную сертификацию, на рундист каждого камня от 0,3 карат наносится уникальный номер, под которым хранится информация о конкретном бриллианте во всемирной базе сертификатов.

Персонализация как Тренд

Поддерживая мировую тенденцию к эксклюзивности, бренд Contessa diamonds предлагает своим клиентам возможность полной персонализации. Каждый бриллиант от 0,5 карат может быть персонализирован путем нанесения уникальной лазерной гравировки на рундист.

Бриллианты будущего ломают привычный дресс-код и формируют новую концепцию потребления. CONTESSA diamonds — это роскошь на каждый день.



БЕЗУПРЕЧНЫЕ БРИЛЛИАНТЫ — ЭТО

CONTESSA
diamonds

Мы предоставляем партнерам:

- Маркетинговая поддержка
- Макеты для социальных сетей
- Видеоролики для рекламы
- Обучение для ваших продавцов
- Мотивационные программы для продавцов и партнеров
- Сертификаты (IGI / МГУ / GLS)
- Именные бриллианты
- Пожизненная гарантия на товар
- Премиальная упаковка

тел.: 88003024256



ПАЛЕХ СКВОЗЬ ВЕКА

В

ы когда-нибудь задумывались, насколько сложно или просто нарисовать ковер-самолет? Вроде ничего особенного, но ведь нужно, чтобы зритель поверил в его органичную летучесть и способность нести на себе вполне реальных персонажей.

Таковая миниатюра Палеха начинается в XVII веке с икон и шкатулок и вполне могла быть уготована судьбою исчезающего народного промысла, если бы не талант небольшой группы дощечников, которые смогли встроить кивую текучесть линий буквально все бытия, на которые была так богата славянская история.

Вручную размешанной темпере и тончайшим самодельным кисточкам из птичьих хвостов оказались подвластны не только сюжеты русского быта, праздников, гуляний, охоты и прочие рисовки из народной жизни. Сохраняя уникальную стилистику рисунка и изменчивую былинность стиля, палехские художники одинаково органично писали и красных кавалеристов гражданской войны и первые попытки взлететь в небо, запросто меняли коней на красные трактора и отправляли своих героев покорять космос.



Palekh Watch



Гибкость и глубина картин — невероятна, даже лошаденка, тянущая за собой плуг, выписывается так, словно она вращает всю нашу планету (впрочем, может быть, так оно и есть). На стилистику ручной росписи не повлияла ни железная поступь века двадцатого, ни дополненные реальности нынешнего времени. Палеху больше не надо ничего доказывать или сверять своё творчество с директивами властных структур. Удержав и сохранив творческий почерк, художники обрели главную гарантию своего существования — многотысячную (если не многомиллионную) армию поклонников своего искусства. Поэтому, когда к знаменитому имени добавилось расширение Watch, это стало органичным продолжением и развитием четырехсотлетнего опыта лаковой миниатюры.

Главный принцип бренда неизменен — «одни часы для одного клиента», ручная работа и произведения в единственном экземпляре, темпера, мягкие кисточки и точные движения «между ударами сердца» — всё это можно уловить, следя за стрелками, которые отсчитывают уже пятое столетие великого искусства.

Коллекция сказок, воплощенная в серии часов, не требует подписей или пояснений, все сюжеты хорошо известны. Персонажи пришли из глубины веков российской культуры и если взглянуть в пару, путешествующую на ковре-самолете, или смешли счастливых влюбленных, можно увидеть, как на циферблате выступают иконописные лики.

Олег Подгурский



Методика повышения конверсии в ювелирном магазине: актуальные аспекты

Современный ювелирный рынок характеризуется значительной конкуренцией розничных торговых сетей и экспансией крупных федеральных ритейлеров.

В таких условиях на первый план для каждого игрока выходит повышение конверсии в магазинах, позволяющее увеличить прибыль и эффективность бизнеса. Эта статья посвящена комплексу мер, разработанному и уже много лет используемому нашей компанией, который позволяет обеспечить максимальный покупательский трафик и увеличение продаж.

1. ПРИВЛЕЧЕНИЕ ПОКУПАТЕЛЕЙ

Анализируя потребительское поведение, мы сформулировали ряд рекомендаций, каким образом привлечь внимание покупателей и удержать его, как заслужить доверие клиентов и стать к ним ближе.

1.1. Позиционирование и брендинг.

Определите свою целевую аудиторию: для кого вы открываете торговую точку в этой локации? Важно учитывать такие критерии как возраст, пол, уровень дохода,



стиль жизни и т. д. Живут, работают, учатся потенциальные покупатели в этом районе или это туристическое место? Исходя из результатов мониторинга, вы будете формировать ассортимент, составлять товарную матрицу магазина, рассчитывать ожидаемый средний чек. Это поможет и при разработке структуры сайта компании.

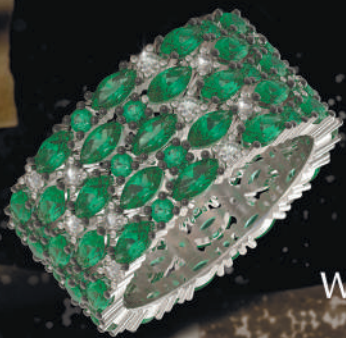
Продумайте уникальное позиционирование: выделите то, что сделает ваш магазин особенным и привлекательным. Какое преимущество вы предлагаете своим клиентам? Какие дополнительные услуги? Какой ассортимент и по каким ценам? Возможен ли предзаказ на ювелирные изделия на сайте и как это повлияет на их конечные цены?

Когда мы создавали наш бренд, то прежде всего думали о том, как повысить к нему доверие потенциальных покупателей. Нам это удалось в полной мере, во многом благодаря разработке запоминающегося логотипа, фирменного стиля, слогана, истории бренда. Узнаваемость и высокое качество обслуживания – залог того, что покупатель к вам вернется за следующей покупкой (разумеется, нельзя забывать и о различных программах лояльности).





АРИНА



www.arinajewel.com



Используйте визуальный контент — профессиональные фотографии украшений, видеоролики с демонстрацией изделий. Оригинальность и высокое качество визуального контента может значительно повысить интерес покупателя именно к вашему магазину и товару.

1.2. Маркетинг и реклама.

Эта тема настолько обширна и важна для продвижения бизнеса, что требует отдельной статьи. В рамках данной публикации мы остановимся лишь на первоочередных практических мерах, гарантированно привлекающих в магазин покупателей.

Разработайте маркетинговую стратегию: определите все возможные каналы продвижения (онлайн и офлайн). Используйте контекстную рекламу: в частности, настройте таргетированную рекламу в поисковиках. Организуйте акции: предлагайте скидки на определенные категории товаров, проводите конкурсы и розыгрыши. Сформируйте программу лояльности, включающую накопительные скидки, бонусы, подарки за покупки. Используйте социальные сети: публикуйте информацию о новых коллекциях, акциях и событиях в магазине.

1.3 Расположение и внешний вид магазина.

Безусловно, местоположение играет огромную роль, но остается ли этот фактор решающим для рознич-

ной ювелирной торговли? Предполагает ли удачная локация меньше затрат на трафик? Практика последних лет показывает, что эта непреложная истина начинает давать сбои. Для современной покупательской целевой аудитории в первую очередь имеют значение социальные сети и высказывания в них лидеров мнений. Поэтому важно комбинировать преимущества. Выбирайте место с высоким пешеходным трафиком и оптимизируйте маркетинговую стратегию развития магазина. При выборе места учитывайте доступность для людей с ограниченными возможностями, наличие парковки, этажность в ТЦ и т. д.

Изучите успешные примеры внешнего оформления в мировой практике и создайте привлекательную витрину — яркую, акцентную, демонстрирующую преимущества вашего товара.

2. СОЗДАНИЕ АТМОСФЕРЫ

2.1. Интерьер магазина.

Создайте атмосферу роскоши и элегантности: используйте дорогие материалы отделки, качественную мебель и систему освещения. Продумайте зонирование: выделите отдельные зоны для разных категорий товаров. Если магазин специализируется на премиальных коллекциях, то включите в интерьер зоны для примерки украшений и отдыха, где продавец-консультант сможет пообщаться с покупателем в комфортной обстановке. Обеспечьте максимальные

О ЮВЕЛИЯ



РЕКЛАМА

www.juvelia.ru
8 (921) 941-41-33

удобства: кресла, зеркала, достаточное освещение, увеличительное стекло, напитки, кондиционирование воздуха и др.

Создайте гармоничную экспозицию: демонстрируйте украшения в выгодном ракурсе и соответствующем освещении, используйте витрины оригинальной конфигурации, разнообразные подставки и другое торговое оборудование.

Воспользуйтесь возможностями аромамаркетинга. Однако применять ароматические свечи или диффузор нужно весьма осторожно. Если не рассчитать силу воздействия аромата, то эффект может быть прямо противоположный желаемому.

2.2. Обслуживание клиентов.

Обучите персонал: сотрудники должны быть компетентны, знать товар, иметь навыки общения с покупателями, уметь подбирать украшения. К консультантам, работающим с vip-клиентами, предъявляются особые требования. Обеспечьте индивидуальный подход: узнайте потребности и предпочтения клиентов, предложите им индивидуальные решения. Проводите консультации, помогающие клиентам разобраться в ассортименте, свойствах использованных в изделиях материалов, вариантах сочетания украшений. А если клиент считает, что разбирается в теме, то пусть он поделится своими знаниями — этот прием хорошо работает в диалогах с покупателями. Обратите внимание на дружелюбное общение: улыбайтесь, будьте вежливы, покажите клиентам, что вы заинтересованы в их присутствии. Проводите время в своих магазинах, участвуйте в продажах, показывайте, как необходимо работать с покупателем личным примером.

