



РУССКИЙ ЮВЕЛИР

АССОЦИАЦИЯ ГИЛЬДИЯ ЮВЕЛИРОВ

ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ № 6, 2005


РИФЕСТА



ISSN 1810-7311

0 6



9 771810 731002

Спутники любви

ЮВЕЛИРТОРГ

ОСНОВАН В 1936 ГОДУ



ФИРМЕННЫЕ МАГАЗИНЫ

«АГАТ», Садовая ул., 47, тел. 310-8650; «АКВАМАРИН», Новосмоленская наб., 1, тел. 352-0766; «АЛМАЗ», Ветеранов пр., 87, тел. 750-8238; «АМЕТИСТ», Большой пр., П.С., 64, тел. 230-5243; «БИРЮЗА», Невский пр., 69, тел. 315-4973; «ГРАНАТ», Бухарестская ул., 72, тел. 268-1568; «ЖЕМЧУГ», Славы пр., 5, тел. 261-1944; «ИЗУМРУД», Московский пр., 184, тел. 388-0194; «ИСКОРКА», Ивановская ул., 26, тел. 568-1320; «КАХОЛОНГ», Садовая ул., 7, тел. 315-0465; «КОРАЛЛ», Московский пр., 138, тел. 387-1924; «КРИСТАЛЛ», Невский пр., 34, тел. 571-3095; «МАЛАХИТ», Лиговский пр., 96, тел. 575-5973; «ОНИКС», Выборгское ш., 13, тел. 336-9670, «ОПАЛ», Б. Сампсониевский пр., 92, тел. 244-2068; «РУБИН», Стачек пр., 69, тел. 783-2336; «САПФИР», Энгельса пр., 15, тел. 550-2658; «ТОПАЗ», Московский пр., 34, тел. 316-3588; «ЯХОНТ», Большая Морская ул., 24, тел. 314-6447; «ЯШМА», Средний пр., В.О., 28, тел. 323-3277



РАМЗЕС

ЮВЕЛИРНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ

Москва, ул. Б. Тульская, 2, Т/ф: (095) 237-37-21, 237-47-54, 785-54-50

СОБСТВЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО ЦЕПЕЙ

335 руб./грамм
300 руб./грамм
330 руб./грамм

340 руб./грамм

335 руб./грамм
300 руб./грамм
330 руб./грамм
340 руб./грамм

335 руб./грамм
300 руб./грамм
330 руб./грамм
340 руб./грамм

ДЕМОНСТРАЦИОННОЕ ОБОРУДОВАНИЕ



лицо бизнеса

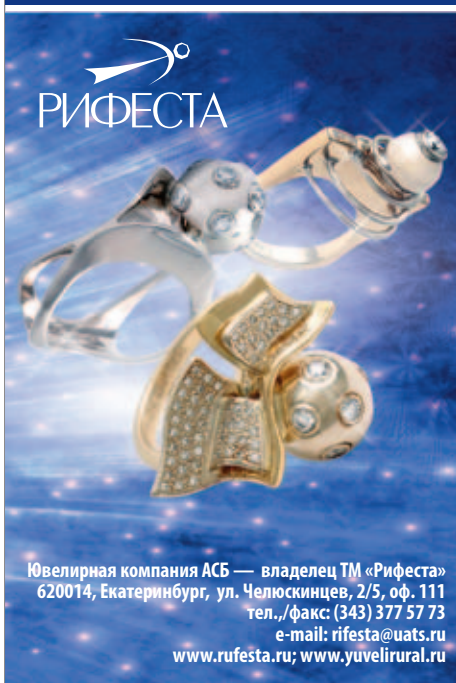


ЮВЕЛИРНАЯ УПАКОВКА

Россия, 601900, Владимирская обл.,
г.Ковров, ул. Никитина, д.15;
тел.(09232) 2-17-33, 2-18-54
e-mail:vek@kovrov.ru
Москва: тел./факс (095) 956-79-91
Санкт-Петербург: тел. (812) 921-03-04
www.vek-futlar.ru

www.vek-futlar.ru

обложка



материал номера



ЖУРНАЛ «РУССКИЙ ЮВЕЛИР», №6, 2005 год. **ТИРАЖ** 10 000 экз. **УЧРЕДИТЕЛЬ** ООО «Русский Ювелир». **ИЗДАТЕЛЬ** ООО «Русский Ювелир». **СВИДЕТЕЛЬСТВО О РЕГИСТРАЦИИ** средства массовой информации № П 1891. Выдано 31 января 2000 года Северо-Западным региональным управлением Государственного комитета Российской Федерации по печати (г. СПб) **ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР** Владимир Пилюшин. **1-Й ЗАМ. ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА** Светлана Пилюшина. **РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ** Александр Рыбаков, Александр Горыня, Михаил Пиотровский, Татьяна Фаберже, Валерий Крылов. **РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ** Владимир Матвеев, Марина Лопато, Валентин Скурлов, Юрий Баскаков **ЖУРНАЛИСТ** Ирина Фёдорова. **ДИРЕКТОР ПО РЕКЛАМЕ** Татьяна Самойлова. **РЕКЛАМНЫЙ ОТДЕЛ** Мария Станецкая, Мария Щелерина **РУКОВОДИТЕЛЬ WEB-ПРОЕКТА** Мария Флакс. **АРТ-ДИРЕКТОР** Александр Пономарёв. **ДИЗАЙН И ВЕРСТКА:** Александр Пономарёв, Наталья Вишнякова, Андрей Добров. **КОРРЕКТОР** Людмила Лебедева. **ФОТО** фотостудия «РУССКИЙ ЮВЕЛИР». **АДРЕС РЕДАКЦИИ** 199034, Санкт-Петербург, В.О., 16 линия, д. 7, оф. 6. Тел./факс (812) 328-0551/61, 327-7565. **E-MAIL** info@russianjeweller.ru [общий], design@russianjeweller.ru [для макетов]. **URL** http://www.russianjeweller.ru. **ПЕЧАТЬ** типография «НП-ПРИНТ». **БУХГАЛТЕРСКАЯ ПОДДЕРЖКА** «Центр учета и аудита». Редакция не несёт ответственности за содержание рекламных объявлений. Полное или частичное воспроизведение материалов, опубликованных в журнале, допускается только с письменного разрешения редакции со ссылкой на «Русский Ювелир». Все рекламируемые товары и услуги имеют необходимые сертификаты и лицензии. Рукописи не рецензируются и не возвращаются. **ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ** «Итар-ТАСС», «ИМА-пресс», Агентство ВПС, «РИА-Новости». Свободная цена. «РУССКИЙ ЮВЕЛИР» — зарегистрированная торговая марка.

содержание

ПРЕДСТАВЛЯЕМ

ООО «Ювелирная компания АСБ» ..	6
Компания «Акимов»	10
Новый стиль от Laurentia и Fibo ...	12
Kling в России	15
Ника. Сделано в России, сделано с любовью	17
«Веселые щенята»	18

ТЕНДЕНЦИИ МОДЫ

СОБЫТИЯ

Конференция оптовых покупателей	42
Международный симпозиум ювелиров	44

ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ

Коллекция Форбса	52
Законки	59

ВЫСТАВКИ

Календарь российских выставок. ...	75
ИнтерЮвелир-2005	92

БЕЗОПАСНОСТЬ

СКУД в общих чертах	94
---------------------------	----

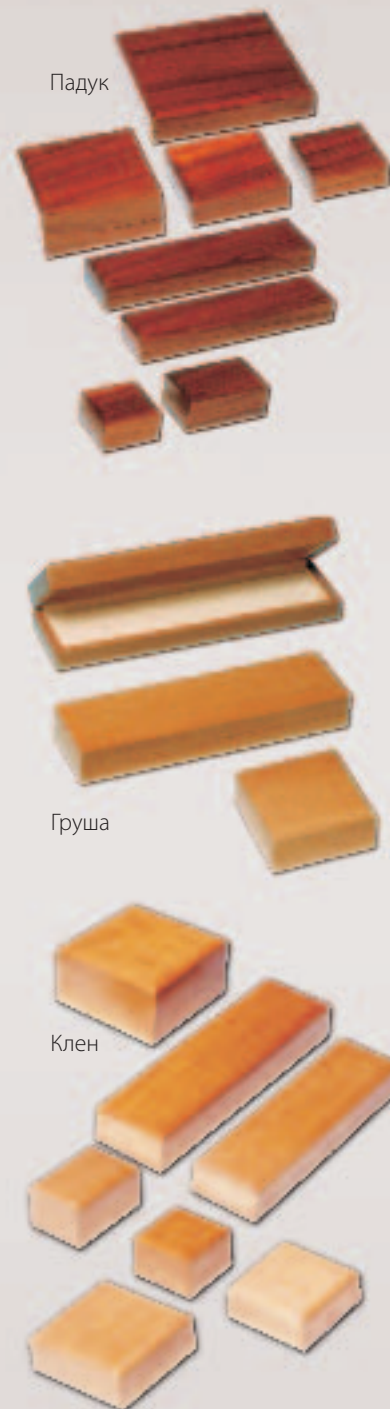
ТЕХНОЛОГИИ

Как выбрать весы и поставщика ...	97
Биметаллическое литье	107
Электрохимическое полирование ..	113

ДНИ РОЖДЕНИЯ

Поздравляем!	122
--------------------	-----

Деревянная упаковка



197046, Санкт-Петербург, М. Посадская ул., 5
т.: (812) 230 3048, ф.: 380 94 90
e-mail: paradox@paradox.spb.ru

109147, Москва, ул. Марксистская, д. 34
Тел./факс: (095) 781-43-43
e-mail: moscow@paradox.spb.ru

www.paradox.spb.ru

Представляем

ООО «Ювелирная компания АСБ» — владелец торговой марки «Рифеста»



Основанное в 2000 г. предприятие начинало свою деятельность с производства украшений массового спроса. Но уже через два года, после значительного усовершенствования производственной базы, было принято решение об открытии линии по созданию украшений с драгоценными камнями и регистрации ТМ «Рифеста». В последние годы компания активно и успешно развивается, продвигая на российском рынке отечественный бриллиантовый бренд. В настоящий момент в компании работают около 200 человек. С 2001 г. «Ювелирная компания АСБ» является официальным членом Всероссийской Ассоциации «Гильдия Ювелиров». Со дня основания руководство компанией осуществляет генеральный директор Максим Сергеевич Стрежнев, который превратил небольшое предприятие в холдинг, включающий в себя три основных направления деятельности — производство, оптовую торговлю и сеть розничных магазинов.

Позицию компании очень точно выражают слова известного итальянского дизайнера Стефана Хафнера: «Вы никогда не услышите от меня слово „продукт“. Я его ненавижу. Я предпочитаю слова „произведение“, „ювелирное украшение“, „предмет

искусства“, „выражение наших чувств“. „Продукт“ — ужасное слово. Мы не хотим делать „продукты“».

«Ювелирная компания АСБ» «продукты» тоже никогда не делала. В каждое украшение вложен кропотливый труд и частичка

души. Добиться превосходного качества украшений, достойного ТМ «Рифеста», позволяет использование качественного сырья и применение современных технологий производства. Сохранение высокой конкурентоспособности продукции компании обеспечивается, в первую очередь, тем особым вниманием, которое уделяется качеству выпускаемых изделий: на предприятии создана многоступенчатая система контроля на всех стадиях производства.

Для производства изделий, сложных по замыслу и технологическому исполнению — в ювелирном производстве требуется оборудование с высочайшим классом точности. В минувшем году компания приобрела современную автоматическую установку пятого поколения Solidscape Inc. (США) для создания моделей, обеспечивающую безупречное качество и высокую скорость изготовления.

Ещё одним приоритетным моментом в политике компании является обучение персонала. Участие в международных симпозиумах, посвящённых проблемам ювелирного производства, программах по обмену опытом, постоянное повышение квалификации специалистов фирмы позволяют обеспечивать высокий уровень и выдерживать напряжённую отраслевую конкуренцию.

Конкуренция на российском ювелирном рынке заставляет очень серьёзно относиться к дизайну украшений. Сегодняшний потребитель ювелирных украшений — это пресыщенный и избалованный клиент с огромным выбором товаров и неограниченным доступом к предложениям. Такая ситуация требует от фирм-производителей непрерывного поиска новых решений и способов удовлетворения постоянно растущих потребностей наших покупателей. Сегодня только изучение тенденций мировой ювелирной моды и следование им позволяют создавать ликвидную продукцию, которая в полной мере будет востребована покупателем.

Понимая это, специалисты «Ювелирной компании АСБ» ежегодно начиная с 2001 г. участвуют в составе российской делегации на крупнейших международных юве-



артикул 22931

артикул 14931



артикул 221105



артикул 22870

артикул 14870



Андрей Викторович Глинских (менеджер):

Десятилетний опыт работы в ювелирном производстве сформировал определённые навыки и знания, которые помогают мне предоставлять вам наиболее исчерпывающую информацию как в техническом, так и в художественном плане. Мы очень трепетно относимся к каждому нашему партнеру. (На снимке с партнерами из Новосибирска).



Татьяна Альбертовна Лутохина (менеджер):

Древние считали, что Мир держится на трёх китах. Три кита, на которых держится наша компания, — это Профессионализм, Человечность и Оптимизм

лирных выставках в Швейцарии и Италии (BASELWORD, VICENZAORO).

Экспозиционные стенды с коллекциями компании неизменно привлекают внимание как профессионалов, так и широкой публики. Лучшие украшения «Рифесты» были неоднократно удостоены высоких оценок жюри на многих международных отраслевых выставках:

- коллекция украшений с топазами (Москва, «Ювелир-2000»);
- медаль «Бестселлер выставки» за лучшее украшение (Екатеринбург, «Уралювелир-2001»);
- коллекция из золотых украшений с натуральными камнями фантазийной огранки (Всероссийский конкурс ювелиров на

приз Культурной столицы «Признание Петербурга», Санкт-Петербург, 2001);

- коллекция украшений с жемчугом (Москва, «Ювелир-2001»);
- мужская коллекция (Москва, «Ювелир-2002»);
- диплом в номинации «Грань возможного» (Санкт-Петербург, «JUNWEX-2002»);
- диплом в номинации «Оригинальные решения в ювелирном дизайне» (Санкт-Петербург, «JUNWEX-2003»);
- диплом в номинации «Вечерние украшения» (Москва, «Ювелир-2003»);
- диплом в номинации «Повседневные украшения» (Москва, «Ювелир-2004»);
- диплом «За уникальное решение в создании серии колец «Спутники люб-

ви» (Сочи, «ИнтерЮвелир-2005»).

Производители ювелирных изделий зачастую ориентируются на определённый тип покупателя, определённую потребительскую категорию. Какой же образ покупателя возникает при знакомстве с украшениями ювелирной марки «Рифеста»? Это продукция для современного человека, успешного в бизнесе и живущего полноценной жизнью. Для того, кто получает эстетическое удовольствие и искреннюю радость от приобретения ювелирного украшения.

Уникальная коллекция украшений с жемчугом и бриллиантами неизменно пользуется успехом у женщин всех возрастов (спрос на эти изделия особенно высок в Севе-



артикул 221310



артикул 221328



артикул 141328



артикул 151351



Светлана Сергеевна Рахманина (руководитель отдела продаж):
Люблю свою работу! Люблю украшения от «Рифесты»! Ценю общение с вами, уважаемые партнеры. Мне приятно, что часто деловое общение перерастает в тёплые дружеские отношения



Светлана Александровна Галактионова (менеджер):
В 2003 г. я окончила Уральский государственный экономический университет и получила два диплома по специальностям: «Международные экономические отношения» и «Переводчик в сфере профессиональной коммуникации». Прошла курсы по геммологии. Три года назад я пришла в компанию и поняла, что ювелирная область мне очень интересна. Я занимаюсь любимым делом. У нас замечательный коллектив, в котором приятно работать

ро-Западном регионе России). Юная леди найдёт в этой коллекции нежные кольца с жемчужинами белого и золотистого цветов. У экстравагантной красавицы захватит дух при одном только взгляде на чёрные жемчужины в причудливой оправе из белого золота. Взыскательную даму не оставит равнодушным сочетание крупных жемчужин (размером до 12 мм) с благородным блеском бриллиантов.

Не обойдены вниманием и мужчины. Художниками компании создана коллекция мужских аксессуаров, включающая в себя кольца, запонки и зажимы для галстука. На выставке «Ювелир-2005» в Сокольниках

компания представит новую мужскую коллекцию со вставками из кожи ската.

Благодаря профессиональному менеджменту и грамотной маркетинговой политике «Ювелирная компания АСБ» успешно осуществляет оптовую торговлю изделиями собственного производства на территории России — от Калининграда до Владивостока — и стран СНГ.

С 2002 г. отделом оптовых продаж руководит Светлана Сергеевна Рахманина. За этот период число партнёров фирмы в разных регионах России увеличилось вдвое. Добиться таких результатов позволила чёткая и слаженная работа менеджеров.

По мнению руководства холдинга, основа успеха деятельности компании — ориентированность на потребителя, формирование максимально широкого ассортимента продукции компании по оптимальным ценам, гарантированное качество, современный дизайн ювелирных украшений и индивидуальный подход к каждому клиенту. Эти принципы «АСБ» внедряет в жизнь, развивая как оптовую торговлю, так и розничное направление. Была разработана и успешно реализуется программа создания ювелирных салонов высокого уровня обслуживания, технически оснащённых, с привлекательным и современным интерьером.



Гарнитур «Фламенко».



Максим Стрежнев



Елена Стрежнева

С 1999 г. в Екатеринбурге под руководством Елены Юрьевны Стрежневой уверенно развивается сеть ювелирных магазинов компании «585», в настоящий момент насчитывающая 4 салона в разных районах города, завоевавшая заслуженную популярность и имеющая сложившийся круг постоянных клиентов среди жителей города.

В сети магазинов действует единая система дисконтных карт для покупателей. Ведётся обслуживание по кредитным картам. В компании уделяется особое внимание повышению квалификации работников и проводится внутреннее обучение персо-

нала в форме регулярных тренингов и семинаров.

В октябре 2005 г. в рамках сети магазинов «585» открывается новый ювелирный салон «Алмаз Холл» на углу улиц Малышева и Вайнера, в самом центре города, где по традиции расположены лучшие магазины Екатеринбурга.

Фирменный магазин «Салон ювелирной моды «Рифеста», ставший уже достопримечательностью Екатеринбурга, открыл свои двери в декабре 2004 г. Его популярность объясняется не только уникальными ювелирными коллекциями, но и особым подходом к покупателям. В салоне мож-

но чувствовать себя как дома: выбирать не торопясь и с удовольствием, беседуя с консультантом за чашечкой кофе. Вам помогут примерить украшение, расскажут о том, кто его сделал и чем оно замечательно. Поклонники салона перестают быть просто покупателями и становятся друзьями. В «Рифесте» даже есть свой клуб, в котором каждый месяц проходят встречи с приглашением профессионалов высокого класса, рассказывающих о различных драгоценных камнях.

До конца 2005 г. «Ювелирная компания АСБ» планирует открыть фирменный салон «Рифеста» в центре Москвы.



A.

ЮВЕЛИРНАЯ КОМПАНИЯ ООО «АКИМОВ»



Россия, 199106, С-Пб, Шкиперский проток, д. 19. Тел.: (812) 356-94-53, Факс: (812) 303-78-28
www.akimov.com; e-mail: info@akimov.com

Представляем

Компания «Акимов»

На современном российском ювелирном рынке работает ряд компаний, специализирующихся на изготовлении изделий православной тематики из серебра: «Акимов», «Софийская набережная», «Тверская ювелирная компания», «Мастерские Юрия Фёдорова», «Селена» и др. Чтобы наиболее полно выразить художественные образы, основанные на христианских канонах, при создании таких украшений применяется метод золочения. Компания «Акимов» предложила альтернативу традиционным методам золочения, родирования и накладок из драгоценных металлов — метод биметаллического литья, благодаря которому на рынок впервые выходит совершенно новая категория ювелирных изделий православной тематики — золотые украшения, включающие в себя серебро.

Сочетание золота с серебром кроме особой выразительности глубоко символично. Уже в Византийском искусстве золото использовали для изображения Божественной Славы, света Небесного Иерусалима, освещающего образы Христа, Божией Матери и святых. Серебро же из-за своей белизны было символом чистоты и святости. Именно поэтому сочетание этих двух металлов широко использовалось ювелирами христианских стран, а в XIX—XX вв. было особенно любимо художниками Санкт-Петербурга, создававшими богослужебную утварь для православных храмов. Продолжая эти традиции, компания «Акимов» разрабатывает новые коллекции изделий, выполненные в строгих канонах Русской Православной Церкви по уникальной технологии биметаллического литья.

Во многом благодаря тому, что компания «Акимов» стремится быть в курсе мировых разработок ювелирной промышленности, непрерывно осваивает новые технологии и планомерно внедряет их в производство, это предприятие на сегодняшний день является безусловным лидером рынка ювелирных изделий православной тематики.

Освоение метода биметаллического литья — одно из последних достижений компании — стало серьёзным шагом в развитии



литьевых технологий, применяемых в отрасли. Ювелирные изделия из драгоценных сплавов данным методом созданы здесь впервые в мире после почти векового забвения.

История соединения различных металлических сплавов в одном изделии началась ещё на заре человечества, эволюция этого процесса уводит нас в глубокую древность. Археологи обнаружили первые комбинированные литые изделия, датированные II тысячелетием до н. э., при раскопках на территории Европы. Идеи старинных мастеров подхватили промышленники, до наших дней применяя биметаллическое литьё в различных сферах производства. Последнее упоминание о ювелирном изделии (брошь), выполненном в этой технике, относится к концу XIX в. Знания старинных мастеров были утрачены. В

XX в. ювелиры не обращались к методу биметаллического литья, так как он достаточно трудоёмкий. Компания «Акимов», обладая высокоточным литейным оборудованием и знанием ряда профессиональных секретов, на сегодняшний день является единственным в мире ювелирным предприятием, где метод биметаллического литья внедрён в производство.

До сих пор, изготавливая сложное по художественному замыслу ювелирное изделие, зачастую приходилось соединять ряд деталей из драгоценных сплавов разных цветов и оттенков. Каждая деталь при этом проходит полный технологический цикл — от изготовления мастер-модели до полировки. Кроме того, все эти детали соединяются между собой методом спайки, что прибавляет весьма трудоёмкие операции по приготовлению различных припоев, сборке, дополнительной финишной обработке. Процесс изготовления биметаллических отливок позволяет избежать всех вышеперечисленных сложностей. При этом изделие, созданное с использованием этой уникальной технологии, выглядит цельным.

Таким образом, с внедрением в производство литья биметаллических отливок удаётся решить множество конструктивных, технологических и эстетических проблем, актуальных для ювелиров. Результаты этого метода вносят ряд положительных изменений, начиная от экономических показателей производства и заканчивая повышением художественного уровня изделий из сплавов драгоценных металлов.

Продукция компании «Акимов» всегда узнаваема по вниманию к деталям и непревзойдённой тонкости исполнения. В самое ближайшее время мы сможем увидеть новые коллекции золотых украшений с традиционным серебряным рельефом миниатюрных икон, созданные мастерами фирмы по уникальной технологии биметаллического литья.

Подробнее ознакомиться с историей, физико-химической природой, техническими характеристиками и перспективами применения этого метода в ювелирной отрасли можно в докладе С.Черныша и Е.Иванковича, представленном на Третьем международном симпозиуме ювелиров.

Представляем

НОВЫЙ СТИЛЬ от Laurentia и FIBO

Российским покупателям давно и хорошо известна продукция ювелирного завода «Дива». Компания была основана в 1998 г. и специализируется на выпуске высококачественных ювелирных изделий с бриллиантами и полудрагоценными камнями. Организация совместно с фабрикой БАСК-КРИН производства широкого ассортимента обручальных колец, в основе которой оборудование и технология чешской фирмы Primossa, позволила занять одно из лидирующих мест в данном секторе ювелирного рынка. Год от года наращиваются объёмы оптовой и розничной торговли. В 2000 г. была открыта сеть фирменных салонов корпорации; сегодня в Санкт-Петербурге их уже 9, на подходе открытие еще 4 салонов в крупнейших торговых комплексах города. Однако «Дива» не останавливается на достигнутых успехах, осваивая всё новые направления деятельности. Политика руководства компании — не только предлагать украшения, пользующиеся массовым спросом, но и формировать покупательский спрос на те или иные категории изделий, тот или иной материал, стиль, дизайн.

Следуя этой тенденции, корпорация «Дива» в нынешнем году заключила договора с двумя известными итальянскими компаниями Laurentia и FIBO и является эксклюзивным дистрибьютором их продукции в нашей стране.

Компания Laurentia была основана в начале 1980-х гг. Оригинальный стиль, разработанный ведущим дизайнером компании: — гармоничное сочетание европейской элегантности и восточного колорита — сделал изделия Laurentia популярными в Чехии, Италии, США, Индии, Японии, странах Ближнего Востока. Теперь оценить роскошные изящные драгоценности Laurentia смогут и российские покупатели.

Итальянская фирма открыла представительства и фирменные магазины в Сингапуре, Токио, Нью-Йорке, Праге и ряде других

городов. Российский ювелирный рынок, как один из наиболее перспективных на сегодняшний день в мире, вызывает у руководства компании серьёзный интерес. Поэтому планируется уже в конце 2005 г. открыть в Санкт-Петербурге фирменный салон, где будут представлены коллекции ювелирных украшений Laurentia. А пока познакомиться и приобрести уникальные изделия можно в магазинах корпорации «Дива».

Прежде чем представить эту продукцию на отечественном рынке, специалисты корпорации «Дива» провели ряд маркетинговых исследований покупательского спроса. И уже первые контрольные партии подтвердили результаты этих исследований: украшения пришлись нашим дамам по вкусу. Оригинальный дизайн, выраженный в «диалоге» золота и драгоценных, полудра-

гоценных камней различной огранки, вызывает искреннее восхищение. А широчайшая цветовая гамма ювелирных коллекций гарантирует идеальное сочетание с любым костюмом.

Ежегодно ведущий дизайнер создаёт новые интересные коллекции, учитывая актуальные тенденции мировой моды, но оставаясь в рамках избранного фирменного стиля Laurentia. Творения нынешнего года можно будет увидеть на московских международных ювелирных выставках в Сокольниках и Гостином дворе.

«Лицом компании», представляющим продукцию Laurentia в США, была выбрана Дженнифер Лопес. Вопрос о том, кто будет рекламировать продукцию фирмы в России, пока остается открытым.

Итальянская компания FIBO была основана в 1954 г. как предприятие по производству украшений из золота. Но, следуя возникшей несколько лет назад в Европе моде на ювелирные изделия, созданные из нетрадиционных материалов, дизайнеры компании разработали новые оригинальные коллекции. Сегодня торговая марка FIBO представляет линию украшений и аксессуаров из стали. Стальные украшения в сочетании с золотом, бриллиантами, кожей, каучуком, карбоном подчеркивают индивидуальность, элегантность и стиль.

Кроме того, изделия из стали — альтернатива традиционным изделиям из серебра, выполненная на принципиально новом уровне. Сталь дает возможность совместить такие, казалось бы, взаимоисключающие критерии, как демократичная стоимость (ценовые рамки изделий из серебра) и эксклюзивность. Этот металл гораздо более прочный, плохо подвержен окислению.

Образы, аккумулированные дизайнерами FIBO при создании новой линии украшений, нашли и свое «живое» воплощение: представителями рекламной компании в Италии выбрана сборная команда по футболу «Ювентус».

Несмотря на то что в Европе такие изделия находятся «на пике моды» вот уже несколько лет, для России это направление совершенно новое. На сегодняшний день в нашей стране



Коллекция FIBO



Коллекция LAURENTIA

только две фирмы продают подобную продукцию. Однако, как показывает и оптовая, и розничная торговая практика, спрос на них появился. Торговые организации, рискнувшие закупить у компании «Дива» украшения марки FIBO, оценили это и делают заказы коллекций в третий раз. Руководители компании отмечают, что даже без затрат на дополнительную рекламу объёмы продаж данной продукции в фирменных магазинах «Дива» ежемесячно возрастают. Рентабельность продаж этих изделий гораздо выше, чем изделий из серебра. Первый в России магазин итальянской фирмы FIBO планируется открыть уже в октябре 2005 г. Располагаться он будет в Санкт-Петербурге, на улице Марата, в торговом центре «Нептун».

Основные категории покупателей FIBO — это представители так называемой богемы и

молодежь. Те, для кого носить золотые украшения — банально и слишком консервативно. Те, для кого стильное украшение или аксессуар — неперенный атрибут создания индивидуального образа.

По мнению главы корпорации «Дива» С. А. Жердева, у каждого ювелирного магазина помимо изделий массового спроса должна быть некая «изюминка», отличающая этот магазин от других. Продукция итальянских производителей Laurentia и FIBO как раз и является такой «изюминкой», гарантирующей интерес и повышенное внимание покупателей (и, как следствие, возрастание объёмов продаж продукции магазина в целом).

Коллекции Laurentia — даже несколько гарнитуров — преображают любой магазин, придавая ему атмосферу неповторимой

роскоши. Линия украшений и аксессуаров FIBO, ориентированная как на мужскую, так и на женскую аудиторию, привлечёт в магазин новые целевые группы клиентов.

Корпорация «Дива», обладая эксклюзивным правом представлять продукцию этих предприятий, проводит гибкую ценовую политику. Специалисты компании дадут рекомендации о соответствующих способах презентации товара, а также предложат необходимое для этого демонстрационное оборудование, в том числе из ценных пород дерева, фирменную упаковку и бесплатный полный комплект рекламного обеспечения — фирменные буклеты, каталоги и т. п.

Тел. (812) 252-25-08,
факс. (812) 786-08-00
e-mail: diva@mail.wplus.net
www.diva-jew.spb.ru





М. Ювелир[®]

МОСКОВСКИЙ ЗАВОД

создан в 1991

ВЕЧНОСТЬ ВЛЮБЛЕНА В ТВОРЕНИЯ ВРЕМЕНИ

ООО «ЮТВ» — эксклюзивный поставщик ювелирных украшений «М-ЮВЕЛИР»[®]



ООО «ЮТВ», 115191, г. Москва, Холодильный пер., д.1

тел./факс (095) 955 290-1, 952 2890, www.m-jeweller.ru, e-mail: yutv@m-jeweller.ru

Посетите наш стенд №35, павильон 4.1 на выставке «Ювелир-2005» (Москва, Сокольников, 8-16 сентября 2005г.).

Представляем

Kling в России

Компания KLING (Пфорцхайм, Германия) была основана более 75 лет назад. Диапазон её деятельности чрезвычайно широк: она создает презентационные системы для самых разнообразных отраслей промышленности — производителей и продавцов часов, ювелирных изделий, очков, косметики...

Руководство компании с момента её возникновения последовательно внедряет в жизнь системный подход, охватывая весь спектр демонстрационного оборудования, упаковки и сопутствующих товаров: дисплеи, элементы декора, презентационные кейсы и кейсы для перевозки изделий, витринное оборудование и многое другое.

Используемые при изготовлении этой продукции материалы так же разнообразны, как и потребности заказчиков. Мастера KLING могут обработать практически любой материал: от высококачественной древесины до акрилового стекла, от металла и пенополиуретана до нежнейших шёлковых тканей и лёгкого пластика.

Компания осуществляет постоянные вложения в оснащение производственной базы современным оборудованием (например, лазерными резаками, водяными пушками и т. д.), что позволяет ей воплощать в жизнь самые смелые технологические и дизайнерские решения, ранее считавшиеся невозможными. Сегодня практически не существует ограничений для реализации замыслов и фантазий заказчика. Однако наличие высокотехнологичного оборудования не исключает применения уникальной и тонкой ручной работы.

Основной принцип деятельности компании, занимающей лидирующее положение в области презентационных систем, — всегда предлагать чуть больше, чем конкуренты. В частности, в KLING успешно работает

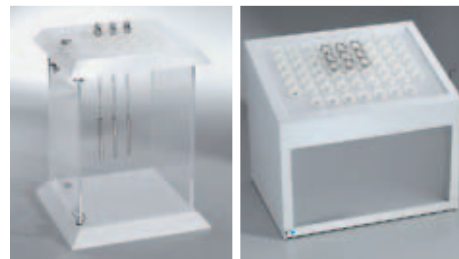
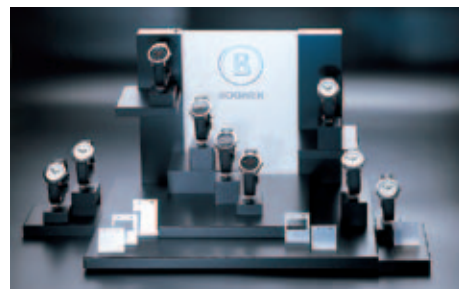
специальный дизайнерский отдел, сотрудники которого держат руку на пульсе времени и в курсе всех актуальных направлений мирового дизайна. Присутствуя на крупнейших профессиональных международных выставках, специалисты создают модные тенденции в стилистике, цветовой гамме, формах, материалах... Эти знания позволяют разработать наиболее подходящую стратегию для различных клиентов.

А широчайший ассортимент продукции KLING, включающий в себя весь комплекс демонстрационного оборудования, упаковки и сопутствующих товаров, позволяет создать индивидуальный облик торгового предприятия любого уровня, что называется, «под ключ».

Ещё одно принципиальное отличие KLING от других предприятий отрасли: слова «индивидуальный подход» здесь имеют буквальное значение. KLING — компания крупная, выпускающая продукцию в масштабных объёмах. Фирмы подобного уровня обычно не исполняют розничные заказы. Вопреки этому правилу KLING всегда идёт навстречу любому клиенту и готова не только предложить ему на выбор уже существующие модификации изделий, но и выполнить изделие по эскизу заказчика, учитывая его пожелания о материале, цвете, форме и т. д. Причём объём этого заказа также может быть любой, вплоть до единичного экземпляра.

Клиент может быть уверен: в KLING его ожидает безупречный сервис. Кроме того, компания пользуется безоговорочным доверием покупателей, так как уделяет огромное внимание послегарантийному обслуживанию своего оборудования.

В России продукцию KLING можно приобрести в компании «Парадокс».



Адрес: Санкт-Петербург, М. Посадская ул., 5.
Тел.: (812) 230 30 48, факс: (812) 380 94 90
e-mail: paradox@paradox.spb.ru
www.paradox.spb.ru
Москва, ул. Марксистская, 34
тел.: (095) 781-43-43

ю в е л и р н а я к о м п а н и я

АЛМАЗ ХОЛДИНГ

*Вместе с нами
в мир прекрасного!*

Компания "Алмаз-Холдинг" работает на российском рынке с 1993 года и за это время стала одной из ведущих ювелирных компаний России. Изготавливает ювелирные украшения из золота и серебра. Работы выполнены в лучших традициях классического и современного искусства с использованием драгоценных и полудрагоценных камней. Ассортимент изделий ежемесячно пополняется новинками.



Центральный офис:
Адрес: Россия, 125091, «Москва», ул. Космодемьянская, 7/2
Телефон: (095) 956 89 08/89, 956 95 70/72/73
Факс: (095) 955 95 71, 956 89 89 (вс. 0141, 0148)
E-mail: almaz-holding@almaz-holding.ru <http://www.almaz-holding.com>

Сеть магазинов
«Алмаз» в
Санкт-Петербурге и
Ленинградской области

Представляем

Ника. Сделано в России, сделано с любовью...

...И вправду, как только попадаешь в офис московской компании — производителя золотых часов «Ника», везде чувствуется атмосфера тепла и любви — теплота в отношении к любому клиенту, тёплые отношения внутри коллектива, и самое главное, любовь к продукту, который создаёт компания.

Компания «Ника» появилась на рынке не так давно, но, несмотря на это, уже приобрела своих поклонников и верных деловых партнёров. Как правило, молодость отнюдь не является преимуществом компании, но из любых правил бывают исключения. Молодость и опыт — очень удачное сочетание. Современный и творческий подход к менеджменту придаёт динамизм в развитии компании и большую гибкость по отношению к рынку, а опыт лучших кадров ювелирной и часовой отрасли в производстве гарантирует качество и надёжность продукции.

С недавнего времени надёжность продукции под маркой «Ника» стала ещё выше благодаря новейшей запатентованной технологии «Корпус в корпусе»: в золотой корпус помещается так называемая «капсула» — отдельный пыле- и влагозащищённый корпус, который собирается на специализированном заводе, где он проходит испытания 3 месяца. Герметичность механизма гарантирует значительное повышение надёжности продукции.

В течение полугода пилотные продажи часов, при создании которых применялась подобная технология, показали отличную статистику — ни одного гарантийного обращения.

И это не единственное технологическое новшество. Применение гальванических методов к обработке золота и серебра позволяет не только защитить корпус часов от износа и повысить коррозионную устойчивость, но и значительно расширяет воз-

можности дизайна — возможен широкий спектр оттенков золота и серебра. Согласно последним исследованиям, российские покупатели всё больше отходят от традиционного красного золота (которое применялось в советской ювелирной промышленности и получалось благодаря содержанию меди в сплаве) к потреблению ювелирных украшений из золота белого и жёлтого оттенков.

Уникальные технологии применяются для обработки поверхности золотого корпуса часов, что позволяет получить прекрасно обработанную поверхность в сочетании с лёгким корпусом, а лёгкость корпусов часов «Ника» в конечном итоге отражается на стоимости изделия, что является важным конкурентным преимуществом.

Дизайн часов под маркой «Ника» стоит отметить отдельно. Он был отмечен дипломами выставок «Ювелир-2004», «ИнтерЮвелир-2005». Широчайший ассортимент моделей от классики до последних тенденций европейской часовой моды, а также креативные модели «с изюминкой» придется по вкусу самым взыскательным покупателям.

Но самое замечательное, что компания «Ника» предлагает свою надёжную и на самом деле очень красивую продукцию по доступным широкому кругу потребителей ценам. Теперь роскошь стала доступнее российскому покупателю.

Надёжность + Дизайн + Доступная цена = Успех у покупателей = Прибыль для магазина.

Вот такая на первый взгляд простая математика в компании «Ника», которая достигается ежедневным трудом высококвалифицированной и дружной команды профессионалов.

Компания «Ника» приглашает всех заинтересованных специалистов посетить свой стенд на выставке «Ювелир-2005» и узнать ещё много нового и интересного. У каждого посетителя стенда есть шанс стать обладателем лучшей модели часов марки «Ника» — в период проведения проводится розыгрыш лучших моделей.

+7 (095) 784-61-65
www.nikawatches.ru

 **Ника**
СДЕЛАНО В РОССИИ



Представляем

«Весёлые щенята»

Вот уже более 500 лет столица Бельгии Антверпен по праву считается столицей бриллиантов. Не случайно именно здесь состоялась праздничная церемония награждения победителей конкурса ювелирных украшений с бриллиантами «HRD Awards», проводимого под эгидой Высшего алмазного совета (HRD). Цель этого проекта — стимулировать креативные инновационные тенденции развития бриллиантового сектора мирового ювелирного рынка. Впервые конкурс состоялся в 1984 г., и с тех пор каждые два года молодые ювелиры-дизайнеры представляют на суд профессионалов и заинтересованной публики новые идеи для весьма традиционной и классической категории украшений — украшений с бриллиантами.



Нынешнее, 11-е по счёту, ювелирное состязание проходило под девизом «Бриллианты смеются!». Призыв организаторов конкурса взглянуть на бриллианты с чувством юмора вызвал живейший отклик: 490 дизайнеров со всего мира приехали в Брюссель со своими новыми коллекциями. На суд профессионального жюри были представлены 850 работ в трёх номинациях («Мастерство», «Новаторство», «Энтузиазм»), доминирующей темой которых была «Шутка». В финал вышли 48 произведений дизайнеров из Китая, Индии, Франции, России, Италии, Южной Африки, Японии и ряда других стран.

На заключительном дефиле конкурса, состоявшемся в Антверпене, было оглашено имя призёра (главная награда — 5000). Им стала 20-летняя Сеара МакГире из Бельгии. Её броши-клипсы «Лёгкое различие» — нетрадиционное, но весьма изысканное сочетание белого золота, чёрной гофрированной бумаги и 394 бриллиантов (9,53 карата).

Приятным событием для россиян стал первый за всю историю конкурса выход в финал нашей соотечественницы — дизайнера Лилии Пестряковой. С 1991 г. Лилия сотрудничала с ведущими компаниями, занимающимися как серийным производством ювелирных изделий, так и созданием эксклюзивных коллекций («Алмаз-Холдинг», «СААВ +» и др.).

В 1987 г. произведения Л. Пестряковой получили признание профессионального жюри I национального конкурса ювелирного дизайна, организованного компанией De Beers. Повторно лауреатом и обладателем специального приза очередного конкурса под эгидой De Beers Лилия стала в 2000 г. В 2002 г. изделие, выполненное по её дизайну, было включено в коллекцию работ финалистов международного конкурса «Tahitian pearl trophy».

Последние годы Л. Пестрякова активно сотрудничает с молодой московской компанией «Деметра», специализирующейся на создании эксклюзивных украшений с редкими натуральными цветными и бриллиантовыми вставками крупных размеров. Дизайнера и компанию связывают не толь-



ко плодотворные партнёрские отношения: руководство фирмы с удовольствием поддерживает различные проекты Лилии. Так, именно фирма «Деметра» стала ювелирным спонсором участия работ дизайнера в конкурсе «HRD Awards». По условиям состязания бриллиантовым спонсором, обеспечивающим драгоценными вставками и их закрепкой в изделиях, должна быть непременно бельгийская компания. В данном случае это была Dali Diamond Company NV. Российский спонсор — «Де-

метра» взяла на себя изготовление из золота колье Л. Пестряковой «Весёлые щенята».

Директор компании Нина Васильевна Дмитриевская — человек, вся жизнь которого связана с ювелирной отраслью. Известный эксперт-геммолог, обладатель диплома Американского геммологического института, долгое время проработавший главным экспертом Гохрана, высоко оценивает творчество Лилии Пестряковой. По словам Н. В. Дмитриевской, произведения

художницы очень близки ей по стилистике и мировосприятию. А эскиз «Весёлых щенят» уже с первого взгляда вызвал огромную симпатию.

«В этом украшении воплотилась моя искренняя любовь к животным, — говорит Лилия Пестрякова, — особенно к собакам, существам не только верным, преданным и благодарным, но и очень весёлым. Надеюсь, тому, кто будет носить это колье, передадутся мои чувства!»



ZOPPINI

FIRENZE



УКРАШЕНИЯ
НОВОГО ТЫСЯЧЕЛЕТИЯ



Эксклюзивный дистрибьютор Zoppini на территории России компания STEEL
тел. 220-3924, 646-8869, факс 878-8120 www.steeljewelry.ru info@steeljewelry.ru

Представляем

ZOPPINI

Сокольники 8–16 сентября, павильон 11, место 32

Одно из молодых итальянских ювелирных предприятий, открытых в начале 1990-х гг. и уже заслуживших признание и успех на международном отраслевом рынке, — фабрика двух братьев Mauro и Manuel Zoppini.

Начиная с 1993 г. компания ZOPPINI начала выпускать модульные браслеты из стали и золота, украшенные эмалью и драгоценными, а также искусственными камнями. На модном показе «Если я не вижу, то я не верю» в Нью-Йорке эти изделия произвели фурор. Люди не могли поверить, что браслеты сделаны из чистой стали, а не из белого золота. Помимо стали, золота 750-й пробы и драгоценных камней в изделиях: кольцах, браслетах, зажимах для галстука, запонках, серьгах, кулонах, пирсинге и др. — используются такие нетрадиционные для ювелиров материалы, как кожа, смола, карбон, каучук. Разнообразие ювелирных коллекций, основанных на древних традициях народов мира: Китая, кельтов, майя, ярких детских и стильных мужских коллекций — способно удовлетворить возросшие потребности современных покупателей.

Сегодня ZOPPINI — мировой лидер в производстве наборных браслетов, ставших чрезвычайно популярными во всём мире. Наборный браслет — это возможность выразить самого себя, собрать браслет, не похожий ни на какой другой, самому — звено за звеном. Разнообразие букв, символов и рисунков поможет вам создать абсолютно неповторимый браслет, отражающий вашу индивидуальность. Вы ищете оригинальный подарок? Вы его нашли! Наборный браслет — это прекрасный подарок для ваших родных и друзей.

Развитие этого направления деятельности способствовало дальнейшему росту популярности бренда ZOPPINI и расширению компании. Сегодня ZOPPINI включает в себя 3 фабрики в городе Ареzzo и главный офис в Тоскане неподалёку от Флоренции. В последние годы компания ZOPPINI успешно работает на ювелирных рынках США, Канады, Бразилии, Японии и Европы. Основные покупатели оригинальных изделий ZOPPINI, по мнению создателей, — те, кто любят себя и любят это демонстрировать.

Качество изделий ZOPPINI контролируется на каждой стадии производства и соответствует установленным стандартам, что подтверждается специальным сертификатом, который прилагается ко всем изделиям фирмы. На все украшения ZOPPINI распространяется 2-летняя гарантия.

Хельмут Ньютон, один из самых известных фотохудожников современности, фотографируя драгоценные изделия ZOPPINI, представляет зрителю особый мир — элегантный, чувственный, искрящийся, очаровывающий и дерзкий. Эти фотоработы стали частью оригинального и неизменно приковывающего к себе внимание имиджа итальянской компании, создающей стильные украшения XXI века.



ZABLE



Тенденции моды

Проект Gem Visions 2006 компании Signity

Дизайн ювелирных изделий будущего

Подвески. Дизайн Niao-Ju Shen, Золотая жизнь ювелирных изделий из золота. Тайвань. Jewelmesh из серебра с настоящим аметистом, голубым топазом, родолитом. Золото 18 карат

Подвеска-часы «Праздник ваших глаз» от Masy Wong, Marilux Jewelry, Гонконг. Зелёные фианиты, жемчуг, серебро 925

Gem Visions — услуга в области ювелирного дизайна и тенденций ювелирной моды. После трёх лет успеха проекта Gem Visions компания Signity представляет Gem Visions 2006. Это глубокое исследование четырёх направлений дизайна на следующий год. Каждая тема содержит свежую, модную подборку соблазнительных и удивительно точных огранок камней и компонентов с камнями. Неожиданно насыщенные модные цвета, такие, как хаки и светло-розовый, и огранки — вытянутый багет или долгожданные камни-горошины дарят свободу творчества в ювелирном искусстве. Эксперты Gem Visions 2006 утверждают, что 2006 год станет годом самовыражения. Это главная идея, которая проходит через все темы. Самовыражение с помощью камней.

Доминирующая мега-тенденция 2006 года — акцент на полностью свободном, ничем не ограниченном самовыражении. И, естественно, акцент поставлен на ювелирных украшениях как на наиболее ярком выражении индивидуального стиля. «Посмотри на моё украшение, и ты узнаешь, кто я».

Стиль этого сезона будет развиваться в двух основных направлениях — воздушность и зрительные орнаменты.



Тенденции

Четыре тенденции развития дизайна этого года — *Лёгкость*, *Фантастика*, *Ритуалы* и *Культ*.

Лёгкость и *Фантастика* ассоциируются с воздушностью, *Ритуалы* и *Культ* — со зрительными орнаментами.

В этом номере мы расскажем о двух тенденциях:

Фантастика — стремительный, футуристический, чувственный минимализм, экспериментальный и инновационный, абстрактные, линейные природные, органические мотивы.

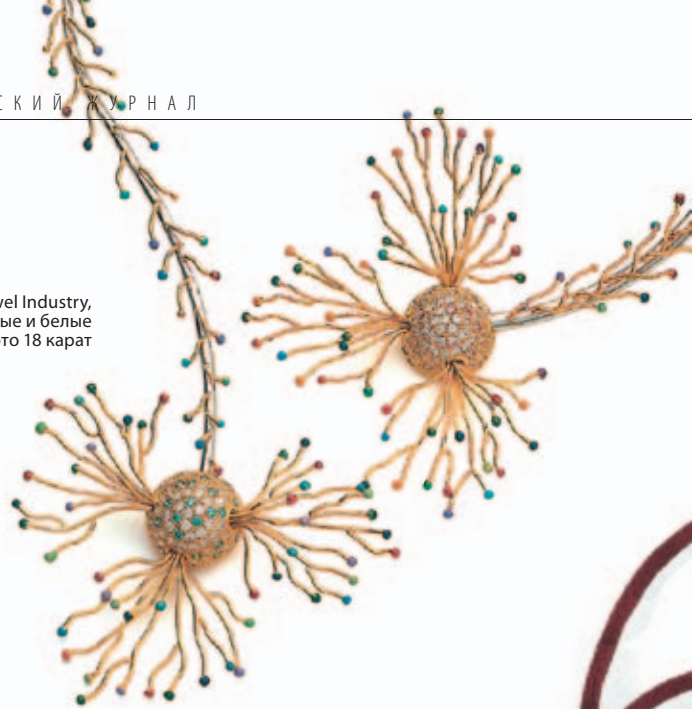
Кольца. Дизайн Audrey Bertaglia, Fernando Jorge, Janiene Finamori, João Gomes, Danielle Metais. Бразилия. Топазы цвета хаки, бриллианты, кабошоны. Золото 18 карат



Колье. Дизайн «Птичье гнездо», Judith Kupferman, США. Настоящий аметист, олин, камни цвета морской волны. Золото 14 карат, серебро 925



Дизайн Rajib Lochan Das, Emerald Jewel Industry, Индия. Зелёные, оранжево-розовые и белые фианиты. Золото 18 карат



Подвеска. Дизайн Paul Versap. Испания. Зелёные, голубые, розовые, жёлтые, матовые розовые, матовые жёлтые фианиты, синтетический белый опал. Золото 18 карат



Ожерелье «Мужская и женская хромосомы». Голубые и оранжево-розовые фианиты. Золото 14 карат





ЮВЕЛЭНД®
Х О Л Д И Н Г

191180, Россия, Санкт-Петербург, наб. реки Фонтанки, 92, тел.: (812) 713 2378, 764 7392, 764 8956
e-mail: manager@jewelland.ru
www.jewelland.ru

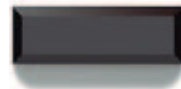


Колье «Розы Франции».
Дизайн Staurino Fratelli,
Италия

Брошь. Дизайн Lilian Franco, Бразилия. Золото
18 карат, белые топазы



Лёгкость — мечтательный, нежный романтизм соединяется с провокационным творчеством, образуя современные нателные орнаменты, сотканые из странных лёгких, движущихся линий, таинственных и женственных.



Кольцо «Энергия». Дизайн Raimond компания A Style Jewellery, Китай. Золото 18 карат, топазы, чёрная шпинель, цитрины огранки «бриолет»



Подвеска «Фламенко». Дизайн Bobby Budhrani, компания MagiaLtd, Гонконг. Золото 18 карат, розовые топазы, родолит (розовый гранат), бриллианты, фантазийного цвета сапфиры огранки «бриолет»



Санкт-Петербург, ул. Боковая, 11
тел.: (812) 234 2534; факс (812) 234 6473
e-mail: classart@mail.wplus.net;
art_classic@mail.ru

Элегантность от Ольги Томельниковой

Фирма «Арт-Классик» по праву занимает славное место наследника петербургского элегантного стиля. Дизайн изделий фирмы ориентирован на современный средний класс, отлично осведомлённый об искушениях эксклюзивных предложений и настроенный на то, чтобы выбирать лучшее из доступного ассортимента. Мастера фирмы, работающие в сложной технике эмали, достигли несравненной глубины и чистоты цветов. После многочисленных экспериментов им удалось восстановить утраченную технику старинных эмалей. Сегодня они вплотную подошли к высшему уровню дореволюционных образцов. В то же время современные технологии позволяют им изготавливать эмали любых цветовых оттенков. А повышенное внимание к соблюдению всех деталей этих технологических процессов даёт возможность добиваться наивысшего качества конечных изделий.

Лучшие традиции петербургской элегантности и изящества, отличное качество и ