

Ювелирная Россия

Новостной еженедельник 949

17 ноября 2026

- www.junwex.com

РЕАЛЬНОСТЬ УЖЕ ДАВНО ОБГОНЯЕТ УСИЛИЯ СТРАНЫ ПО ВЫЖИВАНИЮ



В.В.Будный

В экономике нашей отрасли, с одной стороны, - жесткое сокращение бизнеса и штата сотрудников, переход на недрагоценное дешевое сырье, падение рентабельности предприятий, закрытия. А с другой - усиление налоговой и административной нагрузки, опережающая инфляция, непредсказуемость условий работы бизнеса.

Вопреки кажущейся логике, производства окончательно добивают, наряду с пухнущими налогами и прочими поборами, даже растущие в рублях доходы с продаж. Выросшая выручка уже не позволяет восполнить объем нужного сырья из-за опережающего удорожания золота, серебра, платины.

В ближайшей реальности - дальнейшее сокращение

производства, внутренней переработки, превращение экономики в сырьевой придаток.

Это подтверждает статистика. За 9 месяцев в России закрылось 208.5 тыс предприятий, вдвое больше чем открылось. А положительную динамику показывает только добыча полезных ископаемых... Понимаете, кто их открывает и видимо способствует прекращению производства.

Уровень фактического отставания предпринимаемых в стране усилий ярко демонстрирует предложение Минюста о пересмотре порога крупных и особо крупных хищений (увеличение их размеров в 6 раз в соответствии с реальной стоимостью рубля). С 2000-х годов накопленная инфляция составила около 400%, обесценивая зарплаты, накопления граждан и саму ответственность вороватых чиновников. Но у этой инициативы есть и обратная сторона. Повышение порогов ответственности превращается в индульгенцию для ворующих ежедневно в меньших размерах. На круг это впечатляющие цифры!

Воровство только в Нацпроектах в этом году выросло в 1,5 раза до 240 млрд руб., отмечает генпрокурор РФ А. В. Гуцан. При этом банковская задолженность простых россиян достигла уже 44,4 трлн руб., вопреки заявлениям о росте всеобщего благосостояния.

Так что и попытки власти усилить Закон отстают от реальности, утверждая безответственность коррупционной системы власть имущих.

Какой-то абсурд, в который мы попали, и выхода, кажется, нет!

НО, МОЖЕТ, НЕ СПОРИТЬ С РЕАЛЬНОСТЬЮ, А ПРОСТО ЖИТЬ В НЕЙ?

Вспоминается эксперимент советской власти с введением НЭП. Может быть, и сегодня надо отпустить вожжи и дать рынку возможность самостоятельно вырулить в существующих условиях? Не мешать, а поддерживать на примере лучших результатов, способствуя укоренению передового опыта.

Такими должны быть чиновники, а не опричниками! Ну не видно во власти людей с опытом реальной

работы в сферах, где их поставили рулить! В этом суть сложившейся кадровой системы. Воровать научились, управлять - нет!

Ювелирное производство 1990-х - хороший пример роста без стороннего внимания чиновников. Именно в тот период ювелиры без помощи государства создали современную индустрию России, способную конкурировать на международных рынках. Появились сотни производств с высокой занятостью населения и конкурентоспособными технологиями. Мы были готовы покорить мир! Это отечественных ювелиров и сгубило. Чиновники почуяли добычу, и началось «освоение»... Такое внимание чиновников неминуемо приводит к плачевным результатам.

Это можно проиллюстрировать происшедшим в строительстве, полностью захваченном чиновничьими кланами к 2000-м. Эти властные силы, увеличивая рентабельность проектов (параллельно со стоимостью квадратных метров), все привязали к еще советским трубам ЖКХ в крупных городах и методично «обезлюживают» российские регионы, переселяя людей в возводимое в центрах жилье. При этом громко «заботятся» о демографии...

Видимо, с ювелирным производством происходит то же самое. Кому-то не нравятся производственные трудности, хотят золото сами в слитках продавать зарубеж!

Справка

История России знает примеры, когда глупые косвенные налоги инициированные чиновниками жестко карались верховной властью. Сталинские времена вспоминаются прежде всего. Но были еще и отраслевые - «медные», «соляные» бунты. После соляного в 1648 году царь вынужден был отдать на растерзание толпы нескольких ненавистных чиновников вместе с главой правительства (его воспитателем) Борисом Морозовым. Когда-то и за сегодняшние просчеты с кого-то спросят.