3. ПОВЫШЕНИЕ КОНВЕРСИИ В ТОРГОВОМ ЗАЛЕ

3.1. Визуальный мерчендайзинг.

Зонируйте витрины: в зонах лучшей видимости должны быть представлены наиболее интересные, популярные и дорогие украшения. Используйте манекены, точнее их части, в витрине: демонстрируйте на них украшения, создавая стильные образы. Организуйте тематические выставки-продажи: представьте коллекции, связанные единым замыслом. Используйте ценники, где четко и понятно указана стоимость товаров, а также стикеры с информацией о свойствах материалов, скидках, акциях и др.

3.2. Психологические приемы.

Просторные, не загруженные изделиями витрины создают ощущение роскоши и эксклюзивности. Используйте «эффект якоря»: предложите клиенту сначала более дорогой вариант, чтобы сделать более доступный вариант привлекательнее. Продумайте схемы «комбопредложений»: сочетайте украшения с другими товарами, например, с часами или иными аксессуарами. Применяйте

«эффект дефицита»: создайте иллюзию, что товар скоро закончится.

3.3. Дополнительные сервисы.

Любые вспомогательные услуги (бесплатная гравировка, ремонт и чистка изделий, подбор подарков и т. д.) повышают лояльность клиентов.

4. ОНЛАЙН-МАРКЕТИНГ

4.1. Создание интернет-магазина.

Изучите сайты мировых лидеров ювелирной индустрии. Свой интернет-магазин необходимо оформить в соответствии с фирменным стилем, наполнить информацией о товарах, отзывами клиентов. Используйте интернет-платежи: предоставьте клиентам возможность оплачивать покупки онлайн и с помощью системы быстрых платежей. Настройте и обеспечьте быструю и надежную доставку заказов (Почта России, СДЭК). Используйте онлайн-консультантов (ответный чат, телефон, электронная почта).

4.2. Продвижение в Интернете.

Используйте поисковую оптимизацию (SEO). Запускайте контекстную рекламу (таргетированная реклама в Яндекс и Google). Активно ведите аккаунты в соцсетях: публикуйте качественный контент, положительные отзывы лидеров мнений. Запустите email-рассылку: информируйте клиентов о новых коллекциях, скидках и акциях в магазине.

5. АНАЛИТИКА И ОПТИМИЗАЦИЯ

5.1. Сбор данных.

Проводите регулярный мониторинг продаж: анализируйте информацию, чтобы понять, какие товары и категории товаров пользуются наибольшим спросом. Наша практика показывает, что наиболее показательным критерием в данном случае является коэффициент оборачиваемости денежных средств. Проводите опросы клиентов: получайте обратную связь, чтобы совершенствовать сервис.

5.2. Оптимизация.

Анализируйте данные, полученные в результате мониторинга продаж, чтобы внести изменения, которые повысят конверсию. Тестируйте различные варианты, чтобы понять, какие изменения оказывают наибольшее влияние на конверсию. Будьте гибкими и адаптируйте стратегию развития бизнеса к трансформирующимся условиям рынка.

Подводя итоги, следует отметить, что повышение конверсии в ювелирном магазине — это комплексная задача, требующая тщательного планирования и последовательной реализации решений. Рекомендации, основанные на практическом опыте и приведенные в статье, помогут привлечь в магазин максимальное количество потенциальных клиентов, увеличить продажи и сделать свой бизнес более успешным.



ПОМОГАЕМ
ИСПОЛНЯТЬ
ВСЕ ЗАКОНЫ
ЮВЕЛИРНОГО
РЫНКА



МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫЙ
ЭКСПЕРТНЫЙ ЦЕНТР
ФИНАНСОВОГО МОНИТОРИНГА

НАЦИОНАЛЬНОЕ ДОСТОЯНИЕ

Курс с выдачей диплома "Специалист
по финансовому мониторингу"
Лицензия No Л035-01213-63/00673252

Окажем вашему бизнесу помощь при
исполнении "антиотмывочного" закона:



**Обязательное обучение в целях ПОД/ФТ
(целевой инструктаж) с выдачей
свидетельства онлайн по всей России
в форме вебинара**



Разработка правил внутреннего контроля
В целях ПОД/ФТ/ФРОМУ и иных документов



**Аутсорсинг в сфере исполнения закона
№115-ФЗ, сопровождение при проверках,
полный контроль, чтобы не нарушать закон!**



Аутсорсинг по работе с ГИИС ДМДК
Отчётность в Пробирную палату



**Помощь в получении лицензии на
скупку и обработку лома ДМ**

**Важно для организаций
и индивидуальных предпринимателей
ювелирной отрасли:**

- 1 Разработка обязательных документов
по учёту оборота ДМ и ДК
- 2 Постановка на учёт в
Пробирную палату
- 3 Помощь в заполнении всех вкладок личного
кабинета на сайте Росфинмониторинга
- 4 Представление помощи в подаче
отчётности в Росфинмониторинг
- 5 Помощь в исполнении закона №152-ФЗ
"О персональных данных"
- 6 Постановка на учёт и регистрация
в ГИИС ДМДК

Рукотворная связь времен

До 25 марта 2025 года в Государственном историческом музее проходит выставка
«Россия – любовь моя! Искусство ювелиров России. XIX – XXI век»



*Брошь. Россия, Санкт-Петербург. 1890-е гг.
Фирма К. Фаберже, мастерская А. Хельмстрема. ЧМ*

На выставке представлены работы победителей конкурса Гохрана России «Россия. XXI век». Уникальной особенностью экспозиции является то, что украшения, камнерезные объекты, часы и холодное оружие, выполненные нашими современниками экспонируются вместе с редчайшими предметами ювелирного искусства разных эпох и минералогическими природными образованиями золота, серебра и платины, изумрудов и алмазов из коллекции Гохрана России.

Такое соседство в едином экспозиционном пространстве работ современных мастеров и мастеров прошлого позволяет прочувствовать связь времен в художественной жизни России. А также увидеть, как предмет ювелирного искусства становится полноценным историческим памятником.

В состав экспозиции вошли работы признанных мэтров российской ювелирной отрасли, изделия, переданные в дар в коллекцию Гохрана России победителями конкурсов прошлых лет, камнерезные работы из собрания Фонда поддержки культуры и искусства семьи Шмотьевых, работы мастеров оружейного, медальерного и камнерезного искусства, а также студенческие работы.

Председатель жюри конкурса, кандидат искусствоведения, главный эксперт Гохрана России Вероника Волдаева так прокомментировала это событие: «Работы ювелиров уходят из зоны обыденности и превращаются

в исторические памятники и эталонные образцы. Таких работ зритель в нашем зале может увидеть более 400».

География конкурса обширна: в нем приняли участие более 250 мастеров из 57 городов России. 36 победителей в десяти номинациях 29 октября чествовали в залах музея Отечественной войны 1812 года, где состоялось открытие выставки.

С приветственным словом перед победителями и участниками выставки выступил руководитель Гохрана России Андрей Владимирович Юрин: «Выставка, представленная сегодня, рассказывает о том, что делают современные российские мастера ювелирного дела. Здесь можно увидеть прекрасные работы не только отечественных мэтров мирового уровня, но также и студентов, которые только начинают свой путь». Отдельного внимания заслуживает дизайнерское решение выставочного пространства. Организаторы разделили экспозицию на тематические блоки, каждый из четырех залов был посвящен определенному виду искусства. Тон задавало пронизанное золотым свечением пространство с расположенными по кругу витринами, где экспонировались работы мастеров дореволюционной России.

В отдельных залах представлены предметы камнерезного, медальерного и оружейного искусства. Пространство, в котором собраны работы признанных отечественных



Ювелирный дом «Э.М.И.А». Комплекс «Мидоки», «Петухи» из коллекции «Ферма». Белокуриха, 2024. Серебро, медь, литье, горячая эмаль на литье. Петрова Т. Е. (эскиз), Некрасова О. Н. (ювелир). 1-е место в номинации «Арт-дизайн в работах серийного производства»



Шарифуллин Александр Геннадьевич. Серия сери «Основание». «Небесный путь» и «Лунная река». Кострома, 2022. Нейзильдер, серебро, золото. 1-е место в номинации «Национальные художественные традиции»



Млахов Владимир Валерьевич. Нож «Завей Императора». Санкт-Петербург, 2024. Титан, дамасская сталь (нож – производитель «Мастерская Чебуркува»), золото, бриллианты, монета золотая достоинством 5 рублей 1903 г. 2-е место в номинации «Авторское художественное холодное оружие: композиция в оружейном деле»



Тумани Марко Федорович, дизайн Тумани А.Н. Брасль «Одуванчик». Москва, 2024. Золото, бриллианты, цвортиты. 3-е место в номинации «Использование самоцветов»

мастеров ювелирного искусства, оформлено в виде стилизованной березовой рощи. В отдельной галерее соседствовали работы, выполненные студентами и известнейшими художниками-ювелирами нашей страны.

Общение со зрителем, безусловно, важно для каждого автора. Организаторы позаботились и об этом. В каждом зале расположены дисплеи с подробной информацией об авторах экспозиции и представленных на выставке изделиях. Это позволяет зрителям получить полную инфор-

мацию о работах, вызвавших их интерес и начать, пусть виртуальный, диалог с художником, глубже понять его замысел при исполнении того или иного произведения.

Как пояснил руководитель Гохрана Андрей Юрин: Задача совместного проекта Гохрана России и Государственного исторического музея — дать посетителям выставки возможность почувствовать связь времен, продолжение традиций замечательных ювелиров прошлого в творчестве мастеров сегодняшнего дня».

«Мастера России-2024»: победители конкурсных номинаций



*Специальный приз
За выдающийся вклад
в сохранение традиций,
гражданскую позицию и патриотизм
в создании произведений ювелирного искусства
России награждено ювелирное предприятие «Грингор»
за пасхальное яйцо пасхальное «Народ России»*

Организаторы выставки — компания «Клио» и Фонд развития художественной промышленности и ювелирного искусства. Она была приурочена к значимым датам жизни и творчества талантливого камнереза, живописца и патриота А.К. Денисова-Уральского. В исторической части выставки была представлена подлинная работа мастера — горка «Уральские самоцветы» из коллекции Минералогического музея им. А.Е. Ферсмана. Одним из значимых экспонатов стала наборная икона «Преображение Господне» из храма Преображения Господня села Нижние Прыски Калужской области. Благотворительную акцию по ее реставрации провела компания «Клио».

Тема преемственности художественных традиций стала одной из главных при определении победителей конкурса «Мастера России», который проходил по 9 номинациям. Победителями были названы:

Гран-при

Ювелирный Дом «Аргентов». Коллекция инталий «А.С Пушкин», «Александр Невский», «Спиридон Трифунтский».

Специальный приз

За выдающийся вклад в сохранение традиций, гражданскую позицию и патриотизм в создании произведений ювелирного искусства России награждено ювелирное предприятие «Грингор» за пасхальное яйцо пасхальное «Народ России».

Ювелирное искусство. Традиционное мастерство

Ювелирное предприятие PERASKEVA. Гарнитур «Вышивка».

Ювелирное искусство. Творческий поиск

Ювелирный бренд VESNA. Серьги «Песнь Дракона».

Камнерезное искусство. Твердый камень

Камнерезная студия «Рифей». Скульптура из камня «Рыбачок».

Камнерезное искусство. Мягкий камень.

Резьба по кости

Художник декоративно-прикладного искусства Александр Сидоров. Миниатюра «Крысы и чернильница».

Художественный образ в камне

Ассоциация «Творческий союз камнерезов и ювелиров Байкальского региона». Статуэтка «Переворочение».

Серебряная галерея

Творческий союз «Праксит». Ювелирная миниатюра-печать «Мудрость».

Волшебные грани

Художник-огранщик Владимир Силин. Аметрин в автотской огранке «Свеча на ветру».

Мозаика из камня

Художник декоративно-прикладного искусства Геннадий Андреев. Икона «Георгий Победоносец».

Лучшая работа молодых авторов

Выпускница 2024 г. Ярослава Брагина. Колледж декоративно-прикладного искусства им. Карла Фаберже. Настоящая композиция «Воспоминание о Дали».

Академия Григория Пономарева. Автор Игорь Трухин. Скульптурная композиция «Год змеи».

Победителям были вручены дипломы и символ выставки — статуэтка «Мастер».

Гран-при
Ювелирный Дом «Аргентов». Коллекция
инициал «А.С. Пушкин», «Александр Невский»,
«Спиридон Трипифунтский»



Выставка «Мастера России. Ювелирное и камнерезное искусство. Московский самоцветный фестиваль» стала одним из самых масштабных выставочных проектов 2024 года. В экспозиции разместились 385 произведений декоративно-прикладного искусства 110 мастеров и творческих объединений из 20 регионов России.



Лучшая работа молодых авторов
Выпускница 2024 г. Ярослава Брагина.
Колледж декоративно-прикладного
искусства им. Карла Фаберже. Настольная
композиция «Воспоминание о Да.и».



Серебряная галерея
Творческий союз «Пракси». Ювелирная
миниатюра-печать «Мудрость»

Китайский стиль:

ТЕНДЕНЦИИ ЮВЕЛИРНОГО ДИЗАЙНА НА ПРИМЕРЕ ОДНОЙ ВЫСТАВКИ

Ювелирная выставка — это не только отличная площадка для поиска деловых возможностей и налаживания партнерских отношений. Помимо этого, задача любой выставки — дать ключ к пониманию того, что на данный момент происходит в отрасли, в том числе и в области дизайна.

Сегодня страны Юго-Восточной Азии, в частности, Китай, переживают рост в индустрии дизайна ювелирных изделий. На примере выставки в Гонконге Наталия Устинова рассказывает, как меняются тенденции в дизайне украшений.

По роду своей профессиональной занятости я посетила множество ювелирных площадок по всему миру, и, полагаю, не открою секрета, что самой посещаемой площадкой за последние пятнадцать лет стали выставки в ЮВА, в том числе в Гонконге (Hong Kong International Jewellery Show). В этом году, после перерыва, связанного с ковидными ограничениями, мой выбор пал на Стамбул и Гонконг. Это очень интересные выставки в плане изучения состояния мирового ювелирного дизайна, но особо отмечу гонконгскую выставку: на данный момент это самая насыщенная и независимая выставка, на которую съезжается большое количество экспонентов со всего мира.

Первое, что хотелось бы отметить: на выставке 2024 года было представлено довольно много дизайнеров стран ЮВА, в частности, Гонконга, работающих секторе high jewellery, но исчезли экспозиции, представляющее авторское ювелирное искусство. А ведь еще недавно здесь выставлялись художники-ювелиры из многих стран мира. Возможно, это связано с изменением политической обстановки, возможно, это временная мера, а быть может организаторы решили сменить формат выставки, сосредоточившись на представлении промышленных коллекций. Сложно сказать, но замечу, что прежде арт-арена являлась украшением выставки.

То, что представлено в дизайнерском разделе выставки — высококлассные работы, зачастую не столь сложные по исполнению, хотя порой встречаются уникальные. Что их отличает: никакого серебра и отсутствие нетрадиционных материалов. Большею частью это золото, в том числе, белое и высококлассные камни большой каратности. Практикую идею «носимого искусства», они ищут путь развития между искусством и бизнесом.

Что еще важно: у многих дизайнеров присутствует отсыл к традиционным народным мотивам. Создать украшение не столь сложно, как сделать его вневременным, культовым и культурно-



Наталия — художник и дизайнер ювелирных изделий, находится в двух, зачастую конкурирующих, ювелирных мирах: промышленного дизайна и авторского ювелирного искусства. Она в течение двадцати лет создавала дизайны украшений для ведущих российских брендов, работающих в сегментах «премиум» и «лакшери». Помимо этого, в своей студии Наталия создает предметы авторского ювелирного искусства, воплощая в них идеи, которые невозможно осуществить в формате премиального сегмента. Она также является сооснователем и художником ювелирной студии BARFANI, которая изготавливает украшения «премиум» сегмента и творческие некоммерческие проекты.

специфическим одновременно. Еще сложнее сформировать спрос на современные китайские ювелирные украшения, поскольку азиатский дизайн зачастую весьма специфичен.

Потому неудивительно, что местные дизайнеры стремятся современно использовать образы китайской культуры в современный мир дизайна и искусства. А также перерабатывают и стилизуют чужие традиционные символы,

 www.iqdiamonds.ru

I
Q
D
I
A
M
O
N
D
S

НОВАЯ РОСКОШЬ
СОВРЕМЕННОГО МИРА
украшения с выращенными бриллиантами

реклама

JUNWEX PREMIUM - стенд № 409

 +7 925-401-06-93



пытаясь приблизиться к западной публике. Но новаторами их назвать сложно. Отличительные черты современных китайских дизайнеров: смелость в сочетании цвета, необычное видение пропорций, стилизация традиционных элементов китайской культуры. И если еще десятилетие назад большая часть работ была специфического, я бы сказала, лубочного дизайна (во всяком случае, на взгляд европейца), то теперь это не так. Очевидно, что китайские дизайнеры прошли обучение в странах Запада, изучили стили европейского дизайна и сегодня нацелены на публику, восприимчивую к новым мотивам, которые, хотя и основаны на китайском наследии, не сразу приписываются этой конкретной культуре. Они еще не освободились от традиционной эстетики, но достаточно гармонично миксуют ее с европейской.

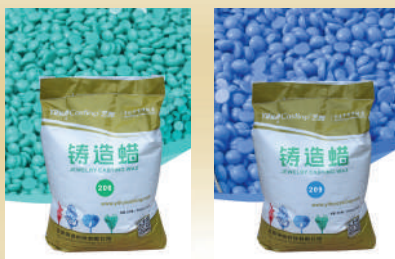
И еще одно важное замечание: складывается ощущение, что ювелирные компании осознали ценность дизайна, который и формируют долгосрочный капитал бренда. Практически на всех стендах запрещена фотосъемка, и на выставке представлены коллекции, которые дизайнеры и предприятия не выставляют на всеобщее обозрение в Интернете.

Если коротко, речь идет о том, что китайские дизайнеры в своих коллекциях нацелены на привлечение интереса западной публики и на уже восприимчивую к европейскому дизайну восточную публику. Это, в том числе и ключ к выходу на новые рынки.

