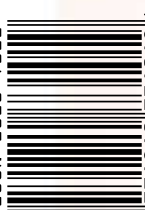


РУССКИЙ ЮВЕЛИР

сентябрь | 2025

ISSN 1810-7311



9 771810 731019 >

реклама



ЦИРКОН С
ювелирное производство



zircon-s.ru



8-800-300-39-68

НАСТОЯЩЕЕ
ПЕТЕРБУРГСКОЕ
СЕРЕБРО

МЕЛИССА

ОСНОВАНО
НА РЕАЛЬНЫХ
РАСТЕНИЯХ

Студия ФиллАрт
<http://filart.su>
e-mail: info@filart.su
телефон: (8-812) 435-50-82

studio
FilLart

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

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», №2, 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, допуска-
ется только по письменному разрешению редакции со ссылкой на «Русский Ювелир».
Все рекламируемые товары и услуги имеют необходимые сертификаты и лицензии.
Републики 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 СЕНТЯБРЬ/2025

АКТУАЛЬНО

- 6 Рынок драгоценных металлов, драгоценных камней и ювелирных изделий
- 10 Что такое «Гильдия ювелиров России» и зачем она нужна бизнесу?

СЕРЕБРЯНЫЙ СОВЕТ

- 16 Первый фирменный магазин компании «ЦИРКОН С»
- 20 Сезон серебра. Объединяя мастеров
- 22 ФИЛЛАРТ. Город цветных котов
- 23 ВЕГА. Тайны тонкого баланса
- 24 ТАРАСОВЫ. Время догоняет модель

СТИЛЬ

- 26 Асимметрия как новая норма
- 82 Этические и экологичные драгоценности как тренд

КОМПАНИИ

- 28 ФИТ. Замыкая круг
- 30 Бриллианты в турбулентности: премиум как стратегия роста
- 32 Петербург – город, где рождаются и живут таланты, способные создавать произведения, восхищающие мир
- 44 КАСТ: 30 лет безупречного качества и стиля
- 54 ПАЛЕХ. Живые циферблаты
- 58 Волго-Вятский монетный двор: полный цикл производства и уникальные решения
- 62 ООО «НПК «Вознесенская»: мастерство калибровки и реставрации бриллиантов

ВЫСТАВКИ

- 36 Куратор. Миссия выполнима
- 46 Промышленные выставки и конкурсы, как составляющие ювелирной отрасли в 1990- гг.

ОБУЧЕНИЕ

- 68 Полгода спустя: Ситуация ухудшается

ИСТОРИЯ

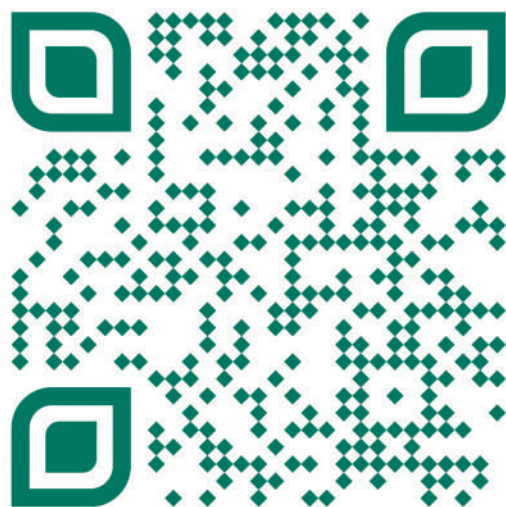
- 76 ФАБЕРЖЕ в 1917 году
- 88 Что в золоте тебе моем?

МЕЖДУНАРОДНЫЕ
ЮВЕЛИРНЫЕ ВЫСТАВКИ

JUNWEX

ФЕВРАЛЬ • САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

ДЕКАБРЬ • МОСКВА



МАЙ • МОСКВА

СЕНТЯБРЬ • МОСКВА

www.junwex.com

JUNWEX
ОТРАСЛЕВОЙ МЕДИА-ХОЛДИНГ


Клуб «РОССИЙСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ТОРГОВЛЯ»

ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ
ЮВЕЛИРНАЯ
РОССИЯ

ПРОГРАММА «ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ»

XXXIV Международный форум ювелирной индустрии

JUNWEX

ПЕТЕРБУРГ

4–8 февраля 2026

ЭКСПОФОРУМ

E-mail: junwex@junwex.com;

Internet: www.junwex.com

 [junwex_fair](https://vk.com/junwex_fair)

Рынок драгоценных металлов, драгоценных камней и ювелирных изделий

В УСЛОВИЯХ РАСШИРЕНИЯ ЗОН СВОБОДНОЙ ТОРГОВЛИ МЕЖДУ ЕВРАЗИЙСКИМ ЭКОНОМИЧЕСКИМ СОЮЗОМ И ТРЕТЬИМИ СТРАНАМИ



Активное участие стран-участниц Евразийского экономического союза (далее — ЕАЭС) в международной торговле продиктовано главным образом их национальными интересами — интересами национальных отраслей промышленности в логике настройки их работы на конкретный, прагматичный результат, освоение новых рынков сбыта и, самое главное, — наращивание несырьевого экспорта.

Отмечу, что к 2025 году между ЕАЭС и третьими странами уже заключено пять соглашений о свободной торговле, так называемые преференциальные соглашения, предусматривающие беспошлинную торговлю в отношении не менее 80% торговой номенклатуры, в том числе — драгоценными металлами, драгоценными камнями и ювелирными изделиями.

Однако на сегодняшний день между ЕАЭС и третьими странами полноценно действуют преференциальные соглашения с Вьетнамом, Ираном и Сербией, в то время как подписанные в июне 2025 преференциальные соглашения с ОАЭ и Монголией находятся на стадии ратификации в государствах-членах ЕАЭС.

К концу 2025 года запланировано подписание преференциального соглашения также с Индонезией. Кроме того, в 2025 году активизировался переговорный процесс с Индией, а также начата работа совместной исследовательской группы с Тунисом.

Суммарно на страны, с которыми у ЕАЭС заключены преференциальные соглашения, приходится порядка 15% внешнеторгового оборота евразийского интеграционного объединения.

Если говорить о драгоценных металлах, драгоценных камнях и ювелирных изделиях (далее — ДМДК), то беспошлинная торговля таких товаров, классифицируемых 71 группой ТН ВЭД ЕАЭС, широко предусмотрена преференциальным соглашением с ОАЭ, усечённо — с Вьетнамом и частично — с Индонезией.

Столь широкая номенклатура ДМДК была включена по настоятельному требованию в преференциальное соглашение с ОАЭ Эмиратской стороной, в то время как, учи-



ИЛЬИНА М.Ю.,
председатель Комитета по стратегии, планированию, цифровизации и «зонтичному бренду» Евразийского ювелирного экспортного бюро, к.э.н., старший преподаватель кафедры «Государственное и муниципальное управление» Финансового университета при Правительстве Российской Федерации
Maria.ilyina02@gmail.com

тывая стратегический характер ДМДК для обеспечения экономической безопасности стран ЕАЭС, ювелирным сообществом ряда стран ЕАЭС и национальными регуляторами, в частности — Российской Федерации и Республики Беларусь, консолидированно неоднократно была высказана позиция о преждевременности введения режима беспошлинной торговли с ОАЭ и необходимости исключения драгоценных металлов и ювелирных изделий из-под режима свободной торговли, а также установления соответствующих критериев определения страны происхождения в отношении алмазов.

Такой подход и консолидированная позиция регуляторов России и Беларуси, а также ювелирного сообщества ряда стран ЕАЭС была обусловлена необходимостью обеспечить всесторонний учет национальных интересов стран-участниц евразийской интеграционной «пятерки»,



РУССКИЕ САМОЦВЕТЫ

КОЛЛЕКЦИЯ
HERITAGE

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

в частности национальных интересов стран, добывающих, перерабатывающих и производящих ДМДК.

В этой связи хотела бы остановиться на трех важных, на мой взгляд, аспектах.

Первое. Сегодня ювелирная промышленность ОАЭ вносит значительный вклад в экономику стран Совета сотрудничества арабских государств Персидского залива.

В структуре экспорта ОАЭ золота, ювелирные изделия и бриллианты составляют порядка 20%.

По мнению самих арабских представителей - экспертов Dubai Gold & Jewellery Group, объем производства ювелирной продукции будет ежегодно расти на 10-15%, что подтверждает высокую динамику сектора производства ювелирных изделий. В свою очередь, Дубай остается привлекательным центром для инвестиций в ювелирное производство и торговлю.

Соответственно, беспошлинная торговля ДМДК с ОАЭ аккумулирует риски и угрозы для экономической безопасности, особенно для Российской Федерации в части снижения конкурентоспособности, преимущественно ее ювелирной промышленности, учитывая, что действующее пока еще до ратификации всеми странами-участниками ЕАЭС преференциальное соглашение с ОАЭ обеспечивает тот самый «заградительный барьер». Что касается беспошлинной торговли с ОАЭ драгоценными металлами, в частности аффинированными драгоценными металлами, то здесь было найдено компромиссное решение, учитывающее интересы Сторон преференциального соглашения – обязательный переаффинаж драгоценных металлов, ввозимых на таможенную территорию ЕАЭС. Такая мера носит зеркальный характер для Сторон соглашения о свободной торговле.

Справедливости ради необходимо отметить, что преференциальные соглашения, в том числе с ОАЭ, предусматривают особые критерии определения страны происхождения товаров и возможность защиты национального производства посредством введения двусторонних защитных мер, частично нивелирующие риски нанесения ущерба национальным отраслям экономики. Однако такие защитные меры и критерии определения страны происхождения не смогут обеспечить соответствующую защиту внутреннего рынка ЕАЭС, учитывая их временный характер (сроком до трех лет) и сложнодоказуемый процесс так называемого экономического «расследования» нанесения ущерба.

Так, например, двусторонняя защитная мера не может быть применена в течение первого года с момента вступления в силу преференциального соглашения с ОАЭ.

Сторона, применяющая меру свыше двух лет, постепенно либерализует ее через равные годовые интервалы в течение периода применения. Кроме того, двусторонняя мера не применяется более двух раз в отношении одного и того же товара при условии, что двусторонняя защитная мера не применяется в отношении одного и того же товара повторно в течение срока, равного сроку действия предыдущей двусторонней защитной меры.

По окончании действия двусторонней защитной меры ставка таможенной пошлины устанавливается на уровне, который действовал бы на дату окончания действия меры (то есть 0%).

Но самое главное, учитывая специфику и особенность ДМДК в части контроля, одним из факторов риска беспошлинной торговли с ОАЭ является обеспечение достоверности подтверждения производства драгоценных металлов и ювелирных изделий в ОАЭ. Речь, безусловно, не идет о доверии или недоверии к нашим партнерам, а – о действующей мировой практике в большинстве стран в вопросах выдачи сертификатов СТ-1, которая обеспечивается на заявительной основе, в отличие от практики Российской Федерации.

Второе. Несмотря на то, что действующее преференциальное соглашение с Вьетнамом предусматривает беспошлинную торговлю в отношении ювелирных изделий, необходимо отметить, что беспошлинный ввоз на таможенную территорию ЕАЭС ювелирной продукции обеспечивается с 2025 года согласно условиям поступательного снижения ввозной таможенной пошлины в рамках тарифных обязательств ЕАЭС.

Благодаря действующей до 2024 года ввозной таможенной пошлине объем ввоза на территорию ЕАЭС ювелирных изделий не осуществлялся, в то время как Вьетнам наращивал свой экспорт ювелирной продукции.

Вместе с тем, не стоит забывать, что суммарный экспорт ювелирных изделий Вьетнамом составляет менее 0,5% мировой торговли, что не сопоставимо с потенциалом ОАЭ и его растущей роли в качестве мирового центра по производству и торговле ДМДК.

Статистика подтверждает факт торговли ОАЭ ювелирными изделиями со странами, с которыми у страны существует зона свободной торговли. Это свидетельствует и подтверждает существенную заинтересованность ОАЭ в либерализации рынка ЕАЭС, в частности — Российской Федерации.

Третье. Когда речь идет о ДМДК в логике беспошлинной торговли между ЕАЭС и третьими странами, в частности и особенно для Российской Федерации как одной из крупнейших стран по добыче и производству золота, добыче природных алмазов, принципиально важно в рамках переговорного процесса не забывать о стратегическом характере этих товаров для обеспечения экономической безопасности добывающих и перерабатывающих ДМДК стран-участниц ЕАЭС, в том числе учитывая промышленные возможности и потенциал стран-участниц ЕАЭС в сфере производства ювелирных изделий.

Резюмируя сказанное, следует отметить, что решения о формировании перечней тарифных уступок в рамках преференциальных соглашений должны способствовать развитию национальных отраслей отечественной промышленности стран-участниц в сфере ДМДК, наращиванию их производства, повышению товарооборота и привлечению инвестиций, с безусловным учетом национальных интересов каждого из государства-члена ЕАЭС.



ГРИНГОР
St. Petersburg

*Мода проходит —
драгоценное вечно*



СЕРЕБРО С БРИЛЛИАНТАМИ



**ПОСТАВЩИК РОССИЙСКОГО
ИМПЕРАТОРСКОГО ДОМА**

191144, Санкт-Петербург, ул. Моисеенко, 22, лит. Д

Тел.: (812) 318-18-99, 318-19-39

www.грингор.рф

Что такое «Гильдия ювелиров России» и зачем она нужна бизнесу?



«Все хитрят. Надо просто найти оптимальный вариант для того, чтобы и потребитель получал выгоду, и чтобы государство не только не страдало, а отрасль развивалась»

Президент РФ В. В. Путин на встрече
с членами «Деловой России» 13 мая 2025 г.

Приближается очередное отчетно-выборное собрание Ассоциации «Гильдия ювелиров России». Лучшего момента для осознания роли Гильдии не придумать.

ВСЕ ХИТРАТ

Трудно не согласиться с высказыванием нашего Президента, приведенным в эпиграфе. Увы, всем приходится хитрить ради своих интересов. Бизнес вынужден искать пути минимизации издержек, придумывая законные, но относительно честные схемы.

Регулятор (Минфин России) вынужден обосновывать введение все новых актов, ужесточающих требования, необходимостью борьбы с нелегальным оборотом, который от усиления административной нагрузки может, напротив, расти.

Контрольно-надзорный орган (ФПП) хитрит, апеллируя к необходимости защиты интересов потребителя, хотя главный интерес у потребителя — минимальная цена при должном качестве, которая как раз и подрастает из-за усиления контроля.

А потребитель, т.е. конечный покупатель ювелирных изделий, может хитрить только с самим собой, убеждая себя, что и в самом деле на китайском маркетплейсе за три копейки удалось приобрести сокровище.

Отдельный вопрос — статистика. Она крайне необходима для оценки текущей ситуации, но, как мы знаем, сегодня официальная статистика по отрасли либо закрыта, либо дозировано подается в форме, удобной для отчета об успехах госорганов «наверх». С пониманием отношусь к тому, что у каждого участника рынка есть разумные опасения не рассказывать слишком много. Но «обратная связь о фактическом здоровье рынка» Гильдия очень важна для предъявления аргументов в спорах.

Как бы то ни было, но оптимальный для всех вариант искать и находить все-таки нужно. И роль Ассоциации состоит в том, чтобы донести до регулятора и контрольно-надзорного органа предложения по такому решению, которое было бы наименее болезненно для бизнеса, но не наносило бы ущерб реальным интересам государства. Т.е. Ассоциация должна помогать госорганам искать тот самый компромисс, о необходимости которого говорит глава государства.

ЧТО МОЖЕТ ГИЛЬДИЯ?

По счастью, государство предоставляет бизнесу право голоса в решении отраслевых регуляторных вопросов. Но — по определенным правилам. Правила эти можно кратко описать так: для отстаивания интересов бизнеса в любой из сфер экономики есть «большая четверка», четыре основных института: интересы крупного бизнеса доносит власти РСПП, интересы среднего — «Деловая Россия», а интересы малого бизнеса — ОПОРА России. При этом Торгово-промышленная палата РФ может доносить интересы бизнеса любого масштаба. Как показывает практика, сегодня ТПП РФ является наиболее эффективной площадкой из «большой четверки».

Также, отраслевые регуляторы (т.е. министерства) в отраслевом разрезе выслушивают мнения ведущих отраслевых общественных организаций. В ювелирной сфере, для Минфина России, таковой является, прежде всего, старейшая отраслевая организация — Ассоциация «Гильдия ювелиров России». Почетно и очень ответственно.

Что здесь важно учитывать: если вы член какой-либо организации из числа «большой четверки», то ваш голос и ваши «хотелки» могут оказаться незамеченными на фоне десятков тысяч голосов и «хотелок» других членов из других отраслей. И чтобы ваш голос оказался не только услышанным, но и чтобы последовала реакция на



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

ваше обращение, вам необходимо быть в таких организациях не рядовым членом, а состоять в руководстве этих организаций.

Пример налицо: Председатель Ассоциации «Гильдия ювелиров России» Флун Гумеров является также членом Координационного совета «Деловой России», благодаря чему он и получил возможность прямого обращения к Президенту РФ В. В. Путину в 2023 году. Следствием этого, как мы знаем, стало радикальное послабление регулирования оборота изделий из серебра, вплоть до возвращения прав на применение специальных налоговых режимов тем, кто работает только с серебром. Но нужно понимать: ежегодный членский взнос Флуна Фагимовича (как члена Координационного совета «Деловой России») — 2 млн рублей, а со следующего года ежегодный взнос увеличится до 5 млн рублей. Впечатляет?

Со всем другим делом — членство в отраслевой общественной организации, каковой является Ассоциация «Гильдия ювелиров России». Здесь установленная цена членства составляет от 20 до 100 тыс. рублей в год, в зависимости от масштаба бизнеса, и голос каждого члена непременно слышен. Более того, исполнительный аппарат Ассоциации очень просит членов самим поднимать волнующие их вопросы. Ведь только «на местах» картина регулирования отрасли видна в реальности!

В Гильдии текущую повестку дня формирует руководящий орган — Совет Ассоциации. Членство в Совете Ассоциации стоит всего 250 тыс. рублей в год (сравните с «Деловой Россией»!). Этот взнос давно уже не корректировался с учетом инфляции (как и все членские взносы). При этом голос члена Совета Ассоциации — это прямое указание аппарату организации принимать все возможные меры для решения поставленного вопроса. Правда, только после положительного голосования на заседании Совета Ассоциации.

Как было отмечено выше, государство особенно уважает мнение «большой четверки», особенно когда речь идет уже не об обращении к отраслевому регулятору, а о посыле Правительству и Президенту РФ. Здесь у Ассоциации «Гильдия ювелиров России» есть мощные возможности для работы через «Деловую Россию», в которой Флун Гумеров не только член Координационного совета, но и Председатель Комитета по ДМДК, ювелирному искусству и народно-художественным промыслам. Исполнительный директор Гильдии Владимир Збойков также является исполнительным директором упомянутого комитета «Деловой России».

Аналогично дело обстоит и со взаимодействием с Торгово-промышленной палатой РФ, где Флун Гумеров и Владимир Збойков являются членами влиятельного отраслевого Комитета по ДМДК.

Наконец, очень мощным инструментом отстаивания интересов бизнеса сегодня работает «Регуляторная гильотина» в виде функционирования Рабочей группы по драгоценным металлам и драгоценным камням при Правительственной комиссии по проведению админи-



Владимир Збойков,
Исполнительный директор Ассоциации
«Гильдия ювелиров России»

стративной реформы. В этой рабочей группе Флун Гумеров и Владимир Збойков являются полноправными членами с правом голоса. Так что инструменты отстаивания интересов отраслевого бизнеса у Гильдии есть. Вопрос в том, а что отстаивать?

ОТРАСЛЬ ОДНА, НО БИЗНЕСЫ РАЗНЫЕ

Заступая на пост исполнительного директора Ассоциации, автор этих строк приложил немало усилий, чтобы в Уставе Ассоциации должность «генеральный директор» заменить на должность «исполнительный директор». Суть такой замены — подчеркнуть коллективную форму управления организацией, где высший орган — Общее собрание — утверждает генеральную линию развития, а в текущих периодах все решения принимает Совет Ассоциации.