Ничего, кроме уныния, происходящее не приносит. И понимание Победы, которую так все ждут, в условиях затягивания и невнятности происходящего, как-то размывается. Говорил тут с офицерами подшефного разведбата и уловил даже в их рядах настораживающие меня настроения. «А что по-вашему Победа, в чем она?» - такие вопросы от бойцов в окопах должны заставить задуматься!

В российских семьях, как и в 2014-м году после начала боевых действий на Донбассе, из-за неопределенности опять начались политические споры, доводящие до разводов. А продажи средств от похмелья в этой пятилетке превзошли все показатели прошлого.

НУЖНЫ ПЕРЕМЕНЫ. И НАЧИНАТЬ НАДО С ОТВЕТСТВЕННОСТИ В ЧИНОВНИЧЬЕЙ СРЕДЕ.

Ответственность на местах должна быть выше страха отправки на фронт! А сегодня прячутся там от статей за воровство. Порою создается впечатление, что выполняется какая-то секретная миссия враждебного Запада, внушающая нам преимущество анархизма перед незнамо как называемым нынешним устройством. Говорят, на всех «них» есть досье, которыми пытаются удержать их в рамках дозволенного. И если реальность с большинством чиновников обогнала меры по их сдерживанию на свободе, то надо смело сопроводить их на достойные их места. А там уж формировать штрафбаты для передовой фронта. Реальность этого требует.

И если у кого-то из них возникает вопрос: «кто ты есть такой, чтобы размышлять?», отвечаю: я простой обыватель, законопослушно ЕЖЕГОДНО оплачивающий налоги в размере больше, чем сам накопил за ВСЮ свою жизнь. И на таких, как я, в стране - не по одному чиновнику. Правда, тут реальность отстала от возможности.

Не выживем, если не вернемся в реальность.

ювелирная выставка

JUNWEX Premium



2026

25–28 ноября

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

Костромской
ювелирный
завод

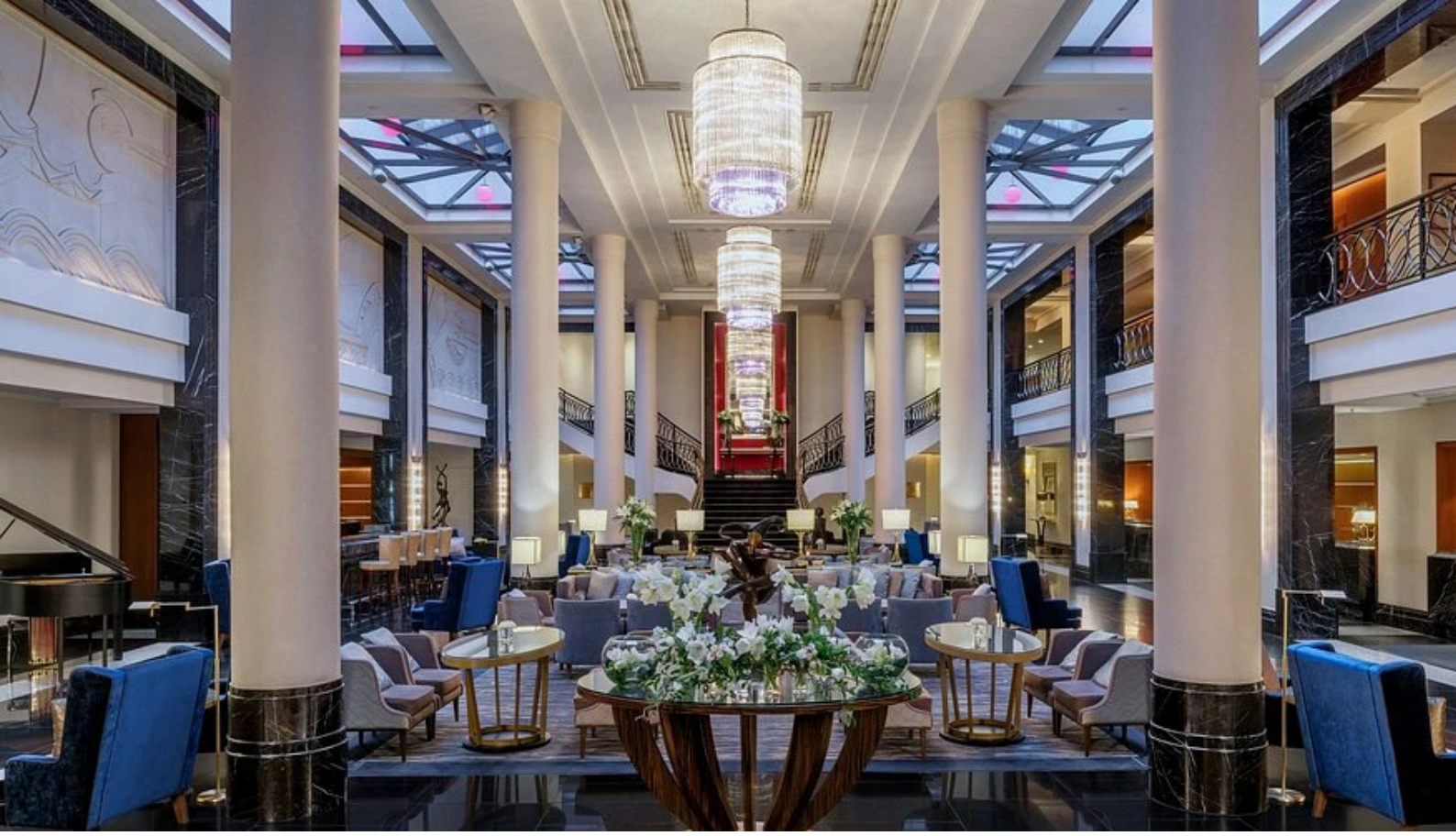
44% РОССИЯН ПОКУПАЮТ **НОВОГОДНИЕ ПОДАРКИ** ЕЩЕ ОСЕНЬЮ

Подготовка к Новому году начинается еще до декабря. По данным опроса ювелирного бренда SOKOLOV, проведённого в октябре 2026 года, 44% жителей городов-миллионников покупают новогодние подарки уже осенью. А согласно исследованию группы «Деловые Решения и Технологии», 64% россиян планируют завершить праздничные приготовления до середины декабря. При этом лишь 16% покупок подарков приходится на последнюю неделю года, тогда как годом ранее этот показатель составлял 23%.

В этот период особенно хочется найти подарки со смыслом — красивые, необычные, с собственной историей. Именно такие впечатления и открытия ждут гостей JUNWEX Premium. Поэтому мы уже сейчас знакомим будущих посетителей с выставкой и передаём им приглашения через партнёрские площадки и специальные мероприятия.

Рассказываем, где еще на этой неделе можно было получить приглашение на JUNWEX Premium.

Полный обзор локаций читайте в предыдущем номере еженедельника.



ПРИГЛАСИТЕЛЬНЫЕ ПОЯВЯТСЯ В ОТЕЛЕ «КОРИНТИЯ»

Уже на этой неделе билеты на выставку будут доступны на стойке ресепшен 5* отеля, расположенного в историческом центре города на Невском проспекте. Также реклама выставки будет встречать всех гостей на приветственных экранах в номерах. На welcome заставке TV будет размещен QR-код, ведущий на сайт выставки, где можно подробнее узнать о событии и зарегистрироваться на арт-встречи в рамках программы.

Отель «Коринтия Санкт-Петербург» — это три реконструированных здания XIX века, 388 комфортабельных номеров и люксов, а также высокий уровень сервиса, отмеченный многочисленными международными наградами.

Рады, что JUNWEX Premium станет частью гостевого опыта одного из знаковых отелей Петербурга!

ПРЕЗЕНТАЦИЯ ВЫСТАВКИ
ДЛЯ ГОСТЕЙ БУТИК-ОТЕЛЯ

11 ноября мы провели презентацию выставки JUNWEX Premium для гостей бутик-отеля Villa Mr. Pinky.