А то, что интерес к этому есть, отчетливо заметно на стендах предприятий, предлагающих так называемую «массовку». Но прежде хочу отметить, понятие этого термина у нас и в Китае разнится. «Массовка» для них —

это то, что у нас относится к понятию «евроклассика»: качественные мелкосерийные линейки бриллиантовых украшений. И должна отметить, мелкосерийные бриллиантовые украшения азиатских компаний уже неотличимы по дизайну и качеству от европейских. Так вот, предприятия, специализирующиеся на выпуске продукции масс-сегмента, охотно принимают на работу европейских, в том числе, российских специалистов. Далеко не все из них живут в Азии, но они помогают китайским предприятиям выстроить некую ценовую и дизайн-политику компании, стремящейся выйти на зарубежные рынки. Многие ювелирные предприятия из материкового Китая готовятся к расширению по всему миру и используют гонконгскую выставку в качестве платформы для этого. Они досконально изучают предпочтения местных потребителей, теперь при помощи иностранных специалистов изучают рынки России, Европы и США. Они понимают, что самостоятельно изучить и прочувствовать европейскую эстетику, успешно применить эти знания займет долгое время. Потому ищут (и находят) новые дизайнерские предложения, привлекая в качестве экспертов иностранных дизайнеров, технологов... И делают это вполне успешно. Думаю, открою секрет Полишинеля, сказав, что в Азии работают производства, часть своей продукции отправляющие на российские заводы, которые включают ее в свой ассортиментный ряд.

Китайским брендам предстоит пройти долгий путь, прежде чем они смогут доминировать на мировой арене, но предпринимаемые ими усилия впечатляют.



Воск литевой



Плавильные печи



Формовочные массы



SVC индукционная вакуумная литевая машина



Пресс-вулканизатор



Миксер 1,3 или 5 опок



DVC-III автоматическая вакуумная литевая машина



Воск-инжектор





ГЕММОЛОГИЧЕСКИЙ ЦЕНТР МГУ и ГЕММОЛОГИЧЕСКАЯ АКАДЕМИЯ



Сроки проведения	Название программы	Длительность обучения	Время обучения
11 марта — 24 апреля	3D моделирование. Базовый курс	7 недель 74 часа	Вт, Чт 18.45–21.00
12 марта — 14 марта	Интенсивный тренинг «Изумруды»	3 дня 24 часа	Ср — Пт 10.00–17.30
17 марта — 19 марта	Интенсивный тренинг «Рубины и сапфиры»	3 дня 24 часа	Пн — Ср 10.00–17.30
17 марта — 25 апреля	Экспертиза драгоценных камней	6 недель 260 часов	Пн – Пт 10.00–17.30
18 марта — 22 марта	Лабораторно выращенные бриллианты	4 дня 18 часов	Вт — Чт 18.00–21.00 Сб 11.00–17.00
19 марта — 28 марта	Экспертиза ювелирных изделий и предметов антиквариата	8 дней 64 часов	Ср — Пт 10.00–17.30
24 марта — 18 апреля	Экспертиза и оценка бриллиантов	4 недели 160 часов	Пн — Пт 10.00–17.30





Учебные программы ГЕММОЛОГИЧЕСКОЙ АКАДЕМИИ

gem-academia.ru info@gem-academia.ru +7 (916) 479-63-62



Сроки проведения	Название программы	Длительность обучения	Время обучения
24 марта – 21 апреля	Ювелирный эскиз	5 недель 68 часов	Пн, Чт 18.30–21.30
07 апреля – 10 апреля	Синергия камня и дизайна в индустрии драгоценностей	4 дня 16 часов	Пн – Чт 18.00–21.00
14 мая – 23 мая	Камнесамоцветное сырье и месторождения мира	8 дней 60 часов	Пн – Пт 10.30–17.50
19 мая – 30 мая	Профессиональная оценка драгоценных камней и ювелирных изделий	12 дней 56 часов	Пн – Пт 18.00–21.00
19 мая – 28 июня	Экспертиза драгоценных камней	8 дней 60 часов	Пн – Пт 10.30–17.50
26 мая – 20 июня	Экспертиза и оценка бриллиантов	12 дней 56 часов	Пн – Пт 18.00–21.00
30 июня – 08 августа	Экспертиза драгоценных камней	6 недель 240 часов	Пн – Пт 10.00–17.30
21 июля – 15 августа	Оценка алмазного сырья	4 недели 160 часов	Пн – Пт 10.00–17.30





Я б в закрепщики пошел, пусть меня научат

В условиях стремительного развития ювелирной индустрии и растущего спроса на высококачественные изделия профессия закрепщика приобретает особую значимость. Именно от мастерства этого специалиста зависит надежность и эстетика украшений, что напрямую влияет на репутацию производителя и удовлетворенность клиентов.



АКТУАЛЬНОСТЬ ПРОБЛЕМЫ

Сегодня ювелирная отрасль сталкивается с серьезной нехваткой квалифицированных закрепщиков. Многие предприятия испытывают трудности с поиском специалистов, способных выполнять работы на высоком уровне, что приводит к снижению качества продукции и, как следствие, к потере конкурентоспособности, и некоторых случаях невозможности в полном объеме удовлетворить потребности рынка в целом.

РОЛЬ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЮВЕЛИРНОЙ ШКОЛЫ В ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ

Международная ювелирная школа в Санкт-Петербурге, основанная в 2014 году, зарекомендовала себя как ведущий центр профессионального обучения в ювелирной сфере. За время своего существования школа обучила более 1800 студентов из 51 страны, предоставляя высококачественное образование, соответствующее международным стандартам.

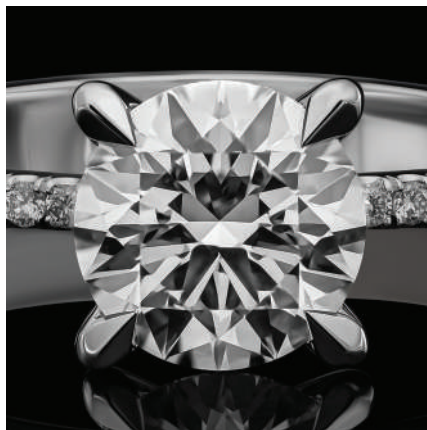


International JEWELLERY SCHOOL

ПРОГРАММА КУРСА ДЛЯ ЗАКРЕПЩИКОВ

В ответ на вызовы отрасли школа разработала интенсивный курс подготовки профессиональных закрепщиков, рассчитанный на 15 рабочих дней. Программа курса разработана с учетом актуальных требований ювелирного производства в сегменте выше среднего. Особое внимание уделено работе с камнями первой группы и полудрагоценными вставками, что отражает современные тенденции и предпочтения потребителей. Курс ориентирован на изучение практических навыков закрепки, востребованной в этом сегменте: корневая закрепка с фаденом, (подрезкой), закрепка «ласточкин хвост» (фиштэйл), U-set, а также закрепка центральных камней различными методами: краповая, глухая и крапановая закрепка в «когтях».





ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

Мы разработали ассортимент изделий, и отработка навыков (120 часов). проводится на реальных образцах изделий.

Особенности:

Интенсивный формат: курс позволяет за короткое время приобрести прикладные навыки, необходимые для работы в производственных условиях.

Все включено: стоимость курса составляет 330 000 рублей и включает все необходимые материалы и инструменты.

Мы настоятельно рекомендуем провести аудит технологического процесса для максимально эффективного обучения сотрудников конкретно вашего производства.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Инвестирование в профессиональное обучение закрепщиков является стратегически важным шагом для ювелирных предприятий, стремящихся сохранить высокие стандарты качества и конкурентоспособность на рынке. Международная ювелирная школа в Санкт-Петербурге предлагает уникальную возможность получить востребованные навыки и знания, необходимые для успешной карьеры в ювелирной индустрии.

Запись на курс уже открыта. Для получения подробной информации обращайтесь в Международную ювелирную школу.



КОНТАКТЫ:

Интернет-сайт Международной Ювелирной Школы:
<http://jewelleryschool.com>

Электронная почта:
top@jewelleryschool.com

Интернет-сайт оборудования
GRS: <http://jewelleryair.com>

Электронная почта:
grs@jewelleryair.com

Примечание:

Данный материал подготовлен для журнала «Русский ювелир» и предназначен для информирования профессионалов ювелирной отрасли о современных подходах к решению проблемы нехватки квалифицированных кадров.

Ювелирное оборудование



Ювелирная школа



ювелирное
производство
Туликов

ЮВЕЛИРНЫЕ
УКРАШЕНИЯ
из серебра с эмалью



WWW.TULIKOV.RU

Московская обл., г.Краснознаменск,
л.Связистов, д.7

+7 (916) 828-36-20

Выставка «JUNWEX ПЕТЕРБУРГ», Экспофорум, пав. G, стенд G-102

Идеальное пространство для творчества — АРТ-СТУДИЯ «ИНТАЛИЯ»

Все началось с желания дать возможность людям, которые не знают с чего начать, попробовать свои силы в резьбе по камню.

ММы — художник по камню, скульптор Юлия Гоголь и художник по камню, ювелир Тамара Мурзина шли к этому уже достаточно давно. Тамара проработала три года в Школе Ювелирного Мастерства, где преподавала камнерезное дело.

А я постепенно приобрела оборудование для своей мастерской для создания дополнительных рабочих мест для учеников и время от времени давала частные уроки.

В конце октября 2024 года на выставке «Мир камня» мы решили попробовать дать мастер-класс резьбы инталии на кварцевой галтовке. Организаторы любезно предоставили место, столы и лампы. Остальное — бор-машины, поддоны, фартуки и прочее на десять человек, мы закупили сами. Результаты мастер-класса превзошли наши ожидания!

Интерес у людей был! А то, какие успехи делали некоторые участники, не имевшие никакого опыта в обработке камня за 1–2 часа, окончательно развеяло наши сомнения по поводу того, что резьба по камню доступна лишь профессионалам!

По окончании выставки я предоставила свою мастерскую для регулярных занятий, которые проходили один раз в неделю. Мы проводили трехчасовые занятия для двух групп из шести человек.

После проведения нескольких занятий нам поступило предложение присоединиться к творческому кластеру на улице профессора Попова, 23 Л, где недавно открылся филиал школы отгранки Дмитрия Саморукова.

И уже 27 ноября 2024 года мы открыли свою арт-студию, назвав её «Инталия» в честь мастер-класса, который к тому же стал нашим классическим вводным занятием.

Почему именно инталия и почему на кварце? Дело в том, что это самое простое, что можно сделать в камне, без дополнительной обработки — шлифовки, полировки, которые отнимают много времени и сил. Инталия — это гемма, изображение которой выполняется в технике углубленного (отрицательного) рельефа. А в прозрачном камне вы можете перевернуть и увидеть это изображение в полном объеме.



С 22 по 26 января 2025 года в Москве в рамках выставки-форума «Уникальная Россия» в Гостином дворе мы участвовали с галереей «Частная коллекция» с совместными проектом «Сила притяжения». Основная идея этого проекта — объединение художников по камню и металлу, продвижение молодых, незнакомых широкой публике авторов.

На выставку мы привезли две работы учениц студии «Инталия», которые с нами с первого мастер-класса на «Мире камня», и за 2,5 месяца они смогли создать свое первое украшение с камнерезным элементом.

Первый автор — Екатерина Столярова. Она из семейной династии художников по стеклу, недавно закончила академию А. Л. Штигица, вступила в Союз Художников, одержала победу в Федеральном конкурсе молодежного дизайна и искусства «Дизайн молодых / Young Design 2024», номинация — лаборатория «Петербургский стиль. Украшения».

Екатерина — профессиональный мастер гравировки по стеклу, и сейчас в нашей арт-студии она ведет авторские мастер-классы. Но камень, в отличие от стекла, имеет свою специфику и потому для разработки и изготовления ювелирного украшения Екатерине необходимо было обучиться новым техникам — созданию восковки и обработке металла.



Мария Соловьёва, подвеска «Молет», камень на лазуристе

Это было не просто, но с нашей помощью Катя справилась и предоставила свою первую работу на выставку «Течение жизни» в которой использовала технику гравировки по кварцу.

Вторая наша ласточка — Мария Соловьёва, сделала подвеску «Под облаками» с резной вставкой из лазурита в сочетании с техникой «сажение по бели» (объемная вышивка с использованием жемчуга или расплющенной проволоки), что само по себе уже становится авторским ноу-хау.

Сейчас в нашей студии проводятся регулярные занятия 3 раза в неделю. Можно прийти на вводное занятие: «Инталья на кварце», либо посетить мастер-класс по гравировке стекла, курс по флористике из камня. В скором времени мы планируем запустить курс по созданию ювелирных украшений с камнерезными элементами, а также в разработке курс по созданию портрета в интальи и камее с анатомическим разбором.

Для учеников есть возможность посещения студии в режиме коворкинга после того, как они освоят работу на нашем оборудовании. Некоторые этапы обработки камня требуют времени, а коворкинг дешевле, чем обучение, поэтому это хороший вариант для экономии ресурсов учеников и времени преподавателей.

Для тех, кто не может к нам приехать мы записываем онлайн курсы, проводим индивидуальное онлайн сопровождение.

Наше обучение отталивается от потребностей наших учеников. У нас достаточно опыта, чтобы разработать индивидуальную программу обучения для любого уровня запроса.

Но, конечно, главная задача, которую мы себе ставим — возвращение и продвижение мастеров камнерезного



Екатерина Столцова, подвеска «Течение жизни», интальи на кварце

ювелирного искусства, для их участия в выставках, конкурсах, в наших образовательных проектах.

Мы открыты сотрудничеству и приглашаем близких по духу мастеров проводить мастер-классы в нашем пространстве и на нашем оборудовании.

Но мы рады и тем, кто просто любит камень и хочет попробовать его обработать, для тех, кто хочет создать украшение или подарок своими руками, или же просто интересно провести время и приобрести новый опыт: самому или вместе с компанией друзей, коллег (например отметить день рождения) Мы можем принять компанию до 6 человек.

Запись на занятие ведется заранее:

в телеграмме
t.me/+Wc0Y0EfsUTA5ODcy



ВКонтакте:
vk.com/artstudiointaglio



У нас появился свой сайт:
<https://intaglio-studio.ru/>



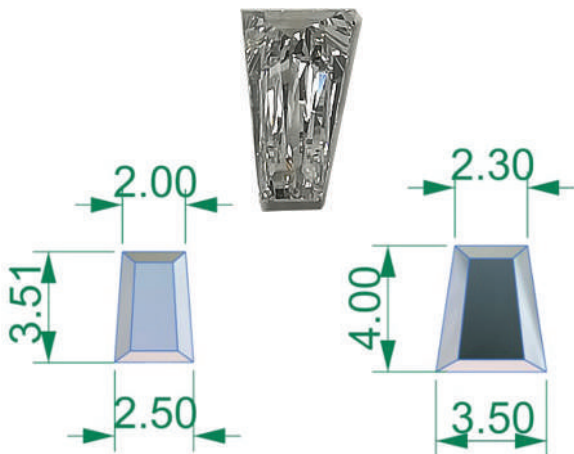
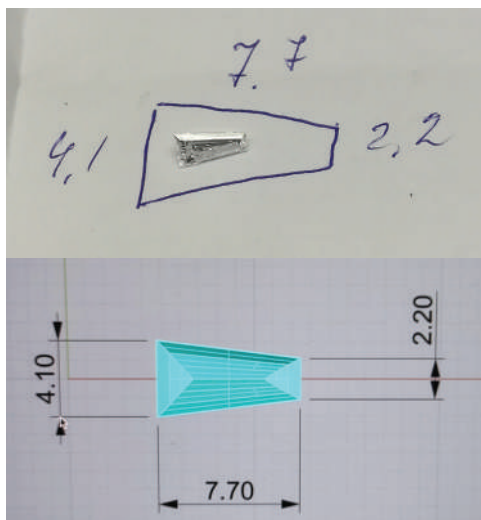
Бриллиантовые фантазии Сарова

Огранка алмазов — это не только искусство, но и очень точная наука, планировать которую необходимо с математической точностью.

Когда в 2014 году в Сарове была основана научно-производственная компания «Вознесенская», ее цель состояла в разработке технологии по обработке алмазов для получения заданных криволинейных поверхностей с чистотой обработки 7–10 нм. Другими словами, задача заключалась в изобретении инновационного способа изготовления выпуклых, вогнутых линз и полусфер с оптической чистотой поверхности.

Но поскольку научно-исследовательская и опытно-конструкторская деятельность являются очень затратными, то для обеспечения их финансирования компания стала оказывать сторонним организациям услуги по обработке алмазов на коммерческой основе.

Сегодня компания не только изготавливает бриллианты из природных и лабораторно-выращенных (CVD, HP HT) алмазов. Она также оказывает услуги по заточке алмазных игл, реставрирует поврежденные бриллианты. Высокая точность, обеспечиваемая этой сложной работой, — это то, чего могут достичь только самые лучшие специалисты по алмазам в мире, и это умение высоко ценится в ООО «НПК «Вознесенская». Специалистам компании под силу не только убрать скол, исправить шип, изменить





геометрию (уменьшить павильон, уменьшить корону, увеличить рундист, добавить и уменьшить грани и т.п.). Эти одаренные перфекционисты изготавливают бриллианты по заданным клиентом параметрам: любые нестандартные формы, любое количество граней.

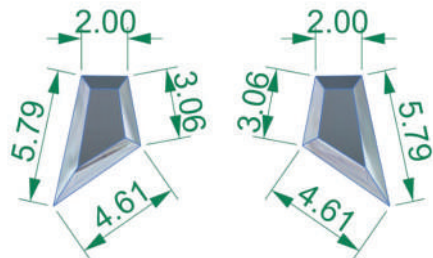
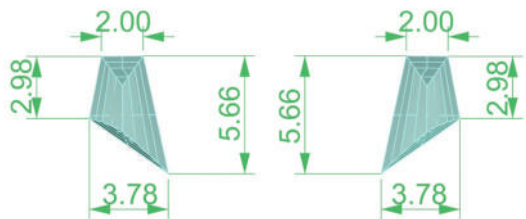
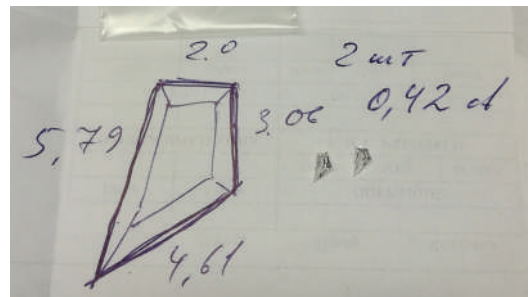
Узкоспециализированные навыки огранщиков алмазов и высокие стандарты контроля качества по огранке и полировке алмазов делают бриллианты ООО «НПК «Вознесенская» одними из самых востребованных в стране.

В то время как классические круглые огранки остаются популярными, дизайнеры ювелирных изделий все чаще экспериментируют, выбирая необычные индивидуальные огранки, которые предлагают бесконечные возможности. Из материала заказчика специалисты компании калибруют бриллианты в заданный размер (например «Принцессы» или «Багеты» для дорожки) с точностью до 0,005 мм. Здесь создают бриллианты для «кожи крокодила» и камни – «близнецы»: если у клиента есть два «треугольника» или «трапеции», немного отличающиеся по форме, размеру, то их превратят в абсолютно одинаковых «близнецов». Уникальные фантазийные огранки, изготавливаемые на предприятии, позволяют создавать сложные формы и захватывающие световые отражения, и эта творческая свобода в результате приводит к созданию уникальных ювелирных изделий.

ООО «НПК «Вознесенская»:
гибкая ценовая политика и индивидуальная работа с каждым клиентом.

г. Саров Нижегородской области,
проспект Ленина, д. 25, пом. 2
e-mail: npkvoznensenskaya@mail.ru

**Всегда открыты для общения
и готовы к сотрудничеству.**





ГАЛТОВОЧНЫЕ СТАНКИ

СЕРИЯ РГ18



 СДЕЛАНО
В РОССИИ



PROMTEHSPB.RU

РЕКЛАМА

ПОСТАВКА ЮВЕЛИРНОГО ОБОРУДОВАНИЯ И ИНСТРУМЕНТА



VC650V

SJT-K.RU
PROMTEHSPB.RU

Золотые твои руки, золотое сердце твое

Александр Алексеевич Ишуков — русский ювелир, представитель классической петербургской ювелирной школы, посвятивший всю свою жизнь ювелирному делу. Достигший высокого уровня мастерства в работе с благородными металлами и драгоценными камнями. Произведения, выполненные Александром Алексеевичем Ишуковым, отмечались различными наградами ювелирных выставок России.



**АЛЕКСАНДР АЛЕКСЕЕВИЧ
ИШУКОВ**
(14 ФЕВРАЛЯ 1979–10 ДЕКАБРЯ 2024)

Есть на ювелирном производстве люди очень важные, от работы которых в немалой степени зависит успех всего предприятия. То, насколько они скрупулезны, профессиональны и талантливы, отражается на всем процессе жизнедеятельности завода. Эти люди — ювелиры-модельеры. Изготовление эталона — сложный и ответственный момент создания украшения. Он требует знаний всех этапов тиражирования, смекалки и художественного вкуса. Весь штат производственного и торгового отдела в разной степени работает с результатом труда именно ювелира-модельера.



*Браслет «Ирисы»; мастер Александр Ишуков,
художник Юлия Агальюлина*

Для нас, сотрудников предприятия РосЮвелирПром, этим важным человеком, нашим родником, источником эталонов был Александр Алексеевич Ишуков. Главный модельер — ответственный, точный, грамотный. Значительная часть эталонов завода была сделана этим мастером. Он выполнял разнообразными, сложные задачи, от серебряной массовки до бриллиантового эксклюзива. Численность сотрудников при нем возросла, а завод стал лидером Северо-Запада по выпуску серебра и эту позицию не отпускал многие годы.

Александр Ишуков — выпускник художественно-профессионального лицея №11 (ныне ХПЛ им. Карла Фаберже) — раскрыл себя как высокопрофессиональный ювелир. Он владел многими технологиями ручной обработки металла, обладал глубокими знаниям профессиональной сферы. Такие технологии как металлическая всечка, мокумэганэ,ковка метеоритного железа входили в спектр его интересов.

Рисунки художников завода нашли свое воплощение в металле через его руки. По эскизам Юлии Агальюлиной были выполнены работы: «Ирисы», «Бабочки», «Восток» и другие. В кулоне «Женская душа» вся механическая часть была исполнена Александром Ишуковым, работа отмечена медалью за лучшее украшение без камней на выставке «УралЮвелир-2004» в Екатеринбурге [1].

Ряд работ выполнен со скульптором Андреем Данильченко. Их гарнитур с цитринами «Infinity» был представлен на московской выставке «JUNWEX-2009» и стал лауреатом конкурсов программы «Ювелирная Россия» в номинации «Бенефис камня» [2].

Серия авторских украшений создана по эскизам Инны Амосовой (Гачечиладзе). Украшения «Полевые цветы», «Возрождение», «Ветер» и другие стали прекрасной частью коллекции завода.



*Кольцо «Менская думка»,
модельерка Александр Ишуков,
художник Анастасия Юлия*



Комплексы украшений «Infinity», мастер Александр Ишуков, художник Андрей Данильченко

Александр Ишуков был чутким человеком, не безразличным к своей работе. Слово «безразличие» он не знал. Его работоспособность и погруженность в материал отражалась во всех произведениях и воздействовала на сознание людей, а эмоциональная и профессиональная щедрость делала каждое украшение особенно ценным.

За годы работы в ювелирной отрасли Александр Ишуков участвовал в создании модельных рядов нескольких ювелирных предприятий Санкт-Петербурга, обучал молодых специалистов модельерному делу и в последствии они работали в экспериментальных цехах.

Изделия, изготовленные по его эталонам, были представлены в ювелирных салонах многих городов России, и мы знаем, что они порадовали не одно женское сердце. Посмотрите в вашу шкатулку с драгоценностями, может и у вас есть украшения, выполненные этим мастером?

*С глубоким уважением
и признательностью
Агальюлина Юлия*

10 декабря 2024 года Александр Ишуков скорпостижно ушел из жизни. Это большая, невосполнимая утрата для всех, кто его знал. Он был надежным, отзывчивым и добрым человеком. С сожалением, горечью и теплотой его провожали родные, друзья и коллеги, выражая глубокую благодарность за искреннюю дружбу и неподдельную человечность. Вечная память!

1. Ювелирный олимп. Юбилейное издание. Альбом. – СПб: Мир камня, 2006 – С. 27
2. Jupwex. Модные сезоны. Каталог. – М.: Ювелирная Россия, 2010 – С. 203

Дмитрий Лихачев и семья Фаберже

В 1992 году я прочитал книгу «Воспоминаний» академика Дмитрия Сергеевича Лихачева (1906–1999) и обратил внимание, что летом 1915 г. семья Дмитрия Лихачева отдыхала в Келломяки (сейчас пос. Комарово). Я написал академику письмо в Пушкинский дом (Институт русской литературы РАН).

Вот что ответил на мои вопросы, касающихся вопросов пребывания семьи Фаберже в Келломяки на начале века Дмитрий Сергеевич Лихачев на бланке председателя Правления российского Международного фонда культуры:

«Уважаемый Валентин Васильевич!

Могу лишь сообщить Вам следующее из моих воспоминаний довоенного (до I Мировой войны) времени.

Наша купальная будка стояла на пляже рядом с будкой Фаберже, но которого из них — я не знаю. С какими-то детьми я играл у своей будки. По-моему, это было в Куоккале, хотя одно лето мы жили в Келломяках.

Запомнилось следующее важное [подчеркнуто Д.С. Лихачевым — В.С.]. Мой отец и относительно молодой Фаберже сидели на песке и разговаривали у наших будок. Фаберже сказал отцу, что больше всего он любит необработанные камни. Он вынул из кармана золотую табакерку и стал показывать свои любимые камни, вынимал их, разглядывал на свет.

Отец был поражен — такая ценность, а вдруг потеряется в песке?

Отец часто об этом рассказывал, и поэтому я этот эпизод запомнил. Запомнил также, что Фаберже был в светлосером костюме (в купальных костюмах тогда не сидели и не загорали, а прятались от солнца, особенно дамы).

О сотрудниках Фаберже я ничего сообщить не могу.

С уважением...»

«Относительно молодой Фаберже», о котором упоминает академик Лихачев, это Агафон Карлович Фаберже, у которого была дача в Келломяки, где отдыхали пять его сыновей, включая Федора, отца Татьяны Фаберже. Академик А. Е. Ферсман также вспоминает «известного петроградского ювелира, который носил в табакерке свои любимые камни, среди которых был, между прочим, редкий синий бриллиант». Этим ювелиром и был Агафон Фаберже.

В конце прошлого, 2024 года, меня попросили рассказать об этом эпизоде на ежегодных Лихачевских чтени-



Дмитрий Сергеевич Лихачев

ях в Библиотеке им. Д. С. Лихачева Выборгского района Петербурга. Желая узнать новые факты биографии семьи академика, я заказал в Архиве личное дело его отца, надворного советника Сергея Михайловича Лихачева (1876–1942), служившего чиновником особых поручений Главного управления почт и телеграфа. В это управление отец Лихачева пришел сразу после окончания Электротехнического института в 1902 г. За время своей деятельности С.М. Лихачев был награжден орденами Св. Анны 2 и 3 степени, и двумя медалями. 09 ноября 1912 г. ему был высочайше пожалован золотой перстень. Очевидно, по



На пароходе по Волге. С. М. Лихачев, Миша Лихачев, Митя Лихачев, В. С. Лихачева. Май 1914 г.



Художник Николай Кульбин



ПРЕДСЕДАТЕЛЬ
ПРАВЛЕНИЯ Российского
Международного фонда
КУЛЬТУРЫ
Академик Д. С. ЛИХАЧЕВ

195272 Петербург
Уткин пр., 8
НИИВеликипром
Скурлову Валентину
Васильевичу

Уважаемый Валентин Васильевич!

Могу лишь сообщить Вам следующее из моих воспоминаний довоенного (до I Мировой войны) времени.

Наша купальная будка стояла на пляже рядом с будкой Фаберже, но которого из них - я не знаю. С какими-то детьми я играл у своей будки. По-моему, это было в Куоккала, хотя одно лето мы жили в Наллонмякк.

Запомнилось следующее важное. Мой отец и относительно молодой Фаберже сидели на песке и разговаривали у наших будок. Фаберже сказал отцу, что больше всего он любит необработанные камни. Он вынул из кармана золотую табакерку и стал показывать свои любимые камни, вынимая их, разглядывая на свет.

Отец был поражен - такая ценность, а вдруг потеряется в песке? Он часто об этом рассказывал, и поэтому я этот эпизод запомнил. Помнил также, что Фаберже был в светлом костюме (в купальных штанишках тогда не сидели и не загорали, а прятались от солнца, особенно днем).

О сотрудниках Фаберже я ничего сообщить не могу.

С уважением

Тел. ГРБНУ СССР 88-380

Письмо Дмитрия Лихачева Валентину Скурлову, 1992 г.

поводу 10-летия службы в ведомстве.

Из документов РГИА я выяснил, что это был перстень с драгоценным камнем, от ювелира Карла Бланка, стоимостью 150 руб. Среди отдыхающих в поселке Куоккала (сейчас Репино - В.С.) Дмитрий Сергеевич упоминает Николая Кульбина, военного врача, художника. У ювелира Карла Бланка, который в 1915 г. стал Оценщиком Кабинета Его Величества, было две дочери. Одна из них была замужем за Николаем Кульбиным. Семья Лихачевых являлась большой поклонницей балета. Как пишет в своих мемуарах Дмитрий Сергеевич «...как собиралось из разных драгоценных вещей бриллиантовое кольцо для того, чтобы в балете «быть не хуже», то и это я помню. Заказы принимались в магазине (возможно Фаберже) на Невской линии Большого Гостиного двора [Уточнение: магазин Фаберже был на Морской улице, 24 - В.С.]. Приказчик вынес на прилавок большой альбом с рисунками кольца. И родители долго выбирали модель, где бы в самом центре разместить царский подарок, полученный в Алушке: большой рубин на подаренном государем перстне».

К сожалению, судьба этого перстня неизвестна.

Анафон Карлович Фаберже



Kaj Hellman | Jeffrey C. Stone

Agathon Fabergé
PORTRAIT OF A PHILATELIST

2025 памятные даты в истории ювелирного дела России

Сохранение исторической памяти — это не просто дань уважения к прошлым поколениям, это основа формирования нашего будущего. Высочайшая техника, неиссякаемая фантазия и изящество форм сделали фирму Фаберже признанным лидером ювелирного искусства России и мира. Современные ювелиры выступают как продолжатели художественных традиций русского ювелирного дела, в том числе и творческими правопреемниками Карла Фаберже. И потому отметим важные вехи ювелирной истории 2025 года:



165	165 ЛЕТ	22 мая 1860 г. родился Михаил Евлампиевич Перхин (1860–1903), ведущий ювелир фирмы, исполнил 28 императорских пасхальных яиц.
160	160 ЛЕТ	В 1865 году Карл Фаберже возвращается в Санкт-Петербург после учебы в Европе и начинает работать в ювелирной мастерской отца. Параллельно знакомится с ювелирной коллекцией Императорского Эрмитажа.
155	155 ЛЕТ	22 мая 1870 г. родился Василий Иванович Зуев (1870–1941), главный художник-миниатюрист фирмы Фаберже.
140	140 ЛЕТ	В мае 1885 г. Карл Фаберже исполнил первое императорское Пасхальное яйцо по заказу Императора Александра III, который преподнес его в подарок Императрице Марии Федоровне. В этом же году состоялась выставка в Нюрнберге, на которой Карл Фаберже получил золотую медаль.
135	135 ЛЕТ	В 1890 г. Фаберже приобрел в Москве фабрику Линдроза (30 рабочих). На ее базе расширяется Московская серебряная фабрика. В этом же году Карл Фаберже вместе с супругой и четырьмя сыновьями получают звание «потомственных почетных граждан», а Карл Фаберже — должность «Оценщика Кабинета Его Величества».
130	130 ЛЕТ	В 1895 г. Карл Фаберже впервые на Пасху исполняет не одно, а два яйца: одно для вдовствующей Императрицы Марии Федоровны — «Дворцы Марии Федоровны в Дании и России» и «Бутон розы» — для Императрицы Александры Федоровны. 29 марта 1895 г. умирает Агафон Густавович Фаберже (1862–1895), занимавший с 1882 г. пост главного художника фирмы, автор проектов первых 11 Императорских пасхальных яиц. Должность главного художника занимает Франц Петрович Бирбаум (1872–1947).



НА ВЫСТАВКЕ JUNWEX САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

www.jmo.ru

+7 812 542-66-21

+7 812 542-30-07

ул. Ватулина 8/7Д,

г. Санкт-Петербург



Преставляет новейший 3D-принтер для широкоформатной непрерывной печати белым воском серии Ultra Rapid от компании 3D-plus.



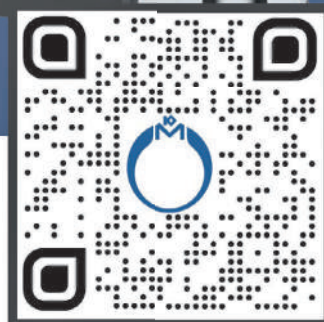
ВЫСОКАЯ ТОЧНОСТЬ

ВЫСОКАЯ СКОРОСТЬ

ВЫСОКАЯ СТАБИЛЬНОСТЬ

ВЫСОКАЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ

Уникальные качества принтеров данной серии позволяют печатать по 4 стола в день без потери качества! А выплавляемая полимерная смола, на которой он работает, обеспечит вам чистое, качественное литье. Всё это сделает DLP-принтер неотъемлемой частью Вашего производства.



Более подробную информацию по оборудованию и расположению стенда ЮМО на выставке, вы найдёте на нашем специальном сайте! Просто отсканируйте QR-код:

165
120
115
110
105
100
95
80
70
60**125 ЛЕТ**

В **1900 г.** Карл Фаберже полгода работает в Париже, в качестве эксперта в жюри на Всемирной выставке. Награжден орденом Почетного легиона.

В этом году исполнены два императорских пасхальных яйца: «Трансибирский экспресс» для Императрицы Александры Федоровны и «Часы с кукушкой» для Императрицы Марии Федоровны. Александр Кельх покупает для своей супруги Варвары пасхальное яйцо «Шишка лиственницы» со слоником в качестве сюрприза.

Закончено строительство нового здания фирмы на Большой Морской улице, 24. Магазин открыт на Пасху 1901 г.

В Одессе открыт магазин фирмы на Дерибасовской улице, 31.

120 ЛЕТ

В **1905 г.**, во время Русско-японской войны 1904–1905 гг. Карл Фаберже не вручает императору пасхальные яйца с тем, чтобы средства на их изготовление шли на оборону.

115 ЛЕТ

В **1910 г.** Карлу Фаберже, по ходатайству сыновей присваивают звание «Придворного Ювелира». В этом году изготовлены два Императорских пасхальных яйца: «Колоннада с пятью амурами» для Императрицы Александры Федоровны и «Памятник Александру III» для Императрицы Марии Федоровны.

110 ЛЕТ

В **1915 г.** исполнены два Императорских пасхальных яйца: «Красный Крест» с пятью миниатюрами членов царской семьи в форме сестер милосердия» для Императрицы Марии Федоровны и «Две дочери царя: «Татьяна и Ольга» в форме сестер милосердия и Икона Христа» для Императрицы Александры Федоровны.

Основана Фабрика изделий по камню (**февраль 1915 г.**, Английский проспект, 44), на которой исполнены камнерезные фигурки серии «Русские типы». Фирма получает заказ на изготовление снарядов. Мастер Альберт Хольмстром организует фабрику (240 чел.) по производству медицинских шприцев.

105 ЛЕТ

В **1920 г.** принято постановление СНК об организации Треста «Русские самоцветы».

100 ЛЕТ

27 января 1925 г. в Антибе (юг Франции) умирает Августа Богдановна Фаберже, супруга Карла Густавовича. Ее могила на кладбище Сен-Жас в Канне.

95 ЛЕТ

7 марта 1930 г. в Швейцарии родилась Татьяна Федоровна Фаберже (1930–2020), правнучка Карла Фаберже, историк фирмы, почетный председатель Мемориального фонда Фаберже.

80 ЛЕТ

20 мая 1945 г. умер академик Александр Евгеньевич Ферсман (1883–1945). Активно сотрудничал с Агафоном Фаберже и Францем Бирбаумом, научный руководитель Треста «Русские самоцветы» в 1920-х гг.

3 сентября 1960 г. умер Евгений Карлович Фаберже (1874–1960).

70 ЛЕТ

23 октября 1955 г. родился Сергей Иванович Квашнин (1955–2021), академик Российской Академии художеств, Президент Мемориального Фонда Фаберже, заслуженный художник РФ.

60 ЛЕТ

В 1965 году был учрежден Всесоюзный научно-исследовательский институт ювелирной промышленности.

искусство создания ювелирных изделий
точность. надежность. долговечность

ЛАЗЕРНЫЕ УСТАНОВКИ РЕШЕНИЯ ДЛЯ ЮВЕЛИРОВ

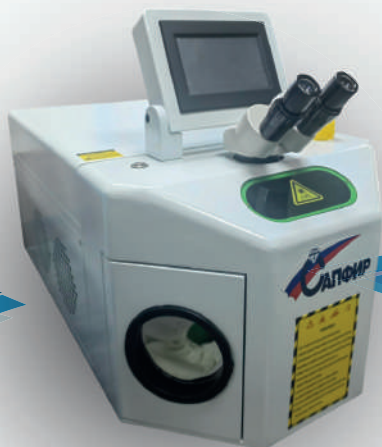
Обработка золота, серебра, платины и других металлов.

Точность работы с мельчайшими деталями.

Подходят для мастерских любого масштаба. Надежность и долговечность.

арт. RS-DJW200: универсальное решение
арт. TPV 200W: мощность для небольших производств
арт. RS-DJW200-1: компактная для эксклюзивной работы

Перейти в каталог
по QR-коду



Ювелирный технопарк "Сапфир"
Москва, Люблинская ул., 18 А,
тел.: +7 495 739 4311
www.sapphire.ru



Коллекции

Существует поверье, что четырехлистный клевер приносит нашедшему удачу. Все дело в том, что каждый листочек олицетворяет что-то конкретное: первый — надежду, второй — веру, третий ответственен за любовь, а четвертый — за удачу

Сегодня уже не установить точно, чем руководствовались дизайнеры компании Van Cleef & Arpels, создавая коллекцию Alhambra с мотивом четырехлистного клевера, но она определенно принесла удачу Дому и стала его своеобразной эмблемой.

И если привычные коллекции Дома — украшения «от кутюр», то линейка с мотивом клевера — демократичный «прет-а-порте», который удовлетворил, казалось бы, ненасытный аппетит потребителей к изысканным украшениям.

Van Cleef & Arpels выпустила эту коллекцию в 1960-х гг. Но первый четырехлистный клевер можно найти в архивах Дома, относящихся к началу XX века. И эта сдержанная, но мгновенно узнаваемая линия ювелирных изделий практически мгновенно стала культовой, привлекла новых, более молодых клиентов, которые желали высококачественные, но при этом доступные по цене украшения.

Большая часть привлекательности Alhambra заключается в ее дизайне, напоминающем амулет. Говорят, что Жак Арпельс собирал четырехлистный клевер на территории своего сада, наклеивал его на поздравительные открытки и отправлял их клиентам Дома «на удачу».

Первое украшение Alhambra — длинное золотое оже-

лье с двадцатью мотивами в форме четырехлистного клевера с абстрактным узором и обрамлением из золотых бусин была сделано в 1968 году. Украшение имело моментальный успех, оно стало настоящим символом удачи, а кроме того, одним из символов Van Cleef & Arpels.

Существует множество теорий о том, откуда произошло название коллекции. Наиболее часто упоминается версия о пропитанной мавританскими символами крепости Альгамбра XIII века в южной Испании. Согласно другой, всему виной венецианский дворец дождей, готические четырехлистники которого один из членов семьи Арпельс принял за андалузский мотив...

Как бы там ни было, название и дизайн обыгрывали воспринимаемую экзотику, а также удачно наложились на свободолобивую атмосферу 1960-х гг. Длинные цепи и медальоны, которые можно было накладывать друг на друга, различные материалы четырехлистника, от коралла до зеленого агата, соответствовали вкусам эпохи на смелые цвета.

Послание 1960-г гг., построенное на стремлении к свободе и самовыражению окупилось в XXI веке — и превратило линию в настоящую, долговечную икону.

LEGOR®

ЛИГАТУРЫ И ГАЛЬВАНИЧЕСКИЕ РАСТВОРЫ ДЛЯ ВЫСОЧАЙШЕГО КАЧЕСТВА

СТРЕМЯСЬ К УСТОЙЧИВЫМ ИННОВАЦИЯМ,
МЫ ПРЕВРАЩАЕМ ДРАГОЦЕННЫЕ МЕТАЛЛЫ
ИЗ ПЕРЕРАБОТАННЫХ МАТЕРИАЛОВ
В ЛУЧШИЕ В СВОЕМ КЛАССЕ СПЛАВЫ,
ПОРОШКИ И ГАЛЬВАНИЧЕСКИЕ РАСТВОРЫ,
ЧТОБЫ ВОПЛОТИТЬ ВАШИ ИДЕИ
В ВОСХИТИТЕЛЬНЫЕ ТВОРЕНИЯ.



РЕКЛАМА

«JUNWEX САНКТ-ПЕТЕБУРГ»
ЭКСПОФОРУМ, СТЕНД G 429

Fresh
JEWELRY

TRENDY

FRESH JEWELRY

КОЛЛЕКЦИЯ



Капсульная коллекция из нашей линейки "Trendy" — это воплощение инновационного дизайна и непревзойденной гибкости. Эти уникальные кольца предоставляют вам возможность создавать собственные комбинации, адаптируя украшения под любое настроение и стиль.



Бармалеева
ювелирная мастерская

«Мастерская на Бармалеева»: воплощаем мечты в реальность

Старейшая в городе на Неве Мастерская на Бармалеева производит изготовление ювелирных украшений любой сложности, а также реставрацию и ремонт ювелирных изделий.



Название мастерской дали ленинградцы более шестидесяти лет назад. Так случилось, что первая мастерская находилась в Доме быта на улице Бармалеева в Петроградском районе Ленинграда. С тех пор многое изменилось: город вернул прежнее название, а мастерская переехала на Малый проспект ПС, 76, сохранив столь привычное многим поколениям горожан название «На Бармалеева».

Мы осуществляем полный цикл производства: от создания 3-D модели до выдачи готового изделия. Наши мастера выполняют нестандартные работы и сложный ремонт. Они берутся даже за то, от чего отказались в других мастерских. Ведь «На Бармалеева» сложились трудовые династии, многие специалисты передают бесценный опыт создания ювелирных украшений из поколения в поколение.

В нашей работе применяются современные технологии 3D-моделирования и печати, но наши мастера могут изготовить изделие полностью вручную, что большая редкость в нашем современном мире.

Мы с большой ответственностью и творчеством подходим к делу, будь это сложный ремонт или создание украшения по индивидуальному заказу.

Для ценителей исторических стилей мы воссоздаем украшения по образцам из каталогов ведущих ювелиров Петербурга XIX века, творчество которых принесло России мировую ювелирную славу.

Наша мастерская специализируется на изготовлении ювелирных изделий, в том числе из материалов заказчи-

ка. Будь то замена крошечного бриллианта или полная переделка Вашего украшения, мы можем помочь! Надоевшие кольца, серьги без пары, порванные цепи — все это может стать новым украшением вашей мечты, мы воплощаем любые ваши идеи!

УСЛУГИ «НА БАРМАЛЕЕВА»:

Изготовление

- ювелирных изделий любой степени сложности (широкий выбор драгоценных и полудрагоценных камней в наличии и на заказ);
- юбилейных, памятных и подарочных медалей, фирменных значков, жетонов из драгоценных и цветных металлов с нанесением цветных эмалей, а также с нанесением любых текстов и рисунков методом гравировки.

Ремонт

- ювелирных изделий от самого простого (в присутствии заказчика) до уникального — реставрации антикварных ювелирных изделий;
- Использование лазерной сварки позволяет производить ремонт даже без раскрепки камней и жемчуга.

Обслуживание

- полировка ювелирных изделий;
- мойка ювелирных изделия в ультразвуковой ванне.

Наш адрес:

Санкт-Петербург, Малый проспект ПС, д. 76
+7(812) 945-27-55, +7(921) 980-21-44 (WhatsApp)
Barmaleeva.com



Лабораторные бриллианты

100%
БРИЛЛИАНТЫ

SHOP.CRYSTALIT.RU

JUNWEX
ПЕТЕРБУРГ

PREMIUM
gemstones™



JUNWEX ПЕТЕРБУРГ 2025
5 - 9 ФЕВРАЛЯ

КВЦ ЭКСПОФОРУМ, ЗАЛ G
СТЕНД КРИСТАЛИТ G - 901

Свяжитесь со стендом
+7 962 189 90 00



CRYSTALIT
corporation



@CRYSTALITCORP

8 800 200 22 28
www.crystalit.ru

PREMIUM
ZIRCONIA

Мы предлагаем нашим брендинг-партнерам
уникальные бирки со знаком качества для их
изделий с использованием фианитов Premium Zirconia





CRYSTALIT
Lab



@crystalitlab

PRECIOUS GEMS

ЭКСКЛЮЗИВНЫЕ
ИЗДЕЛИЯ ИЗ
ЗОЛОТА И СЕРЕБРА



+7 968 979 39 38
WhatsApp / Telegram
jewelry@crystalit.ru

Ювелирное производство
г. Кострома, ул. Петра
Щербины, д. 6

УНИКАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ
для наших партнёров

СВЯЖИТЕСЬ С НАМИ



Интернет-магазин
CRYSTALIT-LAB.RU

реклама



**ПРЕДСТАВЛЯЕМ ОСНОВНУЮ И ПРЕМИАЛЬНУЮ
КОЛЛЕКЦИИ ДЛЯ ПОМОЛВКИ И ОБРУЧЕНИЯ
(В ПРОСТОНАРОДЬЕ - ПОЛОВИНКИ)**

Изделия выпускаются в 3 ширинах шинки, в белом, красном и желтом золоте 585 пробы. На внутренней поверхности шинки размещен логотип и натуральный бриллиант.

Изделия сопровождаются люксовой деревянной коробкой с ложементом из натуральной кожи. Коллекция запатентована и защищена законом об авторском праве, что гарантирует их уникальность.

Посетителей экспозиции ждут сюрпризы в честь первой и второй годовщины свадьбы.



КВЦ ЭКСПОФОРУМ, ЗАЛ G
СТЕНД КРИСТАЛИТ G-901

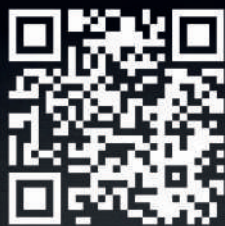


+7 968 979 39 38
jewelry@crystalit.ru





Стенд **G-301**



grantgold.shop