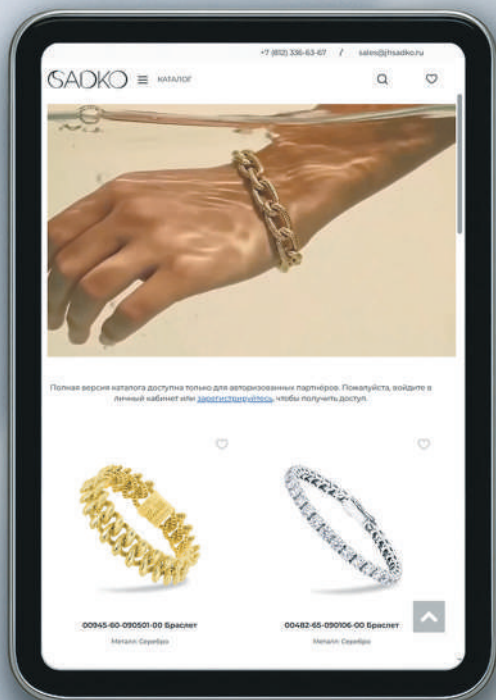
Это важно, т.к. не все участники рынка понимают, что членство в Гильдии — это де-факто оплата услуг, которые Ассоциация должна им оказать в виде отстаивания их регуляторных интересов. Но интересы эти у каждого участника рынка ДМДК свои. Что имеем на рынке?

1. Сегодня уже завершилось могучее противостояние малых и крупных игроков. Правда, с большими потерями для малых после принятия закона 47-ФЗ. К великому сожалению. Ничто так не «разорвало», не навредило ювелирному рынку, как это противостояние...
2. Оффлайн-торговля против онлайн-торговли. Правда есть и у той, и у другой стороны. А помогать кому, на чьей стороне выступать Гильдии?
3. Производители против импортеров. В отличие от упомянутых выше противоречий, это противостояние было и раньше. Но преференциальное соглашение с ОАЭ его обострило до предела. Ассоциация прежде всего на стороне российских производителей, но учитывает, что импортировать вставки и комплектующие нашим производителям все равно приходится.
4. Торговля против производителей. Пока не былоонлайн торговли, не было и этой проблемы — продажи

SADKO
ЮВЕЛИРНЫЙ ДОМ

Выставка доступная 24/7

Виртуальная витрина - без очередей и суеты!



Вход только для ПАРТНЕРОВ
Зарегистрируйтесь на сайте www.jhsadko.ru
и получите полный доступ к ассортименту



Сканируйте QR-код
и переходите на сайт

от производителей шли в основном через оптовиков, а сами производители напрямую на розничный рынок не выходили. Теперь выходят...

5. Импортёры через границу РФ против импортёров через страны ЕАЭС. Хотя в этом вопросе, наверное, правильнее было бы написать «государство против импортёров через страны ЕАЭС». Кто-то и сегодня работает через российскую таможню, а кто-то не хочет КТС и ввозит через Армению. Отсюда и различие интересов игроков к новым обсуждаемым нормам законодательства.
6. И все эти противоречия внутри нашего «ювелирного цеха» существуют на фоне самого главного противоречия: «интересы контроля и надзора против интересов развития».

Почему так получилось, что в интересах государства контроль и надзор в отрасли ДМДК имеют у нас приоритет над развитием, вопрос исторический — так было у нас всегда. С советских времен, а частично, даже с царских. Федеральная пробирная палата гордится историей надзора, начавшегося с указа Петра I, изданного в 1700 году.

А можно как-то иначе регулировать сферу драгоценностей? Как нам представляется, можно, и, наверное, даже успешно, но это тема другой статьи, для других времен. Однако имеем то, что имеем, и в этом никак нельзя винить ни сегодняшнего Минфин, ни ФПП — так уж у нас исторически сложилось.

Минфин, кстати, в рамках данной парадигмы очень честно пытается находить наиболее приемлемые для бизнеса решения, и Ассоциация тесно взаимодействует с регулятором. С ФПП взаимодействие тоже складывается, но сложнее — наверное, в силу контрольно-надзорных задач этого органа как главенствующих.

Так что, констатируя очевидный факт «тяжело всем», каждому участнику рынка тяжело по-своему, со своим набором регуляторных проблем. Работать над которыми Ассоциация готова, но если эти проблемы подняты конкретными членами Ассоциации.

ЧТО ИМЕННО ДОЛЖНА ОТСТАИВАТЬ ГИЛЬДИЯ?

Казалось бы, очевидный вопрос. Да, был бы он очевидным, если бы не шесть пунктов противоречий, которые упомянуты выше. Ассоциация, прежде всего, отстаивает интересы своих членов. Но они из разных секторов отрасли, иногда противоположные. Есть, конечно, и общие для всех участников рынка ДМДК интересы, но много и специфических, работать по которым также можно, если есть запрос от конкретного члена.

Приведу актуальный пример: с 1 марта 2026 г. при ввозе в РФ драгоценных камней из стран ЕАЭС (например, Республики Армения) начнет применяться процедура подтверждения их классификационных характеристик, так называемая «сертификация камней». Сначала — только для бриллиантов. Ввозить камни через Армению станет хлопотно и затратно. Гильдия может сегодня приложить усилия,

чтобы облегчить эту процедуру. А может ничего не предпринимать, оставив тему полностью «на откуп регулятору».

А чего хочет бизнес? Автор этих строк летом провел много встреч с участниками рынка, ввозящими камни через Армению и не только. Почти все они даже не слышали об инициативе регулятора, но, узнав о ней, не на шутку встревожились. Естественно, я пригласил их вступить в Гильдию, чтобы отстаивать свои интересы. И что же, вступили? Ни одного — никто не вступил!

Но есть и другая заинтересованная сторона в этом бизнесе — игроки рынка, которые и сейчас ввозят камни напрямую через границу РФ. Так вот они, напротив, очень довольны инициативой Минфина, ведь конкурентам будет тяжелее работать! Впрочем, и из «этого лагеря» в Гильдию тоже никто не вступил.

Значит, в отсутствии интересантов среди своих членов Ассоциация будет в этом вопросе исходить исключительно из интересов конечных потребителей импортируемых камней — граждан, покупающих ювелирные изделия. Которым, в силу вводящихся норм регулирования, точно придется платить больше за украшения с камнями. А чем больше цена ювелирных изделий российского производства, тем меньше на них спрос на розничном рынке, который становится уже. Значит, сопротивление вводимой норме находится в интересах как отечественных производителей ювелирных изделий, так и ювелирной торговли.

Понятно, почему участникам рынка ДМДК полезно вступать в Гильдию?

ЧЕГО УДАВАЛОСЬ ДОБИТЬСЯ ГИЛЬДИИ?

«По мелочи» — очень много. Нет смысла в этой статье перечислять случаи, когда благодаря работе Ассоциации удалось подправить ту или иную норму в обсуждаемом проекте нормативно-правового акта регулятора. Это рутинная, повседневная работа Ассоциации — следить за тем, что появляется у регулятора нового, и отстаивать минимизацию усиления административной нагрузки на бизнес. Как известно, большое из малого складывается. Так что итоговый результат очень ощутимый.

Важно отметить, что основные достижения Гильдии не в том, какие из уже действующих «плохих норм» удалось отменить, а в том, проекты каких «плохих норм» удалось не пропустить. Такие уж времена — не столько боремся за «лучшее будущее отрасли», сколько за то, чтобы не стало совсем невыносимо работать на рынке. Понимаю, что кому-то и сегодня уже невыносимо трудно. Но без работы Ассоциации было бы еще тяжелее...

А что касается «эпохальных» достижений Ассоциации, то достаточно вспомнить хотя бы самое «крутое» достижение последних двух лет — радикальное облегчение работы на рынке изделий из серебра и возврат участникам этого рынка прав на применение специальных налоговых режимов. Как упоминалось, благодаря огромной работе, проделанной Ассоциацией, и личному (в том числе, как сказано выше, финансовому) вкладу Флуна Гумерова.



ПРИВОЛЖСКИЙ ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД

КРАСНАЯ ПРЕСНЯ

ОСНОВАН В 1940 ГОДУ



Приволжский ювелирный завод «Красная Пресня», известный своими традициями в создании высокохудожественных скульптурных презентационных предметов столового серебра, представляет две эксклюзивные новинки: стопки «Охота» и «Рыбалка», выполненные из металла с применением техники серебрения и оксидирования.

Стопка «Охота» – словно ожившая картина Василия Перова «Охотники на привале», где дух азарта и единения с природой сплетаются воедино. Она напоминает нам, как важно «любить поэзию охоты», отрешившись от мирской суеты, ощутить себя частью первозданного мира. Издревле охота была делом сильных духом, настоящих мужчин. Стопка «Охота» станет тем самым ценным и памятным знаком внимания, который подчеркнет глубину вашего уважения к его увлечению.

Стопка «Рыбалка» – настоящий талисман для ценителей тихой заводи и шелеста камышей. Для тех, чей отдых немислим без удочки в руках и умиротворяющей глади воды. Чем же порадовать рыбака, грезящего о заветном улове? Можно преподнести полезный аксессуар, облегчающий процесс ловли, а можно – подарок для души, способный затронуть самые сокровенные струны. Ювелиры «Красной Пресни» предлагают идеальное решение – изящную стопку «Рыбалка», покрытую серебром, – достойный подарок для настоящего ценителя прекрасного.

E-MAIL: KR-PRESNYA.RU
WWW.KR-PRESNYA.RU

155550, РОССИЯ, ИВАНОВСКАЯ ОБЛ.,
Г.ПРИВОЛЖСК, УЛ. ФАБРИЧНАЯ, 10

ОТДЕЛ МАРКЕТИНГА:
ТЕЛ.: 8-920-378-33-90, 8-800-550-26-86

ПЕРВЫЙ ФИРМЕННЫЙ МАГАЗИН КОМПАНИИ «ЦИРКОН С»: ПРОСТРАНСТВО ВДОХНОВЕНИЯ И ИЗЫСКАННОСТИ

Ровно тридцать лет назад, основатель компании «Циркон С» Сергей Владимирович Куколевский положил начало семейной истории, связанной с созданием уникальных украшений из серебра. Сегодня эстафету принял его сын, Антон Сергеевич Куколевский, продолжив дело отца с новой энергией и свежими идеями.



Именно благодаря совместным усилиям двух поколений была реализована идея открытия первого фирменного оптово-розничного магазина компании. Это событие стало символическим не только для семьи Куколевских, но и для всех поклонников творчества «Циркон С».

На церемонии официального открытия, которая состоялась 12 августа 2025 года в центре Санкт-Петербурга в ТК «Владимирский Пассаж» по адресу: Владимирский проспект, д. 19 нам удалось встретиться с основателем бренда Сергеем Владимировичем Куколевским и задать ему несколько вопросов.

— Почему именно сейчас возникла необходимость открыть собственный магазин?

Сергей Владимирович улыбается, вспоминая сомнения и внутренние споры внутри семьи:

— Знаете, иногда дети лучше видят будущее, чем мы, взрослые. Когда Антон предложил идею собственного магазина, признаюсь честно, сначала воспринял это скептически. Я думал, зачем нам рисковать и тратить ресурсы на новую точку сбыта, когда наши оптовые продажи стабильно росли десятилетиями?



Но оказалось, времена меняются быстрее, чем кажется. Мы поняли, что наша продукция заслуживает прямого контакта с конечным клиентом. Нужно лично видеть реакцию покупателей, слышать их пожелания, развивать доверительные отношения с теми людьми, которые любят наше творчество. Вот почему решили попробовать, хотя это решение было непростым и долго созревало. Антон же быстро понял, что рынок меняется, клиент становится требовательнее, запросы растут. Нужны свежие решения, чтобы идти в ногу со временем.



— Расскажите, в чем главная идея вашего нового магазина?

— Основная концепция нашего фирменного магазина заключается в возможности «увидеть вживую». Никакой виртуальный шопинг не способен заменить личное знакомство с изделиями. Камни, которые мы используем, обладают уникальной природной красотой, и ни фото, ни видео не смогут передать их неповторимость. Только в магазине вы сможете своими глазами оценить их оттенки, игру света и текстуру.

— Почему так важно увидеть изделия лично?

— Когда вы держите украшение в руках, примеряете его, чувствуете вес металла и гладкость поверхности, создается особая связь с изделием. Это совсем другой опыт, чем просто смотреть на изображение на экране. Ощущения, которые вы получаете при личном контакте, важны как для розничных клиентов, так и для наших оптовых партнеров. Они могут спокойно оценить товар, подобрать подходящий ассортимент и убедиться в высоком уровне исполнения.



— А что вы предлагаете тем, кто только начинает знакомство с вашей продукцией?

— Одним из наших преимуществ является профессионализм консультантов. Они не только расскажут историю каждого изделия, но и помогут подобрать подходящее украшение, расскажут, как за ним ухаживать, и учтут все предпочтения клиента. Наши специалисты умеют находить подход к каждому гостю, что создает действительно комфортную атмосферу для выбора.

— То есть в виртуальном формате такого не добиться?

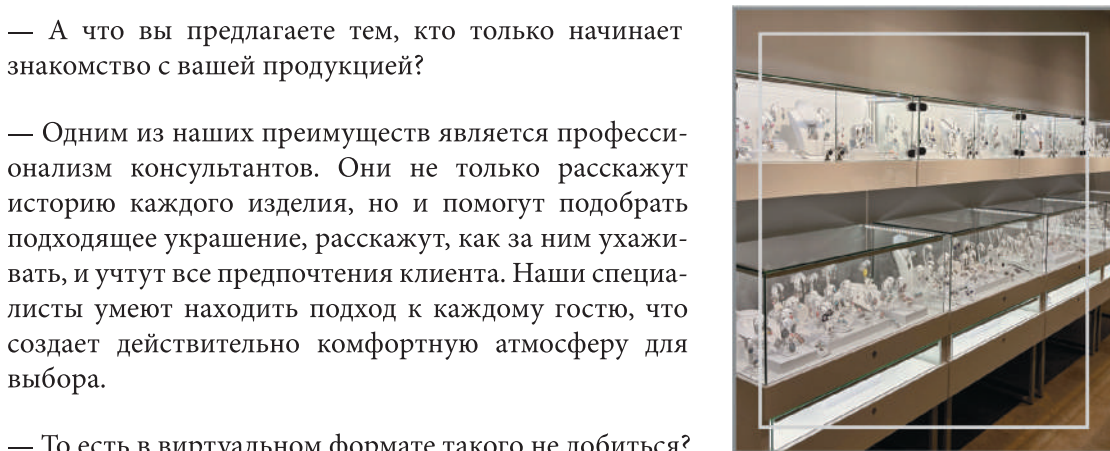
— В виртуальном формате легко и удобно выбирать и покупать стандартные, типовые вещи. Мы же, благодаря неотрывной связи с собственным производством, способны предложить покупателям настолько большое разнообразие сочетаний форм, цветов, фактур и материалов, что их невозможно просмотреть на экране и в тоже время легко и комфортно оценить вживую.

— Как вы относитесь к новым технологиям, которые внедряются в компанию?

Сергей задумчиво смотрит вдаль, словно мысленно возвращаясь в прошлое:



— Ну, конечно, когда-то и электроинструменты казались чудом техники... Новые подходы и инструменты помогают бизнесу развиваться. Конечно, поначалу было непросто привыкнуть к таким вещам, как онлайн-продвижение и автоматизация процессов. Однако Антон убедительно доказал эффективность цифровых технологий, и теперь я сам вижу, насколько они полезны. Главное — помнить, что техника должна служить людям, а не наоборот.





Передача опыта новому поколению.

Очевидно, что опыт старшего поколения дополняется знаниями молодого руководителя. Благодаря этому синергетическому эффекту, компания смогла перейти на качественно иной уровень взаимодействия с рынком и своими клиентами.

Сегодня, чуть более месяца после торжественного открытия магазина, сотрудники отмечают растущую популярность пространства среди любителей качественных серебряных украшений. Новое пространство удобно не только розничному покупателю, а прежде всего оптовым клиентам, которые имеют возможность производить отборку товара в новой удобной локации, клиентов привлекает не только красота самих украшений, но и атмосфера доверия и заботы, которой пропитана каждая деталь оформления магазина.

Будущее начинается сегодня!

Новаторские шаги, предпринимаемые Антоном Куколевским, свидетельствуют о готовности «Циркон С» соответствовать современным требованиям и ожиданиям аудитории. Отныне клиенты смогут наслаждаться непосредственным контактом с продукцией компании, знакомиться с новыми коллекциями и получать удовольствие от процесса выбора и покупки настоящих произведений ювелирного искусства.

Сергей Владимирович уверен, что компания продолжит радовать поклонников качественным серебром и искусством мастерски обработанных природных камней. А главное — укрепит свою репутацию надежного партнера и создателя долговечных ценностей, передаваемых из поколения в поколение.

Пусть история продолжается!



Ждём вас по адресу:
ТК Владимирский Пассаж,
Владимирский проспект, д.19.

vk.com/zircon_s
t.me/serebro_zircon

zircon-s.ru



8-800-300-39-68



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

СЕЗОН СЕРЕБРА ОБЪЕДИНЯЯ МАСТЕРОВ



Воплощение петербургского
сплина — романтический
ангел-хранитель магазина —
кукла Сезония, получила
постоянную прописку
в витрине еще в 2019 году.

Непросто сохранять оптимизм, когда по соседству закрывается знаковый ювелирный салон, своеобразная легенда Северной Пальмиры, просуществовавший на этом месте более полутора веков. Закрывается не от несостоятельности рисунка бизнеса, а от невозможности продолжения работы в изменившихся условиях. Что хуже всего, это событие прошло незамеченным — и власти, и пресса обошли его своим вниманием. Между тем, «Российский Ювелирный Дом», созданный в 1879 году Иваном Хлебниковым, был для Невского проспекта таким же историческим ориентиром, какими являются магазин Елисеева или кофейня «Вольф и Беранже».

Однако мастера ювелирного дела, которыми во все времена славился Санкт-Петербург, никуда не делись. Мастер не может не работать, ювелирное творчество по-прежнему востребовано, агрессивное продвижение масс-маркета, хоть и изменило расклад на поле российского ювелир-



Лекарство от всех невзгод —
безупречное чувство юмора,
это хорошо знают мастера
компании ЯСПИС.



<http://sezonserebra.ru>

ного рынка, но так и не смогло полностью переломить ситуацию в свою пользу. Покупателей, голосующих за истинное искусство, по-прежнему много.

Магазин-музей СЕЗОН СЕРЕБРА позиционировался изначально как салон фирменной торговли двух авторитетных петербургских производств — «Вега» и «Циркон С», хорошо известных ценителям ювелирного искусства. Однако с первых дней основатели магазина не стали ограничивать выкладку витрин исключительно собственной продукцией, а пригласили к сотрудничеству друзей-коллег, самых ярких представителей ювелирной школы города на Неве — компании Fillart, «Яспис», «Невский-Т», «ФИТ», «Грингор», всего почти три десятка брендов, которые отвечают главному



Серебро, безусловно, самый дизайнерский ювелирный металл, однако и он готов уйти на второй план перед мастерством огранки.



«Музыкальные» серебряные композиции «БЕРЛИОЗ» (ВЕГА) (сверху) и «СИБЕЛИУС» (ЯСПИС).

девизу салона *«Настоящее петербургское серебро»*. Объединив усилия, они смогли удержать магазин в тот самый жесткий период, когда российский рынок потерял больше половины малых ювелирных предприятий. А вскоре и в среде главных оппонентов стали заметны признаки перегруппировки сил. Маятник качнулся в обратную сторону, но пока трудно прогнозировать перспективы этого процесса.

Никакой волшебной палочки не предвидится, в сфере ДМДК законодательный кризис и не думает заканчиваться. Обычно в таких ситуациях говорят про «свет в конце туннеля», но, кажется, в данной ситуации точнее будет другая аналогия — появление первых признаков рассвета. Хотя и туч, закрывающих солнце, пока предостаточно.

Олег Подгурский

ФИЛЛАРТ. ГОРОД ЦВЕТНЫХ КОТОВ



Лариса Фролова и Филипп Колоницкий,
ювелирный бренд ФИЛЛАРТ

Когда ты живешь в городе, над которым своевольно хозяйничают свинцовые тучи, рассветы перебирают все оттенки серого, а брусчатка после дождя хоть и блестящая, новсервночерная — волей-неволей приходится самому заботиться о цветном содержании своей жизни.

Казалось бы, архитекторам достаточно было вспомнить, какое впечатление произвели на них еще в детстве Дорога-Из-Желтого-Кирпича или — позже — вымощенные мелкими цветными камешками улицы города Ехо, затерянного в лабиринте фантастических миров Хумгата. Но даже при таких подсказках дела с цветом обстоят не лучшим образом.

Там, где отворачиваются архитекторы, за дело берутся ювелиры. Студия ФИЛЛАРТ — истинные Мастера Цвета. Горячая эмаль, вплавленная в серебро — технология сложная, требующая помимо профессиональ-

ных навыков, значительно большего времени и немалой интуиции. Однако тут есть за что бороться: этот материал обладает поистине бесконечной палитрой оттенков и дает полную свободу художникам, придумывающим новые колористические решения. А недавно в их арсенале появился новый прием — нано-керамическое покрытие, зрительно придающее изделиям особую «мягкую» фактуру.

Привыкайте к красочному миру. Ходить по дорогам, вымощенным цветным камнем — гораздо веселее и легче. А если в этой прогулке вы встретите цветных котов, знайте — это хорошая примета и ваш день точно сложится... вполне возможно, что и не только день.

Олег Подгурский



Цветные коты — несомненно, хорошая примета,
которую можно носить с собой



ВЕГА. ТАЙНЫ ТОНКОГО БАЛАНСА



**Серьги ЭЙЛЕР
арт. 4144**



Истинно
вдохновенное
ювелирное
произведение
не просто украшает
владелицу,
оно меняет осанку,
посадку головы,
походку и даже блеск
глаз.



Каждый из нас был свидетелем моментов, особых состояний вроде бы привычных пейзажей или даже бытовых картин, которые меняют восприятие мира и служат темой рассказов друзьям и родственникам. Утренний туман, который гасит все звуки и перерисовывает пастелью привычный пейзаж, огонь отражений, который разжигает в оконных стеклах закатное солнце... даже шипение убежавшего кофе может спровоцировать рождение нового образа.

Поэт Евгений Евтушенко в одном из первых своих американских турне был настолько очарован золотыми легкими шарами длинных сережек стюардессы, которые гипнотически качались перед ним, что он забыл про время и все неудобства длинного перелета и даже посвятил этому целую главу книги. Потом из подобных впечатлений появились психоделические кинетические скульптуры-мобили, которые очень быстро обосновались и в ювелирном пространстве.

Сегодня украшению мало дизайна форм, для успеха необходимо содержание или даже высший пилотаж — новое состояние. Дизайн изделий «Веги» всегда был сродни джазовым композициям, в которых свободное плетение нот выводит и исполнителя и слушателя на новые горизонты восприятия музыки. Для создания таких украшений невозможен точный предварительный рисунок, их окончательный облик рождается прямо под штихелем мастера. Вот и в новых моделях «Веги» ювелиры смогли «оторваться» от статики металла: и теперь, забыв о серебре и камне, мы следим за зыбкой динамикой танцующих элементов гарнитуров «Иллюзион» или «Эйлер».



Лидия Рожкова
владелец
и руководитель
компании ВЕГА



**Серьги
ИЛЛЮЗИОН
арт. 4141**

<http://vega-serebro.ru>

Олег Подгурский

ТАРАСОВЫ. ВРЕМЯ ДОГОНЯЕТ МОДЕЛЬ

Инопланетные абрисы украшений самых титулованных художников-ювелиров — сестер Натальи и Татьяны ТАРАСОВЫХ (бренд НЕВСКИЙ-Т), несмотря на кажущуюся простоту и лаконичность, повторить невозможно, ведь для этого придется найти и приоткрыть тайные двери, а за ними самим пройти непростыми тропами к самым границам жанра, при этом умудриться по возвращении не растерять обретенные сокровища. В суматохе выставки нам все же удалось поговорить с Натальей ТАРАСОВОЙ о творчестве и реалиях российского ювелирного рынка, представляем фрагмент интервью.

Авторская примерка премиум-модели — экзамен и для Натальи ТАРАСОВОЙ и для самого украшения



FOR FORM
пародоксальная модель,
удостоенная ювелирного
«Оскара»

ОП. Наталья, ваши премиум-модели берут призы на российских и международных конкурсах и одновременно бренд НЕВСКИЙ-Т выпускает серийные ювелирные украшения. Сложно ли одними и теми же руками делать настолько разные вещи?

НТ. Задачи разные, в самом деле. Невозможно сидеть всё время в маленьком масштабе. Иногда хочется сделать что-то совсем другое. А разные направления дают тебе возможность переключиться, если хотите — отдохнуть.

ОП. Но ведь такие вещи вы не продаете?

НТ. Мне не нужно, чтобы меня покупали, мне нужно, чтобы меня коллекционировали. Эти вещи — коллекционные. Они специально сделаны непродажными. На них отработываются новые идеи, формообразование, цветообразование... Творишь

без ограничений и потом возвращаешься в сферу серийного производства с новыми навыками, технологиями.

ОП. На талантливое произведение нужен продвинутый зритель.

НТ. Вы правы. Некоторые наши изделия остаются в тени годами и потом после десяти-двадцати лет выстреливают почти ажиотажным интересом. **Время догоняет модель.** Проходит время и люди начинают принимать идеи, которые ранее яростно отвергали: поперечный кольца, новые материалы и т.д. Внедрение нового происходит естественным путем. Всегда есть люди с прогрессивным вкусом и мышлением, они как правило являются и первыми потребителями плодов эксперимента. Остальные подтягиваются со временем. Для прогресса в целом, очень важна насмотренность и эстетическое воспитание. Обратитесь хотя бы к Черниговской.

Если бы в России было реальное эстетическое воспитание высокого уровня, сегодня мы бы имели продвинутого, точнее, просвещенного покупателя.

Даже таким моделям порой требуется время, чтобы добраться до сердца

покупателя

24 | русский ювелир | сентябрь 2025

<http://nevsky-t.ru>

ОП. Что мешает его вырастить в нашем уже, кажется, цивилизованном обществе?

НТ. Начиная со стоимости билетов. Сколько раз в месяц, в год семья из четырех человек в состоянии посетить хотя бы основные музеи? А если речь идет о формировании эстетического мышления, юный человек должен в музеях жить. Вход должен быть бесплатным, и не на раз в год, а постоянно и в течение двадцати пяти лет. При чем с экскурсиями, с объяснениями, с ответами на вопросы. И вот тогда эти люди будут понимать, что они берут. Но это — государственная программа, такие вопросы может решить только государство.

ОП. А до того?

НТ. Работаем. И надеемся, что наработанное по крохам не пропадет втуне. Наша задача и наши возможности — делаешь то, что должен, что можешь сделать. Делаешь это честно и через какое-то время кому-то это понадобится, тогда ситуация будет побеждена.

ОП. А рынок может включиться в образовательную историю?

НТ. Рынку это невыгодно. Рынок это чисто деньги. Он вбрасывает те лозунги и слоганы, которые позволяют продать сейчас, сегодня и задорого.

ОП. Продать — что?

НТ. А вот это неважно. В нашем случае — товар, похожий на ювелирные украшения.

ОП. Есть такая шутка про собак-биглей: «Бигль ест все — в надежде, что что-то из съеденного окажется едой»

НТ. Примерно так.

ОП. Припоминается, что в Японии рисование как предмет обязателен на протяжении всего обучения, человек учится не столько кисточкой водить, сколько постигает законы гармонии. А, постигнув, уже не в состоянии сделать плохо...

НТ. А у нас сейчас этого вообще нет! У нас чистописания нет! Люди разучились писать, а это значит, что нарушаются основные нейронные связи «голова-рука». Для того, чтобы нейронные связи возникли, человек должен лепить, рисовать, шить, играть на музыкальном инструменте, красиво,

писать. Иначе голова творить не будет.

ОП. Государство это понимает?

НТ. Умными людьми в принципе сложнее управлять.. видимо развитие не входит в план управления, или это опять какой-то особый путь. В бизнесе государству удобней следить за крупными предприятиями, чем возиться с творческой малышкой. Все идет на укрупнение, на усреднение, на то, чтобы всех поставить под один контроль, расчесать одной гребенкой, поэтому поддержку получают крупные бренды, а для малых предприятий создаются почти невыносимые условия.

ОП. В российской традиции творческой интеллигенции при таких условиях было принято смотреть на Заграницу?

НТ. К сожалению да. Россия за свою историю потеряла огромное количество творцов. И сейчас произошло тоже самое, но в нынешних условиях очень тяжело найти себе применение в других странах. Мир изменился. Кто-то уехал, кто-то вернулся. После нашей вольницы найти себя на Западе очень сложно. У нас реально вольница, свободная страна, много возможностей, которые ограничиваются исключительно совестью человека, его внутренними моральными качествами. Деньги редко уживаются с совестью, а жить как-то надо. Вспомните трагедии Серебряковой, Цветаевой..

ОП. Вернемся к серебру. Мне не простят, если мы ограничим высокими материями и забудем про непосредственно украшения. Все-таки есть и модели, которые сразу завоевали внимание покупателей. Это...?

НТ. Таких изделий у нас много. Например, «Квадраты» с условно-антропоморфным серебряным силуэтом на полированном камне-подушке. Они получают своих покупателей сразу, как только поступают в продажу.

беседовал
Олег Подгурский

Законы, по которым модель становится популярной сразу после выпуска — неведомы



НЕВСКИЙ-Т
ЮВЕЛИРНОЕ ПРОИЗВОДСТВО



Асимметрия как новая норма

Времена строгих правил о том, что и как носить, остались в прошлом. Сегодня мы свободны в выборе аксессуаров, подбирая их под одежду, настроение и повод. Один из заметных трендов — асимметрия в ювелирных украшениях. Вместо чопорной парности и строгой синхронности линий — креативное разнообразие вариантов. Директор компании «ЯСПИС» Ольга Красильникова размышляет о том, почему асимметричные украшения стали настолько популярны.



— На самом деле странно, что именно симметрия так долго задавала тон в ювелирном искусстве, потому что в природе нет идеально симметричных вещей, сам человек далеко не симметричен. Асимметрия — это сама жизнь! Она — проявление индивидуальности. И было бы странно продолжать не замечать этого и не использовать в дизайне украшений.



Серьги «Роботяшки»,
артикул 1913



Подвес «Роботяшка»,
артикул 1910



Серьги «Силуэт с жемчужиной»,
артикул 1802

Тенденция, бросающая вызов выверенным канонам, все быстрее завоевывает новых поклонников. Если изначально, лет 20 назад, примерить асимметричные украшения решалась молодежь, то сегодня даже люди зрелого возраста спрашивают именно такие аксессуары.

В мире, где уникальность ценится выше совершенства, асимметрия становится мощным инструментом самопрезентации. Она позволяет создать собственный нарратив, рассказать историю без слов. И мы, ювелиры, просто поддержали этот запрос, создавая целые коллекции, где каждая деталь существует как самостоятельная единица, но при этом гармонично сочетается с другими. Это новый уровень диалога между ювелиром и потребителем, где правила диктует не традиция, а личное чувство стиля.



Серьги «Дисотека»,
артикул 1698



Серьги «Commedia dell'arte»,
артикул 1951



Серьги «Смертельный номер»,
артикул 1787

Особенно ярко новый тренд проявился в дизайне серег, где парность уступила место художественной свободе. А «сюжетная асимметрия» стала квинтэссенцией этой тенденции. Речь идет не просто о разных формах, а о продуманных мотивах. Например, на одной серьге — миниатюрная фигурка дамы с жемчужиной, на другой — одинокая жемчужина-компаньон.

К слову, если вы нечаянно потеряли серьгу, не обязательно пытаться купить ей замену, можно подобрать что-то подходящее по стилю или камню, и вы будете на пике моды.

Справедливости ради нужно сказать, что тема асимметрии уже не раз появлялась в ювелирном искусстве: вы знаете, что пираты носили с жемчужинкой, а серьгу с барочной жемчужиной. Одну! Просто потому, что найти ей пару было не реально.



Серьги «Па-а-берегусь!»,
артикул 1707

Ещё в викторианскую эпоху дамы носили «сентиментальные» броши-дуэты, объединенные символическим значением, но не идентичные по форме. В 1920-е годы эмансипированные модницы экспериментировали с геометрической асимметрией в духе ар-деко. Сегодняшняя мода — своего рода возвращение к истокам персонализированной эстетики. И исторический контекст лишь подчеркивает естественность популярного тренда.

Асимметричное решение возможно не только в дизайне серег: парные броши, объединенные общей темой, но разные по исполнению, брошь, а рядом кулон с перекликающимися элементами — всё это формы осознанной асимметрии. Такие изделия становятся арт-объектами, позитивным месседжем.

Асимметричные украшения демократичны: они одинаково органично смотрятся с кэжуал-одеждой и вечерними нарядами, добавляя образу индивидуальности. И ценят их не только бунтари и творческие личности, но и люди, по долгу службы «загнанные» в рамки жесткого дресс-кода. Вот уж где даже одно асимметричное украшение становится ключевым акцентом, ломающим монотонность образа.

Таким образом, асимметрия — это не просто тренд, а полноценная философия, отражающая дух времени. Она напоминает: истинная красота заключается в свободе самовыражения, а не в следовании шаблону. Позволить себе быть разной — это и есть главный тренд.



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

ФИТ. ЗАМЫКАЯ КРУГ



Конкуренция в творческих бизнесах, коим, несомненно, является ювелирное производство, — вещь достаточно условная. Емкость рынка в этой области определяется, помимо обычных классических экономических факторов, наличием (или отсутствием) художе-

ственных решений. Во многом из-за этого не удался объявленный захват ювелирного рынка известным брендом, открыто заявившим агрессивную политику по отношению к коллегам-конкурентам.

Критиковать инициатора ювелирной войны так же бессмысленно, как ругать волка за то, что он кого-то съел... Факт остается фактом — по разным данным рынок покинули от 45 до 60 процентов малых ювелирных предприятий... Но знаете, это можно повернуть и по-другому — от 40 до 55 процентов компаний удержались на плаву, хоть и понесли существенные финансовые потери.

Чем всё закончится — было понятно с того приснопамятного интервью трехлетней давности, в котором владелец крупнейшего ювелирного предприятия за час эфирного времени ни разу не произнес слова «украшение» или хотя бы «изделие» и вообще не упомянул собственную продукцию, говоря исключительно о деньгах, облигациях и процентах. Стоит ли удивляться, что на пике этой масштабной финансовой операции бизнес с расписанной маркой был продан, а сам владелец ушел в сферу, далекую от ДМДК.

Такова была диспозиция, в которой оказались небольшие ювелирные фирмы, отказавшиеся следовать диктату крупных компаний. В числе прочих было два весомых фактора, которые помогли если не выиграть, то хотя бы стабилизировать свое положение.

Проще всего эту ситуацию одной фразой описала владелица весьма креативного ювелирного предприятия: «Те, кто покупают мои украшения, никогда не пойдут в сетевой салон». Предпочтения продвинутых покупателей оказались сильнее долбежной рекламы от расширяющейся сети.

Немалую роль сыграла работа по оптимизации общего производственного процесса, схему которой предложил Кирилл Маслов, владелец и руководитель компании ФИТ. Он, наверное, лукавит, когда говорит, что сам процесс организации производства его увлекает больше, чем выпуск конечного продукта.



Кирилл МАСЛОВ счастливо сочетает в одном лице прагматичного производственника и креативного художника-ювелира.



Даже в классических моделях можно уловить брутальное изящество стилистики ФИТ



TELEGRAM



Хотя «двигать квадратики», выстраивая оптимальные технологические цепочки он действительно любит и умеет.

Маслов предложил партнерам связать производственные процессы, отдав часть их операций на временно освобождающиеся мощности своего завода. Что немаловажно — на взаимовыгодных условиях. А она может быть — взаимовыгодная основа.

Припоминается одна история, правда, из другой сферы, когда несколько лет назад, под Новый год по дороге из Москвы в Санкт-Петербург, перевернулась машина с типографскими красками. Пик заказов у всех, цейтноты, дедлайны, валидол. И тогда печатники — прямые конкуренты — объединились, по раскаленным телефонам они договаривались, делясь материалами со своих опустевших складов. Критические ситуации рожают новые решения. Сегодня схема, предложенная Масловым, уже не является умозрительной, она есть здесь и сейчас и к ней присоединяются все новые партнеры.

Маслов не выгадывает дополнительную прибыль себе, он реализует тщательно рассчитанную схему взаимной пользы,

учитывающую экономическую целесообразность для всех сторон. Нельзя сказать, что данная операция так уж проста: подготовка к сотрудничеству с одним крупным заводом заняла больше года, сегодня же эта линия сотрудничества приносит одновременно экономию и прибыль обеим сторонам ежемесячно, стабильно и уверенно.

Кстати, это никоим образом не влияет на творческую сторону деятельности ФИТа. Ювелирные украшения с маркой ФИТ обладают узнаваемым (и популярным) стилем, непостижимым образом сочетающим в себе брутальность, изящество с хорошей дозой юмора. Впрочем, тут нет необходимости верить на слово, достаточно посмотреть на витрины, в каталоги или посетить Youtube. «Там всё — правда» — буднично и от того весомо говорит Маслов.

Олег Подгурский

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



Ювелирная компания ФИТ



Мне одному кажется, что в этой котоподвеске явственно проступают черты самого владельца компании...

YOUTUBE



Что такое коллекции с маркой ФИТ?

Это когда в ряду стилистически выдержанных колец вдруг попадает дракончик, самозабвенно грызущий плитку шоколада.



Бриллианты в турбулентности: премиум как стратегия роста

Мировой рынок алмазов переживает непростую трансформацию: снижение спроса, геополитическая турбулентность и конкуренция с синтетикой. Но именно в таких условиях премиум-сегмент показывает устойчивость. «Природный бриллиант — это редкость, красота и инвестиционная глубина. Именно поэтому мы принципиально работаем только с ними», — Станислав и Мария Мазурчик, владельцы петербургского завода GRANT, поделились видением производителя: как меняется ситуация в России и победит ли «синтетика» природные бриллианты (спойлер: нет).

ГЛОБАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ VS РОССИЯ: КАСТОМИЗАЦИЯ И ОТКАЗ ОТ СИНТЕТИКИ

Нестабильность традиционных рынков в последние годы заставила инвесторов пересмотреть привычные стратегии. Результат — рост интереса к альтернативным инструментам — антиквариату, предметам искусства и к сертифицированным бриллиантам. Драгоценные камни и премиальные украшения с ними входят в портфель инвесторов наравне с искусством.

Крупные природные камни (от 0,3 карата) становятся не только символом любви, но и способом инвестировать. По этой же причине клиенты проявляют недоверие и даже осторожность к синтетике.

«В последний год мы наблюдаем перераспределение спроса и отток заказов из среднего ценового сегмента (120–200 тыс. руб. за изделие в рознице) в соседние группы. Клиенты, которые раньше совершали такие покупки, распределились почти в равных частях — одни теперь приобретают более дорогие украшения, другие — более доступные. Сегментация по цене стала ярко выраженной», — приводит аналитику GRANT Станислав Мазурчик, основатель завода.

Массовый сегмент сокращается, а премиум укрепляется: состоятельные клиенты покупают реже, но их средний чек выше — этот мировой тренд характерен и для России.

«Покупатели увидели в отечественных ювелирных производителях то, что ценят мировые бренды: дизайн, редкость и инвестиционную составляющую. Именно поэтому аутентичные локальные бренды становятся героями публикаций и рекомендаций лидеров мнений», — рассказывает о российских трендах Мария Мазурчик.



Станислав и Мария Мазурчик,
собственники Петербургского ювелирного завода GRANT

РОССИЯ: НОВЫЙ ПОРТРЕТ КЛИЕНТА

На фоне драматичного сокращения трафика в торговые центры и офлайн-магазины, более гибкие производители премиум-сегмента сохраняют позиции и находят новых покупателей за счет необычного дизайна и премиального сырья.

«Мы видим, как меняется портрет клиента. Для многих ювелирные покупки — это способ отметить свои достижения и побаловать себя. Это не про статус, это про удовольствие и личную ценность. Во всех регионах России мы наблюдаем рост спроса на украшения, кото-

рые можно адаптировать под себя — будь то ювелирные трансформеры или кастомизированные заказы по собственному дизайну», — говорит Мария Мазурчик.

В поколении 35+ люди, которые сделали себя сами. Они выбирают необычные украшения как альтернативу «традиционным» моделям. Растёт аудитория женщин, которые покупают бриллианты не в подарок, а себе.

GRANT: СТАВКА НА ДИЗАЙН, ТЕХНОЛОГИИ И КРУПНЫЕ БРИЛЛИАНТЫ

Специализация на крупных бриллиантах — это еще и способ отстроиться от того, что предлагают крупные федеральные сети, где редко встретишь «полукаратники» и «каратники». К тому же локальные и региональные сети пользуются большим доверием розничных покупателей. И за золотым украшением с крупным бриллиантом, вероятнее, придут к ним.

«Синтетика не для нас. Когда что-то можно производить бесконечно, оно теряет уникальность — а вместе с ней и ценность. Так происходит и с синтетическими бриллиантами: их стоимость будет неизбежно падать, а доля — смещаться в сторону сегмента фаст-фэшн и бижутерии. GRANT работает с 1999 года, мы не готовы к таким «компромиссам». Наши оптовые и розничные клиенты ценят премиальное качество, которое заключается в сложном дизайне наших изделий и в природном происхождении драгоценных камней», — подчёркивает Мария Мазурчик.

БОЛЬШЕ, ЧЕМ ПРОИЗВОДИТЕЛЬ

Турбулентность очищает ювелирный рынок. Стратегия выживания для центральных игроков — розничных сетей и производителей — работать в симбиозе: когда растёт один, то будет расти и другой. И наоборот.

GRANT работает с партнёрами не только как производитель. Бренд помогает создавать фото- и видеоконтент для клиентов, разрабатывать сторителлинг коллекций, делится маркетинговыми практиками. Важной миссией собственники завода считают образовательный и просветительский контент — статьи и фильмы о ювелирном наследии и культурных традициях, которые бренд создает в соавторстве с экспертами по истории моды и искусства.

«Сохранение традиций ювелирного искусства, авторский дизайн, натуральные камни, доверительные отношения с клиентами —



все это формирует устойчивый спрос. Премиум-сегмент может стать драйвером развития всей отрасли. Поэтому ставка на премиум сегодня — это не риск, а стратегия роста» — резюмирует Станислав Мазурчик.

Бриллианты пережили войны, революции и падения империй. Когда рушились рынки и «сгорали» целые состояния, эти натуральные камни сохраняли ценность и оставались символом вечности. Так и сегодня, в эпоху нестабильности, они вновь опора для тех, кто ищет надёжность и красоту в одном активе.

Grant
St. Petersburg ▼ est.1999



Петербург – город, где рождаются
и живут таланты, способные создавать
произведения, восхищающие мир



Брошь «Бабочка». Золото, бриллианты, сапфир

Екатерина Костригина

Санкт-Петербург

История ювелирного дома Ekaterina Kostrigina началась в 2007 году, ознаменовав рождение уникального явления в мире высокого ювелирного искусства.

Из реставрационных мастерских антикварного салона «Старые годы» в сердце Санкт-Петербурга компания выросла в процветающее частное производство, чьи исключительные творения неоднократно отмечались престижными наградами на профессиональных выставках.



Екатерина Костригина, основатель и креативный директор бренда, обладая историческим образованием, в течение продолжительного времени сотрудничала с реставраторами ювелирных шедевров. Погружение в мир антиквариата и скрупулезное изучение исторического наследия ювелирного искусства позволили ей овладеть не только глубокими знаниями, но и утонченным петербургским стилем, ассоциирующимся с именами прославленных придворных ювелиров, таких как Карл Фаберже. Творчески переосмысливая художественные концепции предшественников, Екатерина Костригина разрабатывает коллекции, органично интегрирующие исторические тра-



*Советская и российская балерина, актриса театра и кино, народная артистка Российской Федерации Илга Лиепа
Фотограф: Сергей Сёмкин*



*Серый, брошь и кольцо «Макс».
Золото, черные и белые бриллианты,
горячая эмаль, резной розовый опал*

диции и символические мотивы в современный контекст.

В настоящее время ювелирный дом Ekaterina Kostrigina обладает безошибочно узнаваемым и выдержанным стилем. Изделия создаются лимитированными сериями, при этом каждое украшение отличается нюансами цветовой палитры и выбором драгоценных камней. По мнению Екатерины Костригиной, украшение должно отражать индивидуальность владельца, его эстетические предпочтения и стиль, что предполагает его уникальность.

Сюжеты украшений перекликаются с мотивами, характерными для эпохи модерна: натуралистичные изображения флоры и фауны гармонично сочетаются с мифологическими образами птиц и животных. В каждом из этих сюжетов, с одной стороны, воплощено богатство форм и красок природы, приправленное едва уловимой сказочной атмосферой.

Екатерина Костригина является постоянным участником и лауреатом многочисленных российских и международных ювелирных выставок, включая JUNWEX и выставки Гохрана России. Ряд изделий ювелира удостоены экспертной оценки Высшей экспертной коллегии JUNWEX как образцы высокого мастерства исполнения и произведения, представляющие художественную ценность.

На протяжении многих лет украшения Ekaterina Kostrigina публикуются в каталоге Jewellery. Работы мастера также представлены в книге Елены Веселой «Ювелиры. Ювелирное искусство России XXI века».

Санкт-Петербург,
ул. Большая Монетная, 23

+7 812 232 7312

+7 921 35489 88

ул. Стремянная, 2

+7 812 71313 36

Москва, Малый Кисловский пер., 3
+7 929 98117 73

<https://ekaterinakostrigina.tilda.ws>



Советская и российская балерина, актриса
театра и кино, народная артистка
Российской Федерации Лиза Лена
Фотограф: Сергей Сёмин

Брошь «Скорпион»
белое золото, бриллианты, черный агат





На фото украшения бренда Swarovski



ALLTIME.RU | ДОСТАВКА ПО РОССИИ

МОСКВА • САНКТ-ПЕТЕРБУРГ • ВОЛГОГРАД • ВОРОНЕЖ • ЕКАТЕРИНБУРГ • ИРКУТСК • КАЗАНЬ
КАЛИНИНГРАД • КРАСНОДАР • КРАСНОЯРСК • МУРМАНСК • НИЖНИЙ НОВГОРОД • НОВОСИБИРСК
ОМСК • ПЕРМЬ • РОСТОВ-НА-ДОНУ • САМАРА • САРАТОВ • СТАВРОПОЛЬ • ТУЛА • УФА • ЧЕЛЯБИНСК

 **AllTime**
ЧАСЫ И УКРАШЕНИЯ

ООО «ОЛТАЙМ». ОГРН 1025001418848. 141983, МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ, Г. ДУБНА, УЛ. ТВЕРСКАЯ, 5, КВ. 85

РЕКЛАМА

Куратор. Миссия выполнима

Сегодня мы беседуем с Анной Терещенковой. Кто-то знает её как художника-акварелиста, кто-то как художника-ювелира, но в последнее время всё чаще мы встречаем её имя рядом с определением «куратор выставки».

— Как получилось, что художник стал куратором?

АТ Началось всё с того, что выставок авторского ювелирного искусства практически не было. Были ярмарки или выставки, на которых выставлялось всё «ювелирное»: работы художников, мастеров, ремесленников, больших и маленьких фирм. Но мне всегда казалось, что художественным произведениям нужна другая подача — иная экспозиция и состав участников, отбор работ, какая-то объединяющая идея — можно сказать, более рафинированная. И поскольку «спасение утопающих — дело рук самих утопающих», мне пришлось самой взяться за организацию выставок. Таких, в которых мне самой было бы интересно принимать участие. К тому же вокруг было столько талантливых художников, и хотелось достойно показывать их работы.

Первым стал проект GOODWOOD — выставки авторских украшений с деревом. Мой муж Олег Тихомиров много работал с древесиной, это была его идея — предложить другим художникам-ювелирам тоже поработать с этим прекрасным материалом. И если сначала идея выглядела немного странной — участников было не больше 10 человек, то уже в последних выставках принимали участие около 50 авторов из 11 стран.

Потом появился опыт, азарт и много новых прекрасных идей, требующих воплощения. Когда в голове зарождается хорошая идея, ты уже не можешь её не реализовать. Это как при беременности — ты должна её выродить.

— В чем заключается работа куратора?

АТ Наверное, профессиональные искусствоведы и настоящие кураторы смогли бы рассказать точнее. Безусловно, главное — найти интересную актуальную тему, придумать название, точно отражающее суть и дающее подсказку зрителю. Очень важна медиация, проведение кураторских экскурсий. Это очевидные вещи, азы.

Для меня работа куратора — это как собрать мозаику. Только вместо кусочков смальты — произведения, созданные художниками-ювелирами. Из них я собираю картинку, которая показывает, насколько разнообразно и интересно авторское ювелирное искусство.

В тот момент, когда я начинала, в ювелирных выставках не хватало кураторского взгляда. Взгляд куратора,



его придирчивый отбор, выбор авторов и работ — это не демонстрация вкуса, а серьезная интеллектуальная и аналитическая работа, которая важна. Это очень влияет на восприятие темы, произведений и всего ювелирного искусства в целом. Мои друзья смеются, что у меня есть встроенный «шедеврометр». Я смотрю на работу и вижу, что она именно тот кусочек пазла, который мне нужен, или нет. Думаю, мне очень помогает то, что я не акцентирована исключительно на ювелирности. Я член бюро секции декоративно-прикладного искусства в Союзе Художников. Мы каждый месяц отбираем для выставок текстиль, керамику, стекло, металл, эмаль. Поэтому формируется большая насмотренность не только ювелирных, но и разнообразных художественных предметов.

Вообще, в последнее время роль куратора выставки значительно возросла. Потому что недостаточно просто показать какие-то предметы, даже очень красивые. Важен принцип организации экспозиции, отбор экспо-

Cassiopea

НОВАЯ ГРАНЬ CASSIOPEA

Ювелирный дом представляет
Цифровую Кассиопею на JUNWEX

Бренд-персонаж и ИИ-агент в одном лице оживёт прямо на стенде: расскажет о драгоценных камнях, проводит через коллекции и превратит визит в интерактивный диалог, где технологии встречаются с ювелирным искусством.

Будущее
начинается здесь

Станьте частью первого диалога
с Кассиопеей на Земле.

Координаты Cassiopea на Земле

+ Скоро открытие

Ратуша, Роза Хутор

г. Сочи, с. Эсто-Садок, курорт
«Роза Хутор», площадь Роза, 2

г. Красноярск

ул. Перенсона, 23А
(Ювелирный дом «Ремикс»)

г. Москва

Мичуринский проспект, 26

г. Краснодар

ул. Красная, 71/1 (Ювелирный салон
«Золотая шкатулка»)





натов, идея, концепция. И, конечно, очень важно найти правильное место.

— *Большинство выставок, которые Вы курируете, проходят в музеях. Почему? Ведь формат галереи или ярмарки дает шанс найти покупателя, стать ближе к публике.*

АТ Это просто. В основном я делаю выставки авторского ювелирного искусства. А место искусства — в музее. Во-первых, это отражает статус явления. Это принципиальный вопрос. Мне кажется очень важным как-то отделить работу художника-ювелира, произведение авторского ювелирного искусства от утилитарного восприятия, желания «примерить на себя». К тому же музей даёт ощущение качественного отбора, то есть задаёт планку, шкалу оценки. Вокруг меня столько невероятно талантливых людей! И мне важно, чтобы они не ощущали невостребованности и недооценённости. Мне важно, чтобы авторское ювелирное искусство имело статус явления культуры, феномена. Не менее важным, чем сама выставка, является пополнение и формирование музейных коллекций. После выставки музеи часто покупают или получают в дар работы художников. Хочу, чтобы наши современные авторы были представлены в собра-

ниях музеев. В советское время государство закупало работы с выставок и передавало их в музеи, поэтому во многих музеях есть неплохие коллекции авторского ювелирного искусства. Не хотелось бы, чтобы от нашего времени осталась лакуна.

— *В чем отличие искусства от творчества?*

АТ Вопрос на миллион. Искусство — территория зыбких определений. А они очень важны, потому что помогают избежать недопонимания. Но в этой сфере мы не можем провести чёткую границу. Я не искусствовед, но могу попробовать сформулировать, как я это понимаю как художник.

В творчестве человек выражает себя: свой вкус, свои идеи, фантазии. Искусство выражает время. Точнее, оно отражает философию того времени, в которое живёт автор. Не просто «актуальные темы», скорее, оно говорит современным языком. Например, в своё время импрессионисты были революционерами в живописи, они соз-

GELD

jewelry studio

РЕВОЛЮЦИЯ В МИРЕ БРИЛЛИАНТОВ



реклама

ЗАЛ В | СТЕНД В-310 ЗАЛ С | СТЕНД С-6



GELD.RU

+7 (926) 984 49 63



дали свой живописный язык. Мы все знаем их имена и видим их работы в крупнейших музеях. Но если сейчас кто-то подражает импрессионистам, мы скорее маркируем такую живопись как вторичную, салонную, иногда даже китч. Потому что то, что тогда было живым искусством, механически перенесённое на 100 лет позже, становится «общим местом», хотя и может быть неплохим, профессиональным, иметь поклонников и покупателей, но оно уже утрачивает какой-то нерв, актуальность.

Искусство всегда говорит о том, что актуально, оно несёт в своём ядре философию. То есть искусство — это не украшательство. Украшательство — это побочный результат искусства, его продукт. Все те орнаменты, которые мы сейчас воспринимаем как декор, изначально несли смысловую нагрузку и были отражением мировоззрения, понимания мироустройства. Почему меняются стили — готика, барокко, рококо? — потому что изменилась социальная среда, мировоззрение людей, философия. Именно они требуют новой формы. И ювелирное искусство, естественным образом, сейчас становится более концептуальным и более социальным.

— А как бы Вы определили, что такое авторское ювелирное искусство? Этот термин рождает много споров. Например, почему предметы из недорогих материалов называют ювелирными? Каждая вещь имеет автора, значит всё — авторское? Ювелирное искусство — это когда очень дорого и очень сложно изготовлено?

▲ Этот термин сложился исторически в советское время. Возможно, он не самый удачный. На Западе работы художников-ювелиров называют студийными, то есть сделанными в студии, в мастерской художника. Русский язык очень богат, но в нём даже нет существительного, чтобы назвать то, чем занимаются ювелиры. Есть название профессии и прилагательное «ювелирный». Поэтому к нему прилепилось слово «искусство», которым называют практически всё, кроме совсем уж масс-маркета.

Главное отличие авторского ювелирного искусства от всего остального ювелирного — это то, что его делают художники, люди, которые определяют себя художниками в большей мере, чем ювелирами. Авторское ювелирное искусство я бы определила как интеллектуальное искусство с применением ювелирных техник, технологий и материалов. То есть прежде всего это — художественное произведение, в котором есть какая-то отсылка, не всегда прямая, к традиционным ювелирным формам. Также присутствует некоторая утилитарность использования: предмет должен каким-то образом взаимодействовать с человеком. Но также может являться арт-объектом, например, скульптурой, мелкой пластикой или декоративным интерьерным объектом. От бижутерии его отличает, в том числе, использование ювелирных технологий. То есть если вещь полностью сделана из текстиля с нашитыми пайетками, то это, скорее, авторская бижутерия.

Материалы, из которых сделано произведение, могут быть любыми. Вопрос о «традиционных» и «ювелирных»



материалах очень дискуссионный. Понятие ценности, а следовательно, и драгоценности, всегда было подвижным и менялось от времени, региона и моды. И, безусловно, важно качество исполнения. Ювелиры считают, что нужна аккуратность, искусство — «ювелирное качество», драгоценные материалы, золото и бриллианты. Мне кажется, что понятие качества относится к любой работе из любых материалов. Когда я смотрю на произведение ювелирного искусства, я смотрю на него в целом. Какая заложена идея? Как решена форма изделия, конструкция, даже как решен замок, оригинально ли он внедрён в конструкцию изделия, как остроумно использован материал или техника. Мне всегда интересна мысль, как художник работает головой. То есть работа руками — это заключительная стадия. Потому что сначала рождается образ, композиционное решение, поиск формы, подбор материалов. И только на последнем этапе автор исполняет это произведение. Поэтому ставить во главу угла «ювелирность» исполнения или материал я бы не стала. Любое произведение искусства я оцениваю по общехудожественным параметрам.

Я не борец за стилистическую чистоту и точность определений. Искусство — как раз та территория эксперимента, которая стремится к расширению границ, взаимодействию с другими областями

Мне удивительно, что многими мастерами-ювелирами современное искусство воспринимается в штыки. Ювелирный мир подобен многогранному бриллианту. В нём сосуществует много разнообразных видов деятельности: кто-то развивает мастерство, кто-то хранит или восстанавливает



POMELNIKOV

SAINT-PETERSBURG ART
RUSSIA



Алексей Помельников & «Арт-Класс»:
эмалевая симфония, пленяющая сердца

Санкт-Петербург, наб. Волковки, д. 9, литера А, офис 310
тел. для заказов +7 921 967-92-45

традиционные техники и формы, есть экспериментаторы, авангардисты и концептуалисты, есть дизайнеры, художники, ремесленники. Кому-то интересна одна узкая область, кто-то пробует на зуб разные материалы, кто-то производит массовые украшения, стремясь завоевать рынок, кто-то делает сложнейшие эксклюзивные драгоценности. И, как в природе, важно многообразие видов: каждый для чего-то нужен, нельзя безболезненно уничтожить какую-то часть. Это как если бы корень растения сказал цветку: «Ты просто бесполезен. Я, корень, держу растение на земле, питаю его. Важен только я». Но мы ведь знаем, что семена и плоды появляются именно из цветка. Нет смысла выяснять, кто правильнее и нужнее. Гораздо эффективнее было бы профессионально взаимодействовать, каждому выполнять свою часть работы.

— *Как рождаются идеи выставок, проектов?*

АТ Для меня лучший принцип — делай то, что интересно тебе самой. Как я уже сказала, первым моим большим и долгим проектом стал GOODWOOD. Потом я сделала пару выставок «Практика созерцания», на которых мы показывали не только ювелирное искусство, но и керамику, стекло, фарфор, текстиль и графику, в которых чувствовалось влияние японского искусства или использовались японские традиционные технологии.

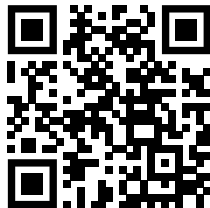
Последний мой большой проект — «Невская перспектива». Так как я уже давно в ювелирном мире и как автор, и как куратор, у меня уже сложилось некоторое представление о становлении авторского ювелирного искусства. Мне хотелось показать не просто какое-то количество красивых предметов, а именно сам процесс: как авторское искусство появилось, развивалось, менялось, как туда вливались новые имена и новые темы. Поэтому было важно показать предметы, начиная с 1960-х, 1970-х годов. Но такие произведения есть только в музейных коллекциях. В музее Царицыно есть совершенно изумительная коллекция авторского ювелирного искусства — с самых ранних работ до 1990-х годов, пока ещё были госзакупки. Музею понравилась моя идея показать именно ленинградскую школу. У меня внутри сложилась очень чёткая картина ее развития, и те рабо-

ты, которые мы обнаружили в музейных фондах, идеально легли на эту идею. Музей очень помог структурировать и выстроить экспозицию. Мы старались подобрать работы, которые максимально раскрывают этапы развития авторского ювелирного искусства. Я очень тщательно расписала экспликации к витринам, на что обратить внимание: здесь — этнические мотивы, вот возник интерес к мелкой пластике, уход от утилитарности, здесь неонисторизм... Таким образом каждый посетитель мог не просто увидеть какие-то отдельные предметы, а понять логику развития. Мне кажется, что эта выставка получилась не просто восхитительной, великолепной, коллекцией исключительных шедевров, но и очень умной. Она наглядная. Такие выставки нам, конечно, очень нужны, чтобы объяснить, что такое авторское ювелирное искусство.

— *Обычно у творческих людей в конце интервью принято спрашивать о творческих планах. Но так как сегодня Вы в амплуа куратора, то расскажите, какие выставки нам ждать в ближайшее время?*

АТ Самое ближайшее событие — персональная выставка известных петербургских авторов Татьяны и Натальи Тарасовых «Игра в четыре руки» в Калининградском музее янтаря. Она открывается 19 сентября, и на ней можно будет увидеть весь творческий путь этих художников, начиная с самых ранних работ. Думаю, их творчество, несомненно, яркое явление в нашем ювелирном мире. Позже, в декабре-январе, в этом же музее я буду делать выставку самых известных художников-ювелиров Ленинграда: Юты Паас-Александровой и Веры Поволоцкой. Эта выставка «Две звезды» — некое ответвление выставки «Невская перспектива», изучающей ленинградскую школу авторского ювелирного искусства. Эти авторы, уже ушедшие, представляют собой два полюса, два совершенно разных подхода к ювелирному искусству. Тем интереснее их сравнить и найти точки соприкосновения. И последний проект этого года, особенно важный для меня лично, — выставка «Многое в малом», которая состоится в конце ноября в Москве в залах МОСХ на Арбате. Мой муж, Олег Тихомиров, из очень художественной семьи, почти все его родственники — художники. Его дядя, тётя и папа были художниками-ювелирами. На этой выставке будут представлены ювелирные работы династии Тихомировых. Мне кажутся очень важными такие семейные истории. Мы покажем уникальные работы Татьяны и Владимира Тихомировых 1970-х, 80-х и 90-х годов и попробуем найти переклички с работами младшего поколения этой семьи. Это огромная честь и ответственность — показать свои работы рядом с произведениями известных мэтров.

Это сокращенный вариант, полностью интервью читайте по ссылке: (куар-код)





Комплект «Петровский бал»

Комплект "Петровский бал" — дань величию русской имперской эпохи.

Не просто украшения, а воплощение культурного наследия и изысканного вкуса. Вдохновлённые великолепием Екатерининского дворца — символом царской роскоши и художественного мастерства эпохи барокко.





КАСТ

ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД

30 безупречного лет качества и стиля

Основанная в Санкт-Петербурге в судьбоносный день, близкий к 29 февраля 1996 года, ювелирная компания «КАСТ» заявила о себе как о творце изысканных ювелирных изделий из золота и драгоценных камней, стремящемся к вершинам современного ювелирного искусства. Почти три десятилетия «КАСТ» остается верна философии создания не просто украшений, а художественно значимых драгоценностей, созвучных духу времени и воплощающих разнообразие стилей — от вечной классики до лаконичного минимализма. Подтверждением тому служат многочисленные награды престижных международных конкурсов и выставок, а также включение произведений компании в фонды Государственного Эрмитажа.



«КАСТ» сочетает клиентоориентированность, чуткое следование ювелирной моде, перспективное видение и партнерство с проверенными поставщиками драгоценных камней и металлов. В производстве используются современные технологии, гарантирующие безупречное качество.

На предстоящей ювелирной выставке «КАСТ» представит новую коллекцию 2025 года, где совершенство натуральных драгоценных камней обретает современные формы.

**Приглашаем ценителей прекрасного на наш стенд
А 106 в Тимирязев Центре**



КАСТ

ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД

kast-spb.ru



«JUNWEX Москва»,
Тимирязев Центр,
стенд А-106

Контактный телефон
+7 (921) 906 37 20
(Юлия)

Промышленные выставки и конкурсы, как составляющие ювелирной отрасли в 1990- гг.

На протяжении XX века развитие ювелирного дела в России претерпело два кардинальных изменения: от национализации ювелирной промышленности в 1918 году до приватизации предприятий ювелирной торговли и производства в 1990-е годы. Поэтому, прежде чем приступить к исследованию основных форматов промышленных и художественных ювелирных выставок, необходимо проанализировать развитие и становление новой ювелирной промышленности в рассматриваемый период, поскольку выставки — безусловно, важная составляющая отрасли, но не созидаящая, а маркирующая положение ювелирного дела на различных этапах его эволюции.

В первой половине 1990-х годов большая часть предприятий изготавливает продукцию массового производства из красного золота 585 пробы. Небольшую долю ассортимента составляют украшения, выпускаемые малыми сериями и единичные экземпляры, которые принято называть «эксклюзивными». Тем не менее, за редким исключением, они представляют собой классические модели: многодельные, украшенные бриллиантами или крупными драгоценными камнями первой категории (рубины, сапфиры, изумруды). Начиная с 1996 года, насыщая рынок классическим советским ассортиментом и накопив оборотные средства, предприятия начинают уделять больше внимания дизайну выпускаемых коллекций, стремясь выстроить собственный стиль.

Участие в выставках становится одной из первоочередных задач, дающей возможность найти новых клиентов не только в своем регионе, но и по всей стране. Выставки также позволяют оценить свои позиции в ряду коллег-конкурентов. В стране появляется класс новой буржуазии, нарастающий интерес к дореволюционной истории, а также запрос на «элитные» украшения, подчеркивающие статус нового класса. Судя по выставочным работам того времени, статьям искусствоведов и воспоминаниям ювелиров, основное направление — ретроспекция, основанная на использовании технических и художественных приемов, характерных для работ дореволюционных ювелиров, среди которых наиболее известным был Карл Фаберже. Наряду с этим ювелиры активными темпами изучают, воспроизводят — сначала копируя, а затем перераба-

тывая — различные художественные направления искусства XX века.

После дефолта 1998 года отрасль быстро восстанавливается, начинается новый этап в формировании ассортимента, который можно назвать «интернациональным». Ювелиры изучают, цитируют, а порой и копируют работы современных европейских ювелирных компаний, таких как Bvlgari, Van Cleef & Arpels, Cartier. Однако, поскольку оригинальные украшения чаще всего исследовались по фотографиям из каталогов и журналов, ювелирам приходилось создавать собственные конструкции и разрабатывать технологии, позволяющие воспроизводить предметы из оригинальных коллекций.

Профессиональные выставки играли и продолжают играть значимую роль в развитии ювелирной промышленности, позволяя продемонстрировать достижения, оценить уровень и вектор развития отрасли, а также проследить историю изменения дизайна и технологий. Конкурсные изделия, представленные на выставках, формируют представление о художественных предпочтениях общества в тот или иной временной период.

В 1990-е гг. задачи выставок значительно расширяются. Во-первых, в новых условиях необходимо установить градацию предприятий, выявить их специализацию, качество продукции, ассортимент и объемы производства. Во-вторых, важно представить новые фирмы и познакомить публику с их продукцией. В-третьих, необходимо создать новый круг деловых отношений между производствами и их партнерами — инвесторами, оптовыми и розничными покупателями. Поэтому в эти годы зарождается и активно развивается



САМОРОДОК

Основанное в 1998 году, ювелирное производство «Самородок» за годы кропотливого труда превратилось из небольшой мастерской в процветающее предприятие, чьи изделия блистают на крупнейших ювелирных выставках России, снискав заслуженное признание за безупречное качество.

Мы предлагаем широкий ассортимент изысканных ювелирных изделий оптом и в розницу, неизменно придерживаясь принципов: постоянное обновление коллекций, бескомпромиссное качество исполнения, привлекательные цены, гибкая система скидок и индивидуальный подход, позволяющий подчеркнуть уникальность каждого клиента.

www.samorodokek.ru

Телефон для связи:

+7(985) 240 18 10

Наш стенд на выставке

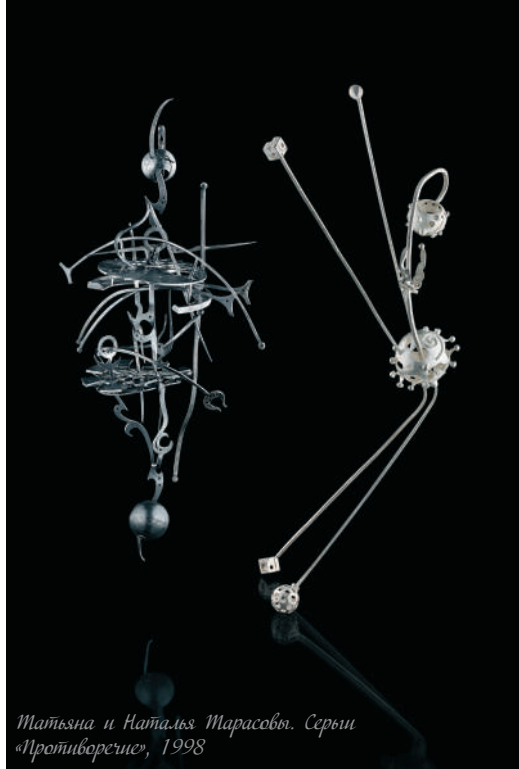
«JUNWEX Москва»

G-607

отраслевое ювелирное выставочное движение, мероприятия которого носят оптово-розничный характер. Первой и главной выставочной площадкой того времени была московская ювелирная выставка-ярмарка «Ювелир», единственная в России, которая наряду с выставками в Базеле (Швейцария), Виченце (Италия) и Мюнхене (Германия) входила в число крупнейших в мире. Она проходила в павильонах ВВЦ «Сокольники» в сентябре-октябре. В те годы отрасли предстояло выяснить, «кто есть кто» на обновленном ювелирном рынке, поэтому практически все выставки сопровождалось конкурсами ювелирных изделий.

Как правило, поставляемые предприятиями коллекции делятся на несколько категорий. Это авторские коллекции, созданные художниками-ювелирами предприятий для участия в творческих конкурсах и выпускаемые в единичном или ограниченном количестве. Некоторые предприятия выпускают перспективные коллекции, в которых дизайнеры экспериментируют с новыми технологиями и материалами, создавая «предметы будущего». Такие коллекции выпускаются в единственном экземпляре и тестируются на выставках для определения возможного спроса со стороны ритейла. Наконец, самым распространённым типом коллекций являются базовые (промышленные), часто называемые «массовкой». Главное отличие — модели этих коллекций предназначены для тиражного производства, и основную прибыль предприятия получают именно от их реализации. Поэтому в дизайне изделий этой категории учитываются современные тенденции ювелирной моды, жестко привязанные к конечной стоимости изделия, определяемой экономистами. Если в первых двух случаях стилистика, материалы (металлы, камни) и технологии изготовления определяются главным художником или художественным советом (в зависимости от структуры предприятия), то в массовых коллекциях весомое влияние оказывает мнение маркетологов, что затем дорабатывается с учетом замечаний главного технолога (инженера) предприятия. Перед дизайнером-исполнителем стоит задача: с использованием камней определенного размера и цвета, выбранного металла, создать предметы в заданной стилистике и весе. Также определяется возможность применения декоративных элементов.

Возвращаясь к конкурсам на промышленных выставках, заметим, что до 2004 года на них не предусматривались номинации для массовых коллекций. Предприятия чаще всего представляли предметы малотиражных коллекций. Первый конкурс на московской выставке «Ювелир» прошел в 1993 году, и организаторы серьезно подошли к выбору состава жюри. Этот подход сохранился до 2003 года; затем в рамках выставки «Ювелир» состав жюри стал постепенно снижаться. Вероятно, это произошло из-за того, что к тому времени ювелирный рынок уже сформировался, выявились лидеры произ-



*Татьяна и Наталья Тарасовы. Серия
«Противоречие», 1998*

водств. Конкурсы, таким образом, выполнили свою первоначальную задачу. Настало время, когда ведущие предприятия стремились к победам, но болезненно воспринимали «поражения» в конкурсах. Поскольку выставка является коммерческим мероприятием, организаторы старались исключить критические замечания членов жюри, что привело к постепенным изменениям в его составе. Однако в рассматриваемый период жюри выставки «Ювелир» состояло из серьезных профессионалов.

Названия номинаций конкурсов менялись из года в год, однако каждое из них так или иначе отражало ключевые направления дизайна, присущие данному времени. По правилам конкурса работы представляют компания, автор и исполнитель. Жюри оценивает оригинальность дизайнерского мышления, техническое мастерство, новизну решения задач, а также умение сочетать традиционные и нетрадиционные материалы в одном изделии. Особый интерес вызывали работы художников-ювелиров, представляющих студийный подход, которые продвигали идею первостепенной значимости художественного ювелирного дизайна. Таким образом, на одной площадке взаимодействовали представители авторского искусства и промышленного дизайна, что способствовало диалогу. Тем не менее, на выставке могли участвовать только крупные и средние предприятия из-за ограниченности выставочного пространства, поэтому работы студийных ювелиров часто представляли именно эти организации. На протяжении десятилетия члены жюри пытались донести до

Cassiopea

НОВАЯ ЗВЕЗДА
НА КАРТЕ CASSIOPEA

Открытие в ноябре

📍 Ратуша, Роза Хутор

Сочи, с. Эсто-Садок, курорт «Роза Хутор»,
площадь Роза, 2

Флагманский бутик Cassiopea

вдохновлён искусным творением
мастеров ювелирного дома.

Кольцо «Роза», циркон 8,28 карата,
16 бриллиантов, белое золото 750.



реклама

Координаты
Cassiopea на Земле

г. Краснодар

ул. Красная, 71/1 (Ювелирный салон
«Золотая шкатулка»)

г. Москва

Мичуринский проспект, 26

г. Красноярск

ул. Перенсона, 23А
(Ювелирный дом «Ремикс»)



владельцев предприятий мысль о том, что при производстве авторских и малотиражных коллекций (именно таких работ было больше всего на конкурсах) важно следовать авторской концепции художника, избегая ненужных доработок ради технологической оптимизации. Как отмечает участник жюри И.Ю. Перфильева: «До сих пор в основном сохраняется унаследованное с советских времен отношение к художнику как к „прислуге про все“. Поэтому работу большинства современных ювелирных производств, за редким исключением, справедливее отнести к стайлингу, то есть производству изделий, пользующихся наибольшим спросом, а не к дизайну, удовлетворяющему не только практические, но и эстетические потребности общества».

Несмотря на это критическое замечание, исследуя конкурсные работы 1993–2000 гг., можно отметить разнообразие художественных решений авторов. В то время преобладали изделия, выполненные в классических (ретроспективных) традициях, однако художники постепенно уделяли все большее внимание разработке новых форм, предлагая свежие творческие идеи и выразительные средства. Некоторые ювелиры того времени могут быть упрекнуты в том, что их дизайны представляли собой лишь интерпретации или даже копии устоявшихся форм и приемов, однако следует помнить, что они стремительно «наверстывали» стили и техники ушедших эпох. Мы встречаем работы одного автора,

выполненные в стилях ар нуво, ар деко и неоклассики XIX века почти в один и тот же год. Тем не менее, на конкурсах этого периода было представлено множество интересных и выразительных произведений. Особенно стоит выделить победителя конкурса 1996 года в номинации «Украшения из серебра и недорогих металлов»: брошь, созданную из серебра компанией «Русские самоцветы» (Санкт-Петербург). Автор — В. Чернова, исполнитель — Э. Высоких. Брошь изготовлена из серебра, черного нуаррита и фианитов багетной огранки. Нуаррит — это черный фианит, новый материал, разработанный сотрудниками ВНИИ Ювелирпром. Используя простые лаконичные выразительные средства, автор подчеркивает динамику композиционного построения контрастом белых и черных камней и четкой геометрией формы.

В 2005 году выставка «Ювелир» утратила свое лидирующее положение на рынке, и с тех пор основным выставочным оператором ювелирного бизнеса стала компания ВО «Рестэк», основанная в 1991 году. В феврале 1992 года в Петербурге выставочное объединение открыло ювелирное подразделение и запустило февральскую выставку JUNWEX, организованную как антитеза московскому «Ювелиру». Противопоставление выставок проявилось не только в датах, но и в содержании. Московская выставка в те годы безусловно была крупнейшей ювелирной ярмаркой России, в которой стремились участвовать все производственные компании, однако преимущественное внимание организаторы, как указывалось выше, уделяли крупным и средним фирмам. Новичкам и небольшим предприятиям было сложно добиться возможности участия. Петербургская выставка сделала акцент на привлечение небольших фирм и частных предпринимателей, предоставив начинающим ювелирам, для которых московская выставка была недоступна, шанс выйти на новый уровень. Здесь они в рамках конкурса имели возможность конкурировать с известными мастерами крупных компаний. Участие в конкурсе предоставлялось не только экспонентам, но также для других ювелиров при условии уплаты взноса, что привлекло многих молодых ювелиров и студентов из Санкт-Петербурга, Москвы, Костромы и Ярославля. Таким образом, конкурс JUNWEX стал отправной точкой в карьере многих известных ныне ювелиров. На третьем конкурсе ювелиров «Приз Санкт-Петербурга-98», проходившем вместе с выставкой JUNWEX, поощрительным дипломом в номинации «Молодые художники» была отмечена работа Татьяны и Натальи Тарасовых (ООО «Невский Т») — серьги «Противоречие». Жюри отметило смелость этих молодых художниц и их нестандартное видение. Сегодня их имена известны в профессиональном сообществе.

Помимо оптово-розничных ювелирных выставок, нацеленных, в первую очередь, на оптового покупателя, одновременно в трех ювелирных центрах страны —

Слава Тулитов. «Баланс», 1998





Новое *Pave*..ствование...

Украшения к Вашей Годовщине
в технике микро *Pave*



реклама



Телеграмм-канал:
t.me/wowkoltsa

Выставка «JUNWEX Москва», 24-28 сентября 2025.
Москва, Тимирязев Центр, стенд А-103

Телефоны на выставке: +7 (922) 119 67 11
+7 (903) 084 14 50

Москве, Санкт-Петербурге и Екатеринбурге — стартуют выставки минералов, ювелирных и камнерезных изделий. Эти проекты объединены тем, что их организаторами стали геологи. Первая выставка этого направления — «Малахитовая шкатулка», состоявшаяся в Свердловске в 1990 году, собрала 20 участников, выставивших минералогические образцы и фоссилии. Организаторами выступили сотрудники Уральского горного института. С 1993 года выставка сменила организаторов и перешла в управление компании «Минерал-Шоу», изменившей формат и расширившей круг участников. В 2012 году в рамках выставки при поддержке Екатеринбургского музея изобразительных искусств запущен ежегодный детско-юношеский конкурс ювелирного и камнерезного мастерства «Наследники Дилан-мастера».

В 1992 году в Петербурге выставочное объединение «Мир камня» провело ювелирно-минералогическую выставку-ярмарку, которая быстро завоевала популярность. С 1996 года «Мир камня» организовал ежегодные выставки-конкурсы авторского ювелирного искусства под названием «Петербургский ювелир» (в 2000 году конкурсу было дано новое название «Ювелирный Олимп»). Конкурс авторского ювелирного искусства на долгие годы стал заметным культурным событием в Петербурге. На этой площадке формировалось общее ювелирное пространство, в котором художники и зрители учились друг у друга. Именно авторское искусство во многом стало определять ювелирную моду и предвещать зарождающиеся новые тенденции.

В 1994 году в московском Доме художников на Крымском мосту состоялась первая выставка «Симфония самоцветов», организованная компанией «Клио». Эта выставка стала стартовой площадкой для многих известных российских ювелиров, среди которых стоит упомянуть Ильгиза Фазульзянова и Эдуарда Никитина. Уникальность выставки «Симфония самоцветов» заключалась в одноименном конкурсе, тематику которого задавали члены жюри.

Таким образом, резюмируя развитие выставок в постперестроечный период, можно выделить несколько характерных особенностей этого времени. Во-первых, одновременно в стране создаются множество выставочных объединений, специализирующихся на проведении ювелирных выставок. Усилия таких организаций, как ЗАО «Р.О.С.Ювелирэкспо» (Москва) и ВО «Рестэк» (Санкт-Петербург), сосредоточены на оптово-розничной торговле, а все мероприятия, сопутствующие выставкам — лекции, круглые столы, в том числе и конкурсы — ориентированы на профессионалов отрасли (формат b2b). Выставки, организованные специалистами-геологами, такими как «Мир камня» (Санкт-Петербург), «Симфония самоцветов» (Москва) и «Минерал-шоу» (Екатеринбург), в первую очередь нацелены на розничного покупателя (формат b2c) и

представляют собой клуб любителей камней — от профессионалов до начинающих коллекционеров минералов, древних окаменелостей и ценителей авторского ювелирного искусства. Эти выставки сопровождаются мероприятиями, направленными на образование широкой публики, включая лекции ведущих искусствоведов, тематические экспозиции и экскурсии, собрания геологических кружков и проведение конкурсов авторского ювелирного искусства. Во-вторых, к особенностям российских промышленных ювелирных выставок следует отнести их оптово-розничный характер. Все ведущие ювелирные выставки рассматриваемого периода, такие как Baselworld (Швейцария), Inhorgenta Munich (Германия), Vicenzaoro (Италия), JCK Show (США), являются исключительно профессиональными event-ами, для участия в которых, как для экспонентов, так и для посетителей, необходимо предоставление организаторам пакета документов, удостоверяющих принадлежность участников к работе в ювелирной сфере. В начале рассматриваемого периода российские ювелирные выставки не были широко интегрированы в мировой график и были нацелены на внутреннего потребителя. По мере насыщения рынка ювелирными изделиями отечественного производства начали появляться компании — импортеры, предлагающие коллекции, выполненные в так называемом «европейском дизайне», и создавались федеральные сети ювелирной торговли («Алтын», «585», «Яшма Золото»), которые начали диктовать условия компаниям, занимающимся производством ювелирных украшений.

С изменением ролей ключевых игроков на рынке происходит и преобразование выставочной отрасли. Если в 1990-е годы два основных выставочных объединения — «Р.О.С.Ювелирэкспо» и «Рестэк» — проводили по одной выставке каждое, то в начале 2000-х годов они значительно расширяют свои горизонты, добавляя ряд дополнительных мероприятий помимо основных выставок.

«Р.О.С.Ювелирэкспо» привязывает свои выставки к традиционным праздникам. Так, выставка «Ювелир — Весна» приурочена к Международному женскому дню 8 марта, выставка «Ювелир-2» проходит в преддверии летнего отпускного сезона, а «Ювелир-3» — традиционно к новогодним праздникам. В то же время выставочное объединение «Рестэк» выбирает иную стратегию. В 2005 году организаторы запускают первую выставку в Москве, совпадающую по срокам с выставкой «Ювелир», тем самым бросая вызов самой масштабной и престижной ювелирной выставке в России.

Таким образом, можно с уверенностью утверждать, что в жизни выставочного движения России началась новая глава, обозначающая эволюцию подходов и расширение возможностей в сфере представления ювелирного искусства.

(продолжение следует)



www.serebro-altair.ru

Эксклюзивные елочные игрушки из серебра



ООО «Альтаир – ВДВ»
Санкт-Петербург
тел.: +7 (812) 578-88-37
+7 (812) 578-87-86
+7 (968) 196-86-01
e-mail: vdvnika@mail.ru
www.serebro-altair.ru



Москва,
Тимирязев Центр,
стенд А 317

телефон для связи на выставке :
+7 (968) 196-86-01

Коллекционная серия серебряных игрушек «Матрёшки», выпущенная к 225-летию юбилею А. С. Пушкина по мотивам его бессмертной сказки «Сказка о царе Салтане». Художественной основой каждой матрёшки стала яркая образность, наглядная живописность произведения, волшебство персонажей и богатство сюжетной ситуации. Этот набор наполнит дом светом и теплом и станет не просто украшением, но и своеобразным оберегом, который напомнит о своих корнях.

ПАЛЕХ. ЖИВЫЕ ЦИФЕРБЛАТЫ



‘Альфа’, арт. 315882, сталь,
ручная роспись, кварц

Доведенная до совершенства техника (даже не техника — магия) создания лаковых миниатюр как нельзя лучше подошла к росписи циферблатов. В самом деле, где еще отсчитывать время, как не на фоне тончайшей темперной живописи, сохраненной как культурное явление в течение почти пяти веков.

Нас почти поглотила цивилизация. Человек, имеющий корни в азиатских степях, в своем офисе на сорок пятом этаже ультрасовременного башни делового центра неотличим от своего собеседника, чьи дальние предки гоняли оленей в неуютных северных широтах. Унифицированный дресс-код, обязательный набор дорогих брендов обезличивает тех, кому положено быть уникальным индивидуумом. В прежние времена национальный костюм мог рассказать собеседнику целую историю о его владельце, точно описав возраст, статус, семью, заслуги и даже круг общения. Наш прагматичный век стер все подробности, оставив только знаки социального положения в виде ценника на костюме.

Люди, стремящиеся сделать шаг за рамки обязательного дресс-кода, но вынужденные придерживаться корпоративных правил, оказались в сложном положении. В их распоряжении остались считанные элементы, позволяющие сделать шаг в сторону от стандартного образа. Один из главных таких элементов — разумеется, часы.

Живописные циферблаты для статусных часов, безусловно, не новость. Исполненные с разной степенью мастерovitости, они периодически появляются на витринах часовых бутиков. Бренду PALEKH WATCH нет необходимости доказывать свой статус в мире высоко-




Palekh Watch



часового искусства, он давно «стоит над схваткой», уровень «эксперт» для него заработали поколения мастеров, которые пронесли, не расплескав, уникальную технику лаковой миниатюры. Но и раньше и сейчас выходят в свет коллекции, подтверждающие высочайший уровень мастерства.

А неизменный принцип «одни часы для одного клиента», дает гарантию, что часы на вашей руке являются уникальным произведением. Но и это не все.

В представленной анималистической серии художники очевидно «превозмогли тему». Помимо идеального рисунка и ожидаемо тонкой работы беличьей кисти,

тут проглядывает то, что свидетельствует о глубинном понимании материала.

Художники поймали СОСТОЯНИЕ. Энергетика, ощутимо присутствующая в каждой картине (а как еще ее можно назвать) не только позволяет собеседнику подсмотреть, какой образ в данный момент примеряет на себя визави, но и стимулирует владельца часов к дальнейшему разыгрыванию выбранной роли. Если не верите, взгляните хотя бы часы «Альфа». Впрочем, для снижения градуса пафосности в картины искусно добавлена небольшая капля иронии; все-таки излишняя серьезность не способствует успеху предприятия.

Но вот охота завершена, роли сыграны, занавес. Можно освободить мысли, смыть грим.

И снять часы.



Олег Подгурский



Добавьте магии!



Ювелирные перчатки, упаковка, демонстрационное оборудование

www.kliogem.ru  [@kliogem](https://www.instagram.com/kliogem)

Москва
+7(495) 252-03-45

Санкт-Петербург
+7(812) 414-97-72

Кострома
+7(4942) 344-233



Воск литевой



SVC индукционная вакуумная
литевая машина



Формовочные массы



DVC-III автоматическая
вакуумная литевая машина



Пресс-вулканизатор



Миксер 1,3 или 5 опок



Воск-инжектор



Волго-Вятский монетный двор: полный цикл производства и уникальные решения

Волго-Вятский монетный двор — уникальное явление в российской ювелирной промышленности. Основанный в 2016 году заслуженным художником РФ, академиком РАХ, А. С. Квашниным, он стал первым в стране частным монетным двором в России. Специализация двора охватывает широкий спектр изделий из драгоценных металлов: монеты, ордена, медали, знаки отличия, сувенирная продукция, выполненная с использованием разнообразных техник декорирования — от эмали и гильоше до инкрустации драгоценными камнями.



Миссия предприятия заключается в возрождении традиции дарения значимых подарков, несущих историю и символизм. Волго-Вятский монетный двор стремится создавать высокохудожественные изделия, запечатлевающие важные события для государства, бизнеса и отдельных людей.

Полный цикл производства — ключевое преимущество компании. От разработки дизайна и создания моделей до оснастки для тиражей и финального изготовления продукции, все этапы выполняются собственными силами, гарантируя высочайшее качество исполнения, близкое к ювелирному. Постоянное совершенствование и освоение новых технологий, зачастую на стыке различных отраслей, позволяет расширять ассортимент и предлагать инновационные решения.

Ярким примером технологического прорыва стала выпущенная в 2025 году медаль, посвященная 80-летию Победы в Великой Отечественной войне. Это произведение объединило традиционное мастерство чеканки с современными электронными и механическими компонентами. Изготовленная из чистого серебра, покрытого золотом (диаметр 120 мм), медаль в качестве «пруф» (наивысшая категория качества чеканки) демонстрирует сложную техническую реализацию. Встроенные элементы воспроизводят движение войск, воссоздавая атмосферу исторического парада на Красной площади 24 июня 1945 года, а передовые технологии



ювелирное
производство
Туликов

ЮВЕЛИРНЫЕ
УКРАШЕНИЯ
из серебра с эмалью

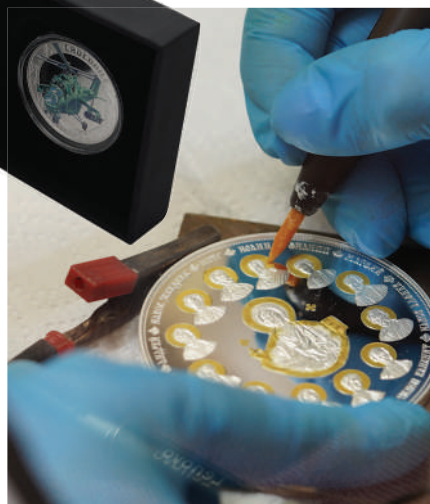


WWW.TULIKOV.RU

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

+7 (916) 828-36-20

Выставка «JUNWEX Москва», Тимирязев Центр, стенд А-307



позволяют визуализировать праздничный салют и услышать звучание легендарной песни «День Победы».

Динамичное развитие Волго-Вятского монетного двора подтверждается впечатляющими цифрами: за 2024 год выпущено более 1650 наименований продукции общим тиражом 220 тысяч единиц, для производства которых было использовано более полутора тонн чистого серебра. Этот показатель планируется превысить в 2025 году. Клиентами компании выступают федеральные и региональные органы власти, министерства и ведомства, крупные корпорации, банки, частные компании, общественные организации и зарубежные партнеры, что свидетельствует о высоком уровне доверия к качеству и уникальности предлагаемой продукции.



Справочная служба
+7 800 444 58 51
e-mail: info@vvmd.ru



О
ЮВЕЛИЯ

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

реклама

A close-up photograph of a hand holding a gold ring. The ring features a black enamel band with white Cyrillic text. Inside the band is a smaller ring set with small, clear diamonds. The hand has pink nail polish, and a green leaf is visible in the top left corner. The background is a textured, light brown surface.

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

ООО «НПК «Вознесенская»: мастерство калибровки и реставрации бриллиантов

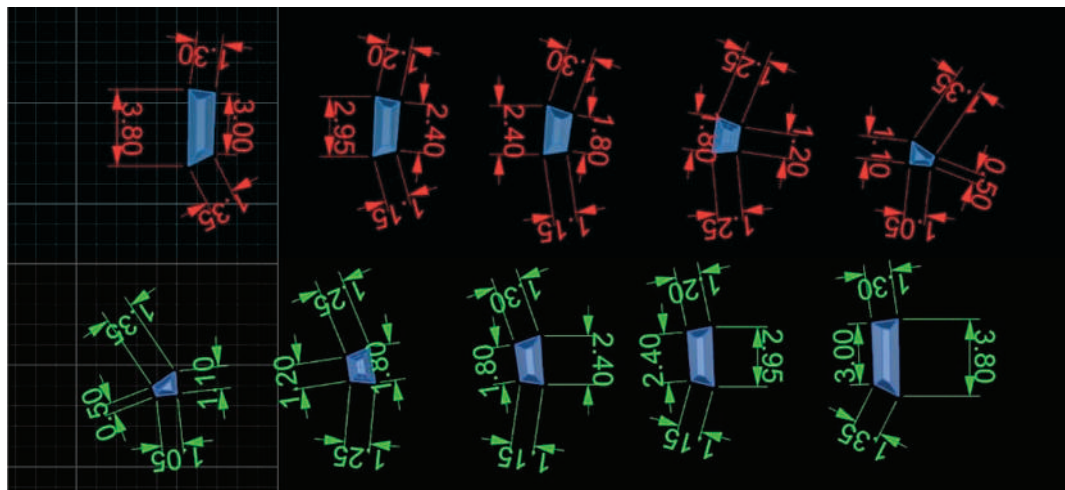
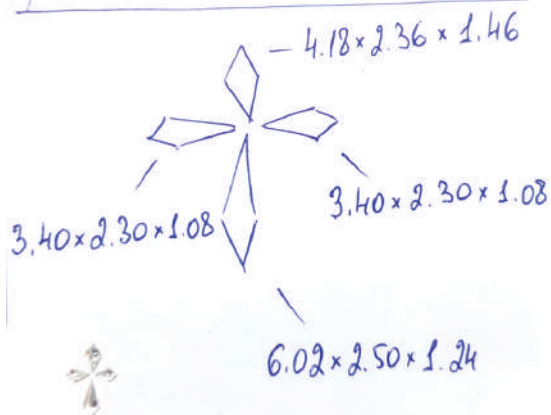
Компания «НПК «Вознесенская» — это команда опытных огранщиков, специализирующихся на тонкой калибровке и реставрации бриллиантов. Мы понимаем, насколько важен безупречный внешний вид ювелирных изделий, и предлагаем решения, позволяющие достичь идеальной гармонии даже в самых сложных случаях.

ООО «НПК «Вознесенская» предлагает следующие специализированные услуги в области обработки бриллиантов:

ИЗГОТОВЛЕНИЕ БРИЛЛИАНТОВ ПО ИНДИВИДУАЛЬНЫМ ПАРАМЕТРАМ

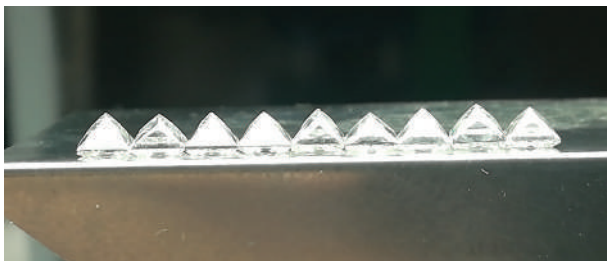
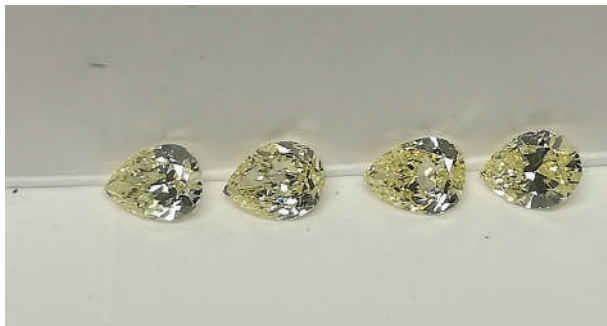
Применение аддитивных технологий в ювелирном деле, в частности, 3D-печати, зачастую требует использования бриллиантов нестандартных форм и размеров. Наша компания осуществляет изготовление бриллиантов по индивидуальным эскизам, обеспечивая точное соответствие заданным геометрическим параметрам. Например, если ювелир приобрел бриллианты, соответствующие критериям цвета и чистоты, но имеющие незначительные отклонения в размерах от требуемых, мы предлагаем услугу корректировки размеров с сохранением оптимальных пропорций, определяющих блеск и игру света. В случае утери бриллианта нестандартной формы, мы производим его точную копию, основываясь на предоставленных характеристиках или образце, что позволяет восстановить целостность ювелирного изделия.

Крест Ките - маленький



КАЛИБРОВКА БРИЛЛИАНТОВ

При создании ювелирных изделий, требующих высокой степени однородности, таких как дорожки из бриллиантов огранки «кушон», критически важным является соответствие бриллиантов не только по цвету, но и по размеру. Мы осуществляем калибровку бриллиантов, обеспечивая идентичность размеров всех камней в партии. Особое внимание уделяется калибровке бриллиантов для заправки «инвизибл», где даже незначительные различия в высоте короны бриллианта могут нарушить визуальную целостность изделия. В таких случаях мы производим переогранку бриллиантов, выравнивая высоту и обеспечивая идеальную посадку камней. Кроме того, мы предлагаем услугу переогранки бриллиантов из одной формы в другую с улучшением эстетических характеристик. Например, при наличии бриллиантов огранки «овал» и «груша», близких по цвету, мы можем переогранить «овал» в «грушу» требуемого размера для создания парного ювелирного изделия.



ИСПРАВЛЕНИЕ ПОВРЕЖДЕННЫХ БРИЛЛИАНТОВ

В процессе заправки бриллиантов возможны случайные повреждения, такие как сколы углов бриллиантов огранки «принцесса» или «маркиз». ООО «НПК «Вознесенская» предлагает услуги по исправлению сколов любой сложности. В зависимости от размера скола, мы производим переогранку бриллианта, минимизируя потерю веса и восстанавливая его первоначальную форму и блеск. Кроме того, мы осуществляем переполіровку бриллиантов, поврежденных в результате огневой заправки (так называемых «сгоревших» бриллиантов), возвращая им надлежащий блеск и чистоту поверхности.

«НПК «Вознесенская» гарантирует профессиональный подход, использование современного оборудования и высочайшее качество выполненных работ, позволяя ювелирам создавать настоящие шедевры.

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.

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/
ЭД/ФРОМУ (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 Пробируную 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 Подготовка отчетности
в ГИИС ДМДК
- 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

Ответственность за нарушение законодательства по ПОД/ФТ/ЭД/ФРОМУ
предусмотрена статьей 15.27 КоАП РФ. Штрафы за нарушения
от 50 тыс. руб., в случае ненаправления информации
в уполномоченный орган — от 200 тыс. руб.

8 (800) 550-2-115

Звонок по России бесплатный

115FZ.PRO
INFO@115FZ.PRO
115ZAKON.RU



Национальная
Геммологическая
Ассоциация

1 и 2 октября
в Москве пройдет главное
геммологическое событие 2025 года!

Международная научно-практическая конференция «Индустрия драгоценностей сегодня и завтра»



Спикеры конференции -
звезды отечественной
и международной геммологии.



Конференция посвящена алмазам и бриллиантам,
цветным камням, исследованиям в области геммологии
и трендам в индустрии драгоценностей.

Место проведения:
Москва, Большая Якиманка, д.26
Регистрация: gemmology.online

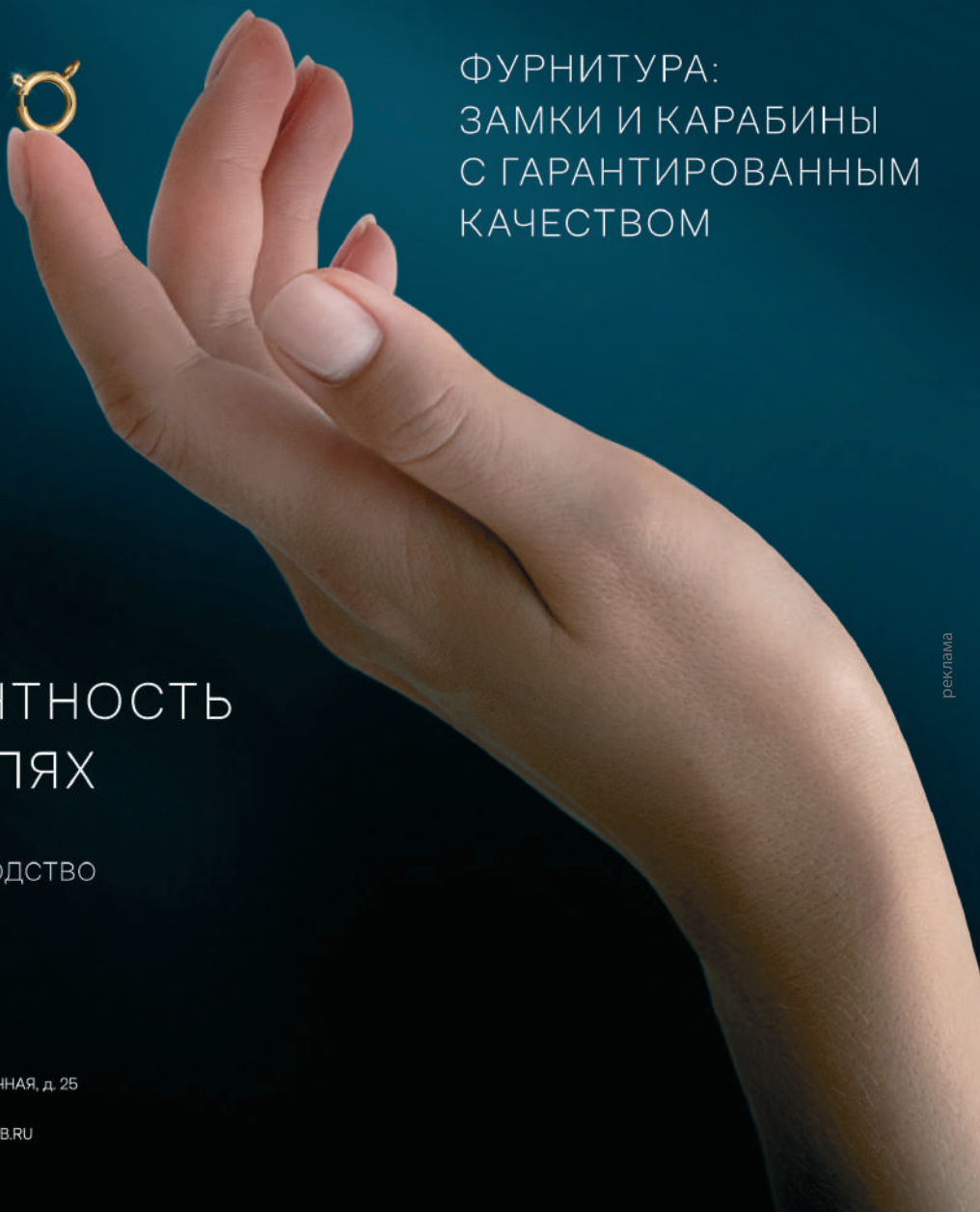


реклама





PROMTEHSPB.RU



ФУРНИТУРА:
ЗАМКИ И КАРАБИНЫ
С ГАРАНТИРОВАННЫМ
КАЧЕСТВОМ

ЭЛЕГАНТНОСТЬ
В ДЕТАЛЯХ

 ПРОИЗВОДСТВО
ИТАЛИЯ

ООО «ПРОМТЕХ»
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, ЦВЕТОЧНАЯ, д. 25
ТЕЛ.: (812) 336-39-46
E-MAIL: INFO@PROMTEHSPB.RU



ГАЛТОВОЧНЫЕ УСТАНОВКИ

ДЛЯ СОВЕРШЕНСТВА
ПОВЕРХНОСТИ



СЕРИЯ

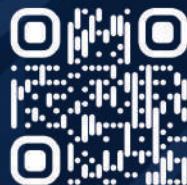
РГ

РОТОРНЫЕ
ГАЛТОВКИ

 СДЕЛАНО
В РОССИИ

реклама

PROMTEXSPB.RU



Полгода спустя: Ситуация ухудшается

Полгода назад мы говорили о нехватке профессиональных кадров на ювелирном производстве, в частности о закрепщиках. Сегодня звонки с просьбами «помоги найти специалистов» я получаю каждую неделю. И если раньше казалось, что рынок как-то сам выровняется, то теперь очевидно: проблема становится системной.



ЗВОНКИ ИЗ ЦЕХОВ:

«Дай людей, заказов много, срываем сроки».
«Нужен закрепщик прямо сейчас».
«Готов взять хоть завтра, обучите кого-нибудь быстро».

Это реальные реплики, которые я слышу от коллег — руководителей производств и владельцев ювелирных мастерских. Дефицит кадров вышел за рамки внутренней трудности и превратился в фактор, влияющий на конкурентоспособность компаний.

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ ВЫЗОВ

Для директора или владельца бизнеса нехватка закрепщиков — это уже не проблема HR-отдела. Это:

- сорванные сроки и потерянные заказы;
- недовольные клиенты и репутационные риски;
- снижение качества продукции.

Сегодня именно закрепка становится «бутылочным горлышком» всего производственного процесса у производителей в сегменте «премиум».



Роман Каракурчи,
генеральный директор Международной Ювелирной Школы

ПОЧЕМУ КАДРЫ НЕ ПОЯВЛЯЮТСЯ САМИ?

- Старшие мастера уходят на пенсию, а новая смена не подготовлена.
- Долгие годы не существовало системного обучения закрепке.
- Попытки «вырастить внутри» часто буксуют: без методики и наставничества обучение растягивается на годы.

Orotig S.p.A.

midi^{TECH}

evo^{WHITE}



Микроскоп Leica
160 Дж



Идеальный лазер для ювелирных работ

Предварительно заданные параметры обеспечивают идеальную сварку любого типа металла. Специально разработанное меню предоставляет пользователям возможность гибко настраивать параметры сварки по мере необходимости.

Настоящее итальянское качество от 999 000 рублей

РЕКЛАМА



ООО «Ювелир-Сервис»,
г. Пермь, Екатерининская, 87
+7 902 474 77 88, тел. 8 (342) 2-393-555
e-mail: jewserv@yandex.ru | Web:js.org.ru
@jewserv | @jewserv



@JEWSEV



ЧТО ПОКАЗЫВАЕТ ПРАКТИКА?

За последние полгода Международная Ювелирная Школа видит всплеск интереса со стороны управленцев. Всё больше директоров понимают: ждать готового специалиста бессмысленно. Надо готовить своих. Системно. Вдумчиво. На долго.

Наш курс — это 15 рабочих дней, 120 часов практики на реальных изделиях. За это время человек получает прикладные навыки и может включаться в производственные процессы. Мы работаем и с корпоративными группами, и с индивидуальными специалистами. Всё чаще подключаем аудит производств, чтобы встроить обучение в конкретные задачи предприятия.

РЕКОМЕНДАЦИИ РУКОВОДИТЕЛЯМ:

1. Воспринимать подготовку кадров как стратегическую инвестицию. Это не расходы, а капитализация бизнеса.
2. Закладывать обучение в бюджет развития. Потери от простоя и невыполненных заказов всегда выше, чем инвестиции в подготовку кадров.
3. Формировать кадровый резерв. Сегодняшняя нехватка — это лишь начало. Те, кто заранее позаботится о подготовке специалистов, будут определять правила игры завтра.

ВЗГЛЯД В БУДУЩЕЕ

Дефицит закрепщиков — это не временный кризис, а долгосрочный вызов отрасли. Но именно руководители сегодня могут переломить ситуацию. Инвестиции в подготовку специалистов — это не опция, а стратегическая необходимость.

Через несколько лет лидерами рынка останутся те компании, которые уже сейчас вкладываются в людей.



International
**JEWELLERY
SCHOOL**

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

Ювелирная школа



Ювелирное
оборудование



БОЛЕЕ 300
ЮВЕЛИРНЫХ БРЕНДОВ ДОВЕРЯЮТ
НАМ ПРОИЗВОДСТВО УПАКОВКИ



ПОСМОТРЕТЬ
НАШИ РАБОТЫ



ПОДПИСЫВАЙТЕСЬ
НА НАШ ТЕЛЕГРАМ КАНАЛ

700
УНИКАЛЬНЫХ
МОДЕЛЕЙ

КОМПАНИЯ ЛАЙК - ПРОИЗВОДИТЕЛЬ
ДЕМОНСТРАЦИОННОГО ОБОРУДОВАНИЯ
С 2013 ГОДА

БОЛЬШОЙ
ВЫБОР
МАТЕРИАЛОВ

НАЛИЧИЕ
НА СКЛАДЕ



ПОСМОТРЕТЬ
НАШИ РАБОТЫ



CRYSTALIT *Lab*



@CRYSTALITLAB



PRECIOUS GEMS

ЭКСКЛЮЗИВНЫЕ
ИЗДЕЛИЯ ИЗ ЗОЛОТА
И СЕРЕБРА

Ювелирное производство
г. Кострома, ул. Советская,
д. 144Б

+7 962 189 90 00
WhatsApp / Telegram
jewelry@crystalit.ru

УНИКАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ
для наших партнёров

СВЯЖИТЕСЬ С НАМИ



ИНТЕРНЕТ МАГАЗИН
CRYSTALIT-LAB.RU





JUNWEX
МОСКВА

Лабораторные бриллианты

100%
БРИЛЛИАНТЫ

SHOP.CRYSTALIT.RU

PREMIUM
gemstones™



JUNWEX МОСКВА 2025
24 - 28 СЕНТЯБРЯ

ТИМИРЯЗЕВ ЦЕНТР, ЗАЛ А
СТЕНД КРИСТАЛИТ А-312

Свяжитесь со стендом
+7 962 189 90 00



CRYSTALIT
corporation



НОВИНКИ
В ТЕЛЕГРАМ

8 800 200 22 28

www.crystalit.ru

PREMIUM
ZIRCONIA

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





**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.



ТИМИРЯЗЕВ ЦЕНТР, ЗАЛ А
СТЕНД КРИСТАЛИТ А-312



Свяжитесь со стендом
+7 962 189 90 00
jewelry@crystalit.ru



ФАБЕРЖЕ в 1917 году

Три новеллы: Драгуны в Доме Фаберже.
Бриллианты Матильды Кшесинской.
Пожар Окружного суда как спасение
для Агафона Фаберже.

ДРАГУНЫ В ДОМЕ ФАБЕРЖЕ

Неизвестной страницей истории дома Фаберже на Б. Морской улице (1902–1918 гг.) являются события февраля 1917 г., сведения о которых недавно были обнаружены Румянцевым А. Г., главным архивистом Центрального государственного исторического архива Санкт-Петербурга в фонде прокурора Петроградской судебной палаты. В одном из дел фонда имеются свидетельские показания, собранные Чрезвычайной следственной комиссией Временного правительства по исследованию «противозаконных по должности действий и высших должностных лиц разных ведомств» о квартировании в доме известного ювелира гвардейских частей, прибывших для подавления восстания, и об обнаруженных в доме пулеметах. Кстати, членом этой Чрезвычайной комиссии был поэт Александр Блок.

Из свидетельских показаний управляющего домом по Морской ул., 24, А. К. Казака и артельщика при магазине Фаберже С. Н. Нестерова вырисовывается следующая картина.



*Драгуны Лейб-гвардии Драгунского полка
у Петергофских казарм*



Карл Фаберже (1918 г.)

В начале четвертого ночи 28 февраля 1917 г. управляющему сообщили по телефону, что из Дудергофа идет конница, и нужно разместить ее во дворе дома. Через полчаса в комнату С. Н. Нестерова вошли 5 офицеров и 7 солдат в сапогах со шпорами. Около половины пятого утра 28 февраля дворник (Лобов) сообщил управляющему, что к дому подошли солдаты с офицерами. А. К. Казак видел не менее 150 солдат с 5-ю офицерами, без пулеметов. «пеших и весьма утомленных».

НАРАКИРИ

- Роботизированная заточка закаленной стали 65 HRC — минимум заусенцев
- Углеродистая сталь — стабильный рез, точная форма
- Цена ниже Европы — без потери качества

**Ресурс выше на 50%-
экономия с первой покупки!**



**— японские боры
нового поколения!**



НАРАКИРИ

JAPAN QUALITY

подробнее на сайте ювелирного
технопарка «Сапфир»

www.sapphire.ru



По словам пришедших, они являлись драгунами из Дудергофа и оставили лошадей в Зимнем дворце. Расположившись в мастерской, военнотружашие выставили караулы. Вскоре к управляющему сводного отряда правительственных войск, оборонявших Городскую Телефонную станцию в соседнем доме на Морской улице, 22, сообщили, что под угрозой расправы он хочет перейти на сторону восставших солдат. К утру дом на Морской улице, 24, пополнился новыми солдатами учебной команды лейб-гвардии Измайловского полка.

Ранним утром 28 февраля 1917 г., как свидетельствовал местный житель А. Д. Скворцов, восставшие начали пулеметный обстрел дома Фаберже, после чего драгуны подняли белый флаг. Около 8–9 утра того же дня в ворота хлынули революционные войска, расквартированные в доме; солдаты — драгуны присоединились к ним, а один из офицеров застрелился. Революционеры откуда-то вы-

несли пулемет на колесиках и какой-то ствол. Об обыске, проведенном восставшими в доме на Морской ул., 24, утром 28 февраля сообщали также младший дворник Воинов Илья и кочегар М. Я. Прелуцкий.

Неизвестно, откуда взявшийся таинственный пулемет на колесиках соответствует по описанию станковому пулемету «Максим», который вполне мог быть на вооружении правительственных войск. Что же касается драгун из Дудергофа, то речь, по-видимому, идет о запасных частях лейб-гвардии Драгунского полка. Они могли быть вызваны утром 27 февраля 1917 г. из своих казарм в Старом Петергофе в помощь 9-му запасному кавалерийскому полку и другим частям, принимавшим участие в попытке подавления Февральской революции. В течение 27 февраля 1917 г. драгуны занимались патрулированием Невского пр., Садовой ул. и Литейного пр., а днем 28 февраля 1917 г. были выведены из Петрограда.

БРИЛЛИАНТЫ МАТИЛЬДЫ КШЕСИНСКОЙ

В эти беспокойные февральские дни 1917 года интересна история с бриллиантами Матильды Кшесинской. (Матильда Кшесинская. Воспоминания. Глава 36. 1917 год).

«Мои крупные бриллиантовые вещи я дома не держала, они хранились у Фаберже, а дома я держала лишь мелкие вещи, которых было невероятное количество, не говоря уж о столовом серебре и обо всем другом, что было в доме. На следующий день, в понедельник 27 февраля, уже стало ясно, что нарыв, как надеялся генерал Галле, не лопнул и что никакого успокоения ожидать нельзя. С каждым часом становилось все тревожнее и тревожнее. Все, что было более драгоценного и что попало мне под руку, я уложила в небольшой ручной саквояж, чтобы быть готовой на всякий случай. Мои самые крупные и ценные вещи хранились, как я говорила, у Фаберже, но после переворота (2 марта 1917 г. — отречение императора Николая II) он попросил меня взять их к себе, так как он опасался обыска и конфискации драгоценностей у него в сейфах, что в действительности вскоре и произошло. Эти драгоценности вместе с вынесенными мною лично из дома я уложила в особый ящик установленного размера и сдала на хранение в Казенную Ссудную Казну на Фонтанке, № 74, и сама дала им оценку, умышленно уменьшив ее в сравнении с действительной их стоимостью, чтобы не платить крупную сумму за их хранение. Мне было тяжело в материальном отношении, и платить много я не могла. Директор Ссудной Казны был крайне удивлен такой низкой оценке. «Ведь их тут на несколько миллионов», — заметил он мне, когда я сдавала свои вещи. Я сохранила бумагу от Ссудной Казны, по которой вынуть ящики, кроме меня лично, могла еще только моя сестра Юлия». Можно напомнить, что оценщиком Ссудной Казны многие годы был Агафон Карлович Фаберже.



Матильда Кшесинская (1910-е гг.)

Есть справка на бланке Товарищества «К. ФАБЕРЖЕ» от 07 мая 1917 г. об оценке 14 ювелирных изделий Матильды Кшесинской на общую сумму 294 500 руб. Цены даны по цене покупки до 1914 г. Но в 1917 году, в связи с инфляцией, их надо умножать на 5. Таким образом, действительно общая стоимость драгоценностей прима-балерины составляет около полутора миллиона рублей.



**Лигатуры и гальванические растворы
высочайшего качества для ювелирных
изделий и модных аксессуаров**

www.legor.com

Legor на выставке JUNWEX Москва:
Тимирязев Центр, стенд А-434
телефон +7 910 951 48 72



реклама

ООО «ЛЕГОР ГРУП РУССИЯ»

Кострома, ул. Локомотивная, д.6, оф. 1

+7 (4942) 42 35 21, 42-32-33, +7 910 951-48-72, s3112@mail.ru

Санкт-Петербург, ул. Коли Томчака, д. 24, корп. 2

+7 911 248 84 23, legorspb@mail.ru

Екатеринбург, ул. Шорса, д. 29, ЮТЦ Golden Park, 2 этаж, оф.12

+7 912 048 0498, legorgroup@mail.ru

ПОЖАР ОКРУЖНОГО СУДА — СПАСЕНИЕ ДЛЯ АГАФОНА ФАБЕРЖЕ

Февральская революция, несомненно, повлияла на судьбу Агафона Карловича Фаберже. После начала Первой мировой войны главный бухгалтер Петербургского отделения Эмиль Зальцер, как германский подданный, выехал к себе на родину в Штуттгарт. На его место был переведен из Москвы главный бухгалтер Московского отделения Отто Оттович Бауэр, российский подданный, родом из Митава (сейчас Елгава, Латвия), как впоследствии оказалось, «злой гений Фаберже». Карл Густавович ему всецело доверял и незадолго до отъезда из Петрограда выдал ему доверенность на «ликвидацию всех денежных и материальных дел». Летом 1919 года Отто Бауэр пишет письмо из Петрограда Карлу Фаберже о том, что «три четверти ценностей спасены». Бауэр выехал из Петрограда в 1922 году. На запрос Евгения Карловича Фаберже о спасенных ценностях он сказал, что «все отняли большевики».

Еще в декабре 1916 г. Отто Бауэр доложил Карлу Фаберже, что по его сведениям Агафон Фаберже утаивает деньги фирмы в свою пользу. Агафон отвечал за зарубежные заказы и, как геммолог, вел группу драгоценных камней. На основании доноса Бауэра в марте 1917 г. Карл Фаберже при составлении завещания вывел Агафона из числа наследников и завещал его долю пятерым сыновьям Агафона. Еще в декабре 1916 г. Агафон Карлович узнал о доносе Бауэра и обещал расправиться с ним. В декабре 1916 г. в письме видному присяжному поверенному Зарудному, который вскоре стал министром юстиции Временного правительства, Отто Бауэр жаловался на Агафона Фаберже, утверждая, что тот хочет его убить, поскольку всем известно, что Агафон всегда с собой носит револьвер. Профессор-юрист А. К. Зарудный принял дело к производству, и оно должно было рассматриваться в марте 1917 года. Учитывая серьезность обвинения и влияние Зарудного, Агафона ждала незавидная участь — тюрьма. Но



Агафон Карлович Фаберже (1914 г.)

помешали революционные события. 27 февраля 1917 года в разгар Февральской революции здание Петроградского окружного суда на углу Литейного проспекта и Шпалерной улицы было подожжено.

Пожар продолжался в течение нескольких дней. В огне сгорело текущее делопроизводство и документы архива суда, в том числе массив уголовных дел и собрание вещественных доказательств. Сгорело и дело «Отто Бауэр против Агафона Фаберже».

Причиной сожжения Окружного суда, по словам очевидца, являлись упорные слухи о том, что «в нем имеются разные подозрительные бумаги».

Современники называли конкретного инициатора этого действия — Георгия Хрусталёва-Носаря. По воспоминаниям очевидцев, он во главе толпы двинулся сначала к штабу революции — Таврическому дворцу, а у Литейного проспекта призвал: «Товарищи, сначала идите в Окружной суд, сожгите их гадкие дела!».

Резюмируя, отметим, что история фирмы и семьи Фаберже еще полна новых увлекательных страниц, которые нам открывают архивные документы, и ждет новых молодых исследователей.



*Государственная Сберегательная касса
(над. Фонтанки, 74-78)*

Fresh
JEWELRY



Украшения
с современным акцентом

Москва, Ленинский проспект, 154
<https://freshj.ru>
info@freshj.ru
+7 (499) 737-47-21

КОСТРОМСКОЙ ЮВЕЛИРНОЙ ЗАВОД, Кострома.
Брошь из серии «Пленэр», 2023



Этические и экологичные драгоценности как тренд

Одеваться — необходимость, украшать себя — забава. Эта дихотомия, часто встречающаяся в дискурсе о ювелирных изделиях, упрощает сложную взаимосвязь между функциональностью и художественным самовыражением. Однако, исторический анализ показывает, что потребность в украшении не является вторичной по отношению к утилитарным нуждам. С древнейших времен человечество придавало равное значение как предметам первой необходимости, так и объектам, наделенным символическим смыслом, что находит отражение в эволюции ювелирного искусства.

Со временем, трансформируясь под влиянием моды и технологического прогресса, ювелирные изделия, некогда доступные лишь избранным, стали более распространенным средством выражения индивидуальности, статуса и эстетических предпочтений. В XXI веке они также служат платформой для демонстрации экологической ответственности.

Современный уровень технологий и дизайна обеспечивает широкий ассортимент продукции, способный удовлетворить запросы самых взыскательных покупателей. Распространение концепции «быстрой моды» в

ювелирной промышленности привело к росту интереса к этическим драгоценностям, начиная с 2000-х годов.

Дома Высокой моды сыграли роль трендсеттеров в продвижении этического производства, а выход в 2006 году фильма Эдварда Цвика «Кровавый алмаз» стимулировал потребительский спрос на ювелирные изделия, произведенные в соответствии с принципами социальной ответственности. Фильм привлек внимание общественности к проблеме «конфликтных алмазов», добываемых в зонах вооруженных конфликтов и используемых для финансирования военных действий.



ВЕЛА, Санкт-Петербург.
Царский Love Supreme, 2023

Встреча, изображенная в конце фильма, символизирует зарождение Кимберлийского процесса (КР), международной инициативы, направленной на обеспечение прозрачности и отслеживаемости цепочки поставок алмазов из бесконфликтных зон.

В общественном сознании ювелирные изделия по-прежнему неразрывно связаны с понятием роскоши. Однако роскошь, являясь синонимом совершенства, не терпит компромиссов: предметы, запятнанные экологическим ущербом или социальными конфликтами, утрачивают ауру эксклюзивности и желанности. Следовательно, экологическая и социальная ответственность становятся неотъемлемой частью стратегии производства и сбыта в ювелирной отрасли.

Рассмотрим различные подходы, применяемые в мире ювелирным сектором для продвижения экологически устойчивых и этических практик.

ЭКО-ТРЕНД В ЮВЕЛИРНОМ ДИЗАЙНЕ. 2000 — 2006 гг.: ИМИТАЦИЯ

Карл Фаберже, однажды сказал: «Меня мало интересует дорогая вещь, если ее цена только в том, что насажено много бриллиантов или жемчуга». Его слова сегодня имеют такое же значение, как и во времена его жизни. Совершенство по-прежнему определялся сочетанием безупречного дизайна и ремесла.



SARKISSIAN, Москва.
Браслет «Мелк», 2025



КОСТРОМСКОЙ
ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД,
Кострома.
Серия украшений «Ландшафт», 2025

В начале XXI века наряду с другими трендами специалисты стали выделять набирающий силу стиль Native (естественный, природный), связанный с общей тенденцией, направленной на поддержку экологии. Его можно назвать условным экостилем, скорее, это первый шаг ювелиров в набирающем силу в обществе направлении.

Как правило, в этих коллекциях важную роль играет текстура поверхности, которая должна напоминать природную и тактильное восприятие («теплый контакт»). В предметах используются гипернатуральные декоративные элементы, взятые из мира растений, минералов. То есть, природность заключается в том, что предмет выполнен так, как если бы не был сотворен человеком. Поверхность изделий должна быть естественной, а не выглядеть обработанной.

Одной из особенностей тренда является вторичное использование вещей, как стиль жизни. Эстетической категорией становится красота несовершенства, эстетика вещи, плохо сделанной, игра с очарованием старения предмета, побуждающая думать о происхождении вещей. Также допускается соединение в одном предмете глобального и регионального — использование опыта ремесленников определенного региона (примитивного, древнего искусства, искусства современных племен, очень сильно влияние Азии и Востока) и современного глобального дизайна.

Первостепенную роль в ювелирных украшениях данного стиля играет материал и качество обработки поверхности. Многие бренды создают свои особенные поверхности, позволяющие потребителю идентифицировать эту марку. Сам предмет в данном случае подчиняется качеству используемого материала. «Естественный» вид предмета достигается за счет воспроизведения текстурированной поверхности — обманки, сложной технологии обработки, подчеркивающей фактуру материала. Эти украшения никогда не полируются до зеркального блеска, они — проводники эстетики красоты несовершенства, поэтики неиндустриальности. К тому же создают ложное ощущение рукотворности. Для создания несущих декоративную функцию трещин, патины всего лишь необходимо сократить фазы работы при обработке материала, использовать окисление металла или обработку поверхности песком.

Стремление к естественности ведет за собой вкус к импровизации в плане сочетания элементов в композиции и технологии создания. Иногда просто берется материал, какой он есть, например, в одном предмете могут соединяться графит и алмазы — аллотропные модификации углерода. Необработанный алмаз все чаще появляется в коллекциях компаний разного уровня — от De Beers до небольших региональных.

ЮВЕЛИРЫ НА СТРАЖЕ ПРИРОДЫ: ТЕМАТИЧЕСКИЕ КОЛЛЕКЦИИ

В авангарде эко-движения ювелирное искусство являет новый виток развития: создание тематических коллекций, призванных поддержать исчезающие виды животных и птиц, а также инициативы по сохранению чистоты океана. Часть средств, вырученных от реализации этих украшений, направляется в благотворительные фонды. Данные коллекции призваны продемонстрировать синергию дизайна ювелирных изделий и защиты природы, доказывая возможность гармоничного сочетания эстетики, элегантности и бескомпромиссного качества с принципами социальной ответственности.

Анималистический и, в более широком смысле, «природный» жанр, органично вплетён в историю ювелирного искусства с момента его зарождения. На протяжении веков украшения, выполненные в виде животных, птиц, насекомых и растений,

служили тотемами, талисманами, эмблемами, неизменно присутствуя в ювелирной тематике. В 1980-х годах, когда «Всемирный фонд дикой природы» (WWF) объявил о начале кампании по борьбе с загрязнением окружающей среды и исчезновением редких видов животных, значительное число ювелиров откликнулось на этот призыв, представив тематические коллекции. Таким образом, они привлекали внимание общественности к насущным проблемам, используя язык драгоценных металлов и камней для повествования о великолепии и хрупкости природы, акцентируя важность её сохранения для будущих поколений.

Ювелирный дом Bvlgari выступил с коллекциями, вдохновлёнными природными мотивами, искусно применяя нетрадиционные для Дома материалы: коллекция Naturalia включает в себя предметы, выполненные в форме рыб и раковин, а изделия коллекции Chandra содержат компоненты из белого фарфора, украшенные рельефным орнаментом.

Нельзя не упомянуть и о линии Dodo, созданной итальянской компанией Pomellato в память об исчезнувшей птице, известной благодаря сказке Л. Кэрролла «Алиса в Стране чудес». Маврикийский дронт (додо), исчезнувший четыре столетия назад, стал печальным символом трагической роли человечества в истреблении фауны.

В XXI веке ювелиры активно продолжают привлекать внимание мировой общественности к необходимости обеспечения здорового и безопасного будущего, сохранения биоразнообразия животного и растительного мира, а также предотвращения исчезновения редких представителей флоры и фауны Земли. С 2010 года экологичность перестала быть преходящей модной тенденцией, превратившись в устойчивый образ жизни для представителей отрасли.

В 2012 году бренд Patrick Mayros, основанный выходцами из Зимбабве, представил капсульную коллекцию украшений Pangoline, посвященную спасению редких животных — ящеров-панголинов. Часть доходов от продаж этой кол-



BVLGARI,
серебро из коллекции
Naturalia



АПИНА, Санкт-Петербург.
Браслет «Душистый ирис»,
2024

BVLGARI,
кольцо из коллекции Chandra



Ю. Д. KABAROVSKY, Кострома.
Коллекция «Каванди», 2025

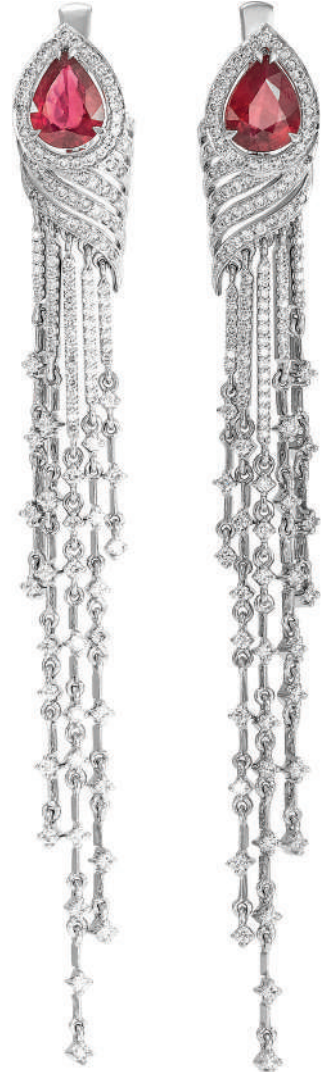
лекции направлялись в фонд спасения панголинов, подвергающихся истреблению со стороны браконьеров. Таким образом, компания продемонстрировала, что ювелирные изделия могут быть инструментом добрых дел.

Этнические украшения, как квинтэссенция культурного наследия и мастерства, повествуют о непрерывности традиций. Ювелирный Дом Kabarovsky, развивая этно-тренд, в коллекции «Каванди» обращается к наследию африканской этнической группы сидди, чья миграция в Индию началась еще в VII веке. Сидди, оставившие заметный след в истории Индии, увековечены в том числе и в технике создания лоскутных одеял, известных как «каванди». Эти одеяла, сшитые вручную из обрезков ткани, часто из старых сари, демонстрируют уникальный подход к утилизации материалов. Отличительной особенностью одеял «каванди» является отсутствие повторяющихся узоров, что делает каждое изделие уникальным. Общим для всех работ является насыщенная цветность и техника стежки. В коллекцию «Каванди» вошли оригинальные комплекты из серебра с золотым покрытием, в которых этнические мотивы прослеживаются в каждой детали: контрастный орнамент из ювелирной эмали, яркие красные и зеленые алланыты огранки «сахарная голова».

Один из вариантов ювелирного эко-движения: создание тематических коллекций, повествующих об истории заповедных мест нашей планеты и их несравненной, хрупкой красоте. Эти коллекции должны служить наглядной демонстрацией того, что дизайн ювелирных украшений способен внести ощутимый вклад в защиту окружающей среды, не жертвуя при этом эстетической привлекательностью изделий и их коммерческой ценностью. Ювелирный дом «АРИНА» воплотил в драгоценных материалах таинственную красоту антарктического феномена — «Кровавого водопада». Антарктида, континент, полный экстремальных условий и научных загадок, хранит в долине Тейлор это поразительное явление, приковывающее внимание ученых с начала XX века.

Разглядывая серьги от «АРИНЫ», можно представить, как сердце водопада — подледное соленое озеро — исторгает насыщенную железом воду, которая, контактируя с кислородом, приобретает характерный багряный оттенок. Само озеро образовалось при затоплении долины Тейлор морской водой до полного замерзания ледника Тейлор, что произошло в период от 5,5 миллионов до 20 000 лет назад.

Начиная с 2018 года, ювелирные бренды уже не могут игнорировать экологические проблемы; это больше не просто тренд, а обязательное условие для коммерческого успеха.



АРИНА, Санкт-Петербург.
Серьги «Рубин для Антарктиды или Водопад долины Тейлора», 2024

ХУДОЖНИКИ-ЮВЕЛИРЫ КАК «ГЛАВНЫЕ ГЕРОИ» ОТРАСЛИ

В индустрии роскоши доминируют два гиганта – конгломераты LVMH и Kering, сформировавшиеся путем консолидации независимых брендов, включая ювелирные дома, о которых упоминалось ранее. Однако существует отдельный эшелон игроков в ювелирном искусстве – независимые художники-ювелиры и дизайнеры.

В любой этнографической коллекции можно обнаружить артефакты, изготовленные из дерева. Однако дерево не ограничивается ролью ремесленного материала народного искусства. Оно находит применение в авторских ювелирных изделиях, где, в сочетании с металлом и камнями, демонстрирует актуальные тенденции современного дизайна.

Концепция международного проекта «GOODWOOD» зародилась в Санкт-Петербурге в 2009 году. Основной замысел проекта, разработанный художниками Олегом Тихомировым и Анной Терещенковой, заключался в переосмыслении потенциала дерева, как одного из старейших материалов в ювелирном искусстве, в контексте актуального дизайна и художественного мышления XXI века. Дерево предлагалось интерпретировать как «информационное поле, аккумулирующее природную энергию, сокрытую под статической оболочкой, демонстрирующее дуализм материального и нематериального, живого и неживого» (Тихомиров, О., Терещенкова, А., 2009).

В Европе подобный проект в 2014 году инициировал Vogue Italia, устроивший выставку The Protagonist («Главный герой»). На это мероприятие были приглашены выдающиеся представители профессии, чьи работы вызывают восхищение экспертов и признание публики и прессы, что обеспечивает выставке высокий авторитет.

Для экспозиции 2017 года избранным дизайнерам было предложено создать украшения из ореха тагуа, получившего поэтичное название «растительный слон». Несмотря на то, что слоновая кость традиционно применялась в ювелирном деле, варварское истребление слонов ради украшений неприемлемо. Орех тагуа, произрастающий в лесах Амазонии, обладает физическими свойствами, близкими слоновой кости. Предлагая тагуа в качестве альтернативного ювелирного материала, выставка предложила инновационное решение проблемы браконьерства.

В 2018 году участники выставки представили публике украшения, изготовленные исключительно из натуральных (необработанных синтетически) материалов: экологически чистой древесины, этически добытых драгоценных камней, культивированного жемчуга, био-заменителей кожи и переработанных драгоценных металлов. Однако креативный директор выставки Александра Мор отметил, что The Protagonist эволюционировал из светского мероприятия, посвященного высокому ювелирному искусству во влиятельного лидера в обсуждении устойчивой роскоши в ювелирной отрасли. Он также обратил внимание на частое злоупотреблении терминами «устойчивость», «этичность» и «экологичность» в маркетинговых целях.

Студийные художники-ювелиры, не достигшие мировой известности, чаще используют в своих работах переработанные металлы и нетрадиционные материалы. Это связано не столько с их приверженностью экологическим принципам, сколько с финансовой доступностью материалов. Тем не менее, именно в этой среде зарождаются новаторские идеи и концептуальные проекты, которые впоследствии, в адаптированном виде, воплощаются в тиражных коллекциях круп-

ных ювелирных компаний. Поэтому наблюдение за творчеством независимых ювелиров представляет особый интерес.

В заключение следует отметить, что известная британская ювелирная компания Taylor & Hart в своем анализе трендов прогнозирует, что ювелирная индустрия станет одним из лидеров в области ответственного и этичного потребления. В мире две трети ювелирных брендов уделяют внимание экологическому воздействию своего производства. Потребители активно ищут бренды, придерживающиеся экологически ответственных практик. Это подтверждается ростом поисковых запросов: например, фраза «этичные украшения» (украшения, созданные с соблюдением прав работников, занятых в добыче сырья) стала упоминаться на 20% чаще, а «переработанное золото» — на 29%. Эта трансформация потребительского поведения является стимулом для дальнейшего развития отрасли. Бренды должны соответствовать ожиданиям покупателей, поскольку это часто является решающим фактором при совершении покупки. Сознательный потребитель диктует свои правила, которые невозможно игнорировать, если компания стремится к устойчивому успеху и долгосрочному существованию.

фото предоставлены ВО Рестэк JUNWEX



УЧАНИ БЫВАЮЩА, Санкт-Петербург. Коллекция «Вариации на тему "Человек"»



goldnet.market

**Сканируйте QR
и начинайте продавать!**



**Выставка «JUNWEX-Москва»,
Тимирязев Центр, стенд А 104**



Tiffany & Co. сервиз, кофейный сервиз, 1910–1911 гг., 18-карatное золото

Что в золоте тебе моем?

На протяжении тысячелетий золото служило человечеству универсальной валютой, изысканным материалом для ювелирных украшений и даже незаменимым компонентом в стоматологии. Почему золото? Что таится в этом инертном, устойчивом к коррозии элементе, словно излучающем внутренний свет?

Мы возвели его качества в нечто большее, чем просто материалы — они стали символами: постоянства, неизбежности, чистоты, божественного начала, а также красоты (золотое сечение, описанное еще Леонардо да Винчи в «Божественной пропорции»), и гармонии (золотая середина, принцип, восходящий к античной философии). Стремясь к совершенству, мы устанавливаем «золотые стандарты» и вручаем «золотые медали». Золото олицетворяет наши амбиции и цели; фарфор и слоновая кость некогда назывались «белым золотом», а нефть, столь важная в современности, получила название «черного золота». Что же делает этот металл символом контрастов в нашей цивилизации?

Примеры разнообразны. Золото обладает уникальными свойствами, делающими его исключительным материалом для ювелиров. Пластичность золота позволяет создавать сложнейшие формы, а его долговечность гарантирует сохранность изделий на века. Возьмем кофейный сервиз «Позолоченного века», состоящий из четырех золотых предметов — кофейника, сливочника, сахарницы и подноса, отполированных до зеркального блеска мастерами Tiffany. Сервиз был свадебным подарком Алисе Белин, вышедшей в 1915 году замуж за Пьера Дюпона, наследника империи DuPont, компании, впоследствии ставшей одним из ключевых игроков мировой химической промыш-

ленности. Кстати, отец Алисы был президентом дочерней структуры Du Pont в Пенсильвании; таким образом, брак был объединением семейных и деловых интересов. Этот сдержанный, но роскошный набор с минимальным декором в виде гирлянд из листьев в неоклассическом стиле позволяет благородному металлу говорить за себя, являясь олицетворением концентрации богатств той эпохи.

Для художников-ювелиров, работающих с золотом, этот металл открывает новые горизонты для самовыражения. Их произведения могут быть наполнены юмором, сарказмом или глубоким философским смыслом.

Другой ракурс: браслет «Карандаш» Номы Копли. Прежде чем стать ювелиром, Копли жила в Париже, находясь в окружении Марселя Дюшана, Ман Рэя и других представителей сюрреализма. Ее работы соединяют



Номы Копли (1916–2006 гг.) Браслет «Карандаш», 1999, 22-карatное золото, коралл, дерево и опал

3D МОДЕЛИРОВАНИЕ СКАНИРОВАНИЕ ПЕЧАТЬ

3D PLUS
4KL200UR



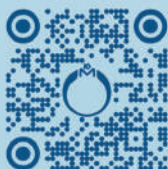
INDUCAST
VC2-T



Продажа оборудования и расходных материалов
Консультирование и оперативная техподдержка
Сервисное и гарантийное обслуживание
Услуги 3D печати и сканирования

Junwex Москва, 24-28 сентября 2025
Тимирязев центр, зал Чаянов, стенды А-627 и А-630

реклама



Более подробную
информацию по
оборудованию и
расположению стенда вы
найдете на нашем сайте!
Просто отсканируйте qr код

+7 911 772 81 00
+7 921 403 65 27

Контакты

jmo.ru
info@jmo.ru

Сайт-Почта



Дэвид Билендер, кольца, золото

сюрреализм и элементы поп-арта, представляя обыденные предметы в неожиданном свете. В этом браслете карандаш утрачивает свою функциональность, будучи воссозданным из золота, коралла и стали. Копли противопоставляет ценность используемых материалов эфемерности и обыденности предмета, ставя вопрос о том, что мы считаем ценным и почему.

Швейцарский дизайнер ювелирных изделий Дэвид Билендер создает ироничные произведения, имитирующие внешний вид гофрированного картона из чистого золота. Он словно подвергает сомнению наше слепое поклонение золоту и фактически подрывает эту ценность. Его работы можно рассматривать как современную аллюзию на притчу о царе Мидасе, где все превращается в золото, но теряет свою практическую ценность.

Художник-ювелир Лиза Гралник, профессор искусств Висконсинского университета, в своей серии работ «Золотой стандарт» переосмысливает роль золота как маркера ценности в современном обществе. Например, слепок револьвера Smith and Wesson (Revolver #19), стоимость которого на момент создания составляла 795 долларов, покрыт небольшим участком золота, что соответствует примерно 0,79 унции. В другом случае — слепке кольца



Лиза Гралник, Tiffany #11, золото

Tiffany под названием Tiffany #11 — чтобы передать соразмерную цену золота, художник значительно увеличил размер кольца и подвесил его на массивную цепь. Таким образом, создавая связь между повседневными предметами и золотом, художник побуждает зрителя задуматься: что именно делает тот или иной предмет ценным?

Золото редко «выживает» в истории или, по крайней мере, предметы из него часто теряют свою первоначальную форму.

Золотое изделие становится лакомой целью для кражи, что зачастую обрекает их на переплавку. Этот факт противоречит символическому «постоянству», приписываемому этому материалу. Исключение составляют ювелирные изделия — личные предметы, часто передаваемые из поколения в поколение и обладающие непреходящей ценностью.

Современные художники-ювелиры, в свою очередь, стремятся переосмыслить роль золота, чтобы лучше понять его значение в современном повседневном контексте. Золото, как драгоценная руда, неразрывно связано с многочисленными историческими и культурными смыслами, оставаясь объектом исследований и интерпретаций.

Не важно, ювелирные это изделия или нет, все золотые предметы способны привлекать внимание широкой аудитории благодаря своей красоте, человечности и истории, которую они рассказывают.



Лиза Гралник, Revolver #19, инс, золото



palekhwatch.ru



Анна Нестерова
основатель бренда



Palekh Watch

ЛЮБОВЬ ВНЕ ВРЕМЕНИ



ГУМ
г. Москва, Красная площадь, 3
1 этаж, 2 линия, бутик «Palekh Watch»



Модель Алиса Пилюшина

реклама



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