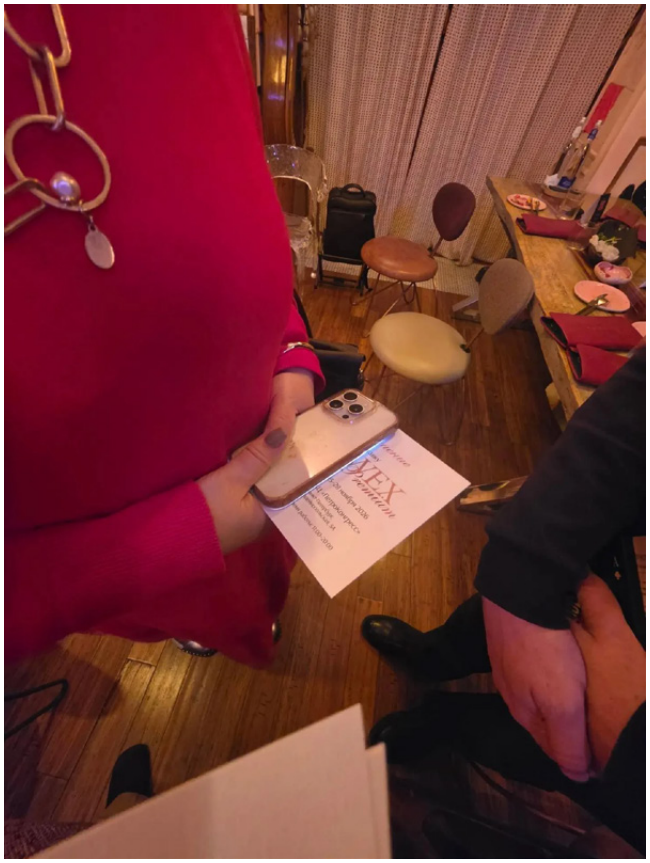
На встрече гости познакомились с концепцией выставки, её участниками и программой арт-встреч, и, конечно, каждый получил пригласительный билет на JUNWEX Premium.

Отель расположен в историческом районе Коломна, в доходном доме XIX века. Он объединяет 13 уникальных номеров, ресторан авторской кухни, SPA-лабораторию и бутик-барбершоп.



«Мы рады такому партнерству! JUNWEX Premium объединяет людей, которые ценят искусство, красоту и индивидуальность. А Villa Mr. Pinky как раз место с уникальными интерьерами и особым вниманием к искусству и эстетике.

Поэтому нам особенно приятно знакомить с выставкой аудиторию отеля — людей с тонким вкусом и интересом к новым впечатлениям».







«СТИЛЬНЫЙ ЗАВТРАК»
В МОДНОМ ДОМЕ CROKI

«Сегодня я выбираю себя» — под таким девизом прошёл «Стильный завтрак» в петербургском Модном доме Croki. Утро посвятили стилю, личным предпочтениям и удовольствию находить образы, в которых чувствуешь себя собой. Гости знакомились с коллекциями, примеряли понравившиеся вещи и делились впечатлениями.

В этой атмосфере прошла и презентация JUNWEX Premium. Мода и ювелирное искусство близки вниманием к деталям, индивидуальности и красоте, поэтому встреча стала естественным продолжением знакомства с выставкой. Каждый гость получил приглашение — повод заглянуть в ноябре в мир авторских украшений и драгоценных коллекций.



ПРЕЗЕНТАЦИЯ ВЫСТАВКИ
В МОДНОМ ДОМЕ ЕЛЕНЫ ТКАЧЕНКО

История, искусство и красота стали темами клиентского вечера в Модном доме Елены Ткаченко. Гости не только посмотрели на стильные образы модного показа, но и погрузились в образ Клеопатры на лекции, посвящённые легендарной царице и её времени.
Вечер продолжился знакомством с проектом JUNWEX Premium. Гостям вручили пригласительные на выставку, где история и эстетика встречаются уже в ювелирных образах. Ведь украшения — это тоже способ рассказать историю и передать красоту.







JUNWEX PREMIUM X SMOKE BBQ

СПЕЦИАЛЬНО ДЛЯ JUNWEX ИСТОРИЯ ФАБЕРЖЕ ЗАЗВУЧИТ ПО-НОВОМУ

К предстоящей выставке JUNWEX Premium шеф-повар ресторана Smoke BBQ Алексей Каневский разработал **авторское меню «Частное собрание. Вкусы Фаберже».**

Идея вдохновлена историей Петроградской стороны, где когда-то располагались знаменитые ювелирные мастерские, в том числе связанные с мастером.





В меню — три авторских блюда:

- Перепела на шампуре в беконе;
- Филе оленя с соусом из морошки и красного вина;
- Оливье с раковыми шейками.



Не так давно я с удивлением узнал, что место, где сегодня находится наш Smoke BBQ на Петроградской тесно связано с ювелирным искусством. Здесь работали знаменитые ювелирные мастерские, в том числе те, с которыми сотрудничал сам Карл Фаберже.

Меня особенно заинтересовал еще один факт: Фаберже был большим гурманом, любил вкусно поесть и даже сам готовил. И мне показалось, что это прекрасная точка соприкосновения двух миров — ювелирного искусства и гастрономии.

Так родилась идея специального сета «Частное собрание. Вкусы Фаберже» в поддержку выставки JUNWEX. Для меня это возможность по-своему рассказать историю Фаберже — не через драгоценные камни и ювелирные техники. **Алексей Каневский**



ЕЩЕ ОЖИДАЕТСЯ НА НЕДЕЛЕ:

с 16 /11 — Рекламные щиты и крупноформатные экраны на Крестовском острове и Петроградской стороне.

с 18/11 — Распространение пригласительных билетов в ресторане FUTURIST

с 18/11 — Радиоролики на «Business FM»

19/11 — Распространение билетов на Правовом налоговом форуме

до 28/11 — Продолжается ротация роликов в сети ресторанов Ginza (12 ресторанов по всему городу и 59 экранов)





РЫНОК

WILDBERRIES НУЖЕН ЮВЕЛИРАМ, А ЮВЕЛИРЫ НУЖНЫ WILDBERRIES



Ф.Ф. Гумеров

9 ноября по инициативе ООО «РВБ» (Wildberries) состоялась подготовительная онлайн-встреча Председателя Ассоциации Флуна Гумерова и Владимира Збойкова с Директором по стратегическому развитию ООО «РВБ» Алексеем Минаевым.

На расширенной встрече обсуждалось сразу несколько вопросов:

1. Было озвучено предостережение компании по поводу заключения возможных «эксклюзивных» договоренностей компании с отдельными участниками ювелирного рынка. Понятно, что на ООО «РВБ» будет оказываться, а, скорее, уже давно оказывается административное давление рядом компаний, таким ресурсом располагающим.

2. Wildberries нужен ювелирам, а ювелирная продукция нужна Wildberries. Сохранить партнерство в будущем крайне важно. Но ювелиры должны быть уверены в том, что завтра не случится того, что случилось вчера.

Понятно, что гарантировать отсутствие террористических

атак на места хранения ценностей невозможно, но оснастить складские помещения металлическими сейфами для изделий из драгметаллов необходимо по закону. У контрольно-надзорных органов не было оснований проверить исполнение закона. Именно поэтому по решению Совета Ассоциация обратится с соответствующими письмами в Минфин, Минпромторг и Генпрокуратуру России, чтобы основания для проверок исполнения обязательных требований по хранению продукции из драгоценных металлов на складах неукоснительно соблюдались.

3. Многие ювелирные компании понесли из-за пожаров на складах огромные убытки. Для них продолжение деятельности невозможно без возмещения хотя бы затрат на драгоценные металлы изделий, пропавших на складах. Мы понимаем, что поиск, сбор, аффинаж, инвентаризация складов и распределение между пострадавшими участниками пропорциональных сумм займет в лучшем случае месяцы, а то и годы.

Как Гильдия предлагает решить вопрос?

Эмиссией компанией ликвидных ценных бумаг на общую сумму стоимости драгоценных металлов в изделиях, пропавших на складах. Система ГИИС ДМДК не позволит никому завысить потери – она знает все, что у кого в какой момент находилось. Так что с разумной погрешностью оценить общий объем стоимости драгоценных металлов, находившихся на сгоревших складах, можно не дожидаясь их инвентаризации. И на эту общую сумму предлагается ООО «РВБ» выпустить любые удобные для обращения ценные бумаги: облигации, векселя и т.д. Распределить их между пострадавшими ювелирами, чтобы они имели возможность продать их на бирже или на внебиржевой площадке и сразу вернуть себе причитающиеся суммы. При этом все средства от реализации найденных, собранных на складах и аффинированных драгоценных металлов направятся на счета самой компании.

Приемлемо ли такое решение?

По мнению Флуна Фагимовича, да. С учетом того, что по мнению Forbes рыночная стоимость ООО «РВБ» сегодня составляет порядка 12,6 миллиарда долларов или 1 триллион 34 миллиарда рублей. Эмитировать ценные бумаги на несколько миллиардов рублей компании точно под силу. Тем более, что после аффинажа найденного и собранного драгоценного металла эта сумма вернется компании.

А вот ювелиры, не дожидаясь всех этих процедур, смогли бы уже к самому «жаркому» сезону, к новогодним праздникам, получить свои деньги за утраченные на складах драгметаллы. И продолжить работу с Wildberries!

Но кто-то, возможно, предпочтет не продавать полученные от ООО «РВБ» ценные бумаги в обмен на снижение комиссий площадки при последующей на ней работе. Вариантов может быть много.

4. Проведение встречи представителей ООО «РВБ» с ювелирами в расширенном формате показало, что к таким встречам нужно готовиться обеим сторонам. Если в чатах и телефонных звонках задаются множество вопросов, то на встрече их почти не было. А на те вопросы, которые были заданы, не был готов ответ. И это понятно – представитель от компании ведь заранее не знал, кто что спросит.

Поэтому заинтересованным ювелирным компаниям к следующей встрече с представителями ООО «РВБ» необходимо заранее подготовить и прислать исполнительному директору Ассоциации Владимиру Збойкову свои вопросы, чтобы у него была возможность заблаговременно ознакомить с ними Wildberries.

Безусловно, формат встреч компании с членами Гильдии ювелиров России не может и не должен заменять право выбора каждого из пострадавших участников площадки самостоятельно обращаться в суд со своими исками к компании. При этом Ассоциация, согласно своего Устава, будет оказывать поддержку только своим членам.

XXXIV МЕЖДУНАРОДНАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ВЫСТАВКА

JUNWEX

ПЕТЕРБУРГ

3–7 февраля 2026

КВЦ «ЭКСПОФОРУМ»



BELLISSIMA

TENTAZIONE

КОМПАНИИ

SOKOLOV ПРЕДСТАВИЛ **НОВУЮ LIFESTYLE** ФИЛОСОФИЮ БРЕНДА

ЮВЕЛИРНЫЙ БРЕНД SOKOLOV ПРОВЕЛ ЗАКРЫТЫЙ ТАНЦЕВАЛЬНО-ПЛАСТИЧЕСКИЙ ПЕРФОРМАНС «МОМЕНТЫ», НА КОТОРОМ ОБЪЯВИЛ О ТРАНСФОРМАЦИИ ЮВЕЛИРНОГО БРЕНДА В LIFE-STYLE-ЭКОСИСТЕМУ.

Перформанс прошел 9 ноября в московском театре «Школа драматического искусства».

В основе концепции перформанса — история женщины, которая движется вперед, примеряет новые роли и сама пишет свой жизненный сценарий, не откладывая жизнь на потом. Пространство театра на Сретенке разделилось на четыре хореографические главы женского пути: «Начало» (детство и рождение личности), «Притяжение» (чувства, любовь и поиск собственного стиля), «Перемены» (внутренние трансформации и новые способы самовыражения) и «Быть собой» (принятие своего опыта и открытость новому).

Через язык балета, современного танца и акробатики компания представила новый взгляд на присутствие бренда в повседневности женщины. На каждом из этих этапов мир SOKOLOV выступает естественным спутником женщины — как в особенные даты, так и в ежедневных утренних и вечерних ритуалах заботы о себе.

Украшения, косметика, сумки и аксессуары SOKOLOV появлялись в разные моменты действия не как



предметы классического показа, а как органичная часть самой жизни.

ЮВЕЛИРНЫЕ ИЗДЕЛИЯ ПО-ПРЕЖНЕМУ ОСТАЮТСЯ ОСНОВОЙ ДНК БРЕНДА, НО НОВЫЕ КАТЕГОРИИ ЗА-МЕТНО РАСШИРЯЮТ ЕГО ПРИСУТСТВИЕ В БУДНЯХ СОВРЕМЕННОЙ ЖЕНЩИНЫ — ОТ ВНЕШНЕГО ОБРАЗА ДО ПРИВЫЧНЫХ РИТУАЛОВ КРАСОТЫ.

С самых первых секунд вечера гости погружались в атмосферу волшебства: прямо у входа их встречали завораживающие звуки рояля и виолончели. Живая музыка мгновенно задавала событию камерный и элегантный тон.

После завершения пластической постановки вечер продолжился в формате светского коктейля Black and White с DJ-сетом, авторским баром по мотивам четырех глав перфор-манса и зоной кастомизации, где гости могли нанести персональную гравировку на пода-рочные украшения от бренда.



Даниил Хрусталев, директор по маркетингу SOKOLOV:

> *«Жизнь современной женщины находится в постоянном движении: меняются её цели, обстоятельства, ритм и внутренние состояния.*
>
> *Сегодня мир SOKOLOV становится шире ювелирной категории и вырастает в полноценную lifestyle-экосистему, которая объединяет украшения, косметику, велнес-продукты и аксессуары.*
>
> *Перформансом „Моменты" мы хотели показать, что красота складывается из ежедневного отношения к себе — умения находить радость в привычных ритуалах, чувствовать уверенность каждое утро и жить здесь и сейчас, не дожидаясь особого повода».*

Светский вечер объединил звезд кино, сцены и спорта, модных инфлюенсеров, деятелей современного искусства, а также друзей бренда и топ-менеджеров крупнейших россий-ских компаний.

Среди гостей присутствовали Равшана Куркова, Александр Рогов, Татьяна Куртукова, Ка-рина Нигай, Катя Голден, Виктория Чуманова (Чума Вечеринка), Лина Дембикова, Стас Круглицкий, Мария Червоткина, Алексей Сухарев, двукратная олимпийская чемпионка Софья Великая, Аврора, Алена Водонаева, Анфиса Ибадова, Саша Савельева, Ева Саид, Ирма Оганова, Анастасия Вознюк, Наталья Карпова, Снежина Кулова, Анастасия Таири, Анита Кобелева, Лолита Лазаренко, Ольга Шуранова, художница Ася Феоктистова.

«585 ЗОЛОТОЙ» СПРЯТАЛ ГОЛОС ПОЛИНЫ ГАГАРИНОЙ В СЕКРЕТ-БОКСАХ

Ювелирная сеть «585 Золотой» совместно с Полиной Гагариной запустила проект, в рамках которого покупатели секретных боксов смогут получить живое голосовое послание от артистки.

Коллаборация стартовала в формате обновленных секретных-боксов: теперь внутри каждого ждет голосовое послание от Полины. Это не автоматическая озвучка и не имитация нейросети, а настоящая запись артистки.

Послания отличаются друг от друга, поэтому каждый покупатель получит свой вариант обращения. Кроме того, обновленный секрет-бокс дает возможность получить подарок от «585 Золотой», билеты на концерт певицы и даже шанс выиграть неформальную встречу с Полиной.

Стартом и анонсом проекта стал концерт Полины Гагариной, который прошел 7 ноября на Live Арене. Шоу прошло в новом для артистки формате: знакомые хиты прозвучали в сопровождении симфонического оркестра, а выступление дополнили личные истории и воспоминаниями певицы.

Атмосфера искренности и открытости получила продолжение и за пределами концертного зала. После шоу каждый зритель получил конверт от Полины и «585 Золотой», внутри — персональное послание от артистки и QR-код, ведущий на лендинг совместного проекта.

Найти обновленные боксы с персональными обращениями от артистки можно до 31 декабря в магазинах «585 Золотой».



«Нам было важно объединить сразу несколько форматов взаимодействия с аудиторией: музыкальное событие, продукт, цифровой контент. При этом важно сохранить ощущение искренности и личного контакта на каждом этапе. Голосовые послания помогают усилить это впечатление и создать для каждого покупателя особенный момент.

Мы верим, что такой комплексный подход позволяет вывести классические коллаборации с артистами за рамки стандартного рекламного сотрудничества и трансформировать их в эмоциональный опыт, который и делает бренд по-настоящему близким», — отметил Станислав Колосков, директор по маркетингу «585 Золотой».

Вконтакте

MAX

JUNWEX

Отраслевой медиа-холдинг

8 800 550 41 34

press@rjexpert.ru

www.junwex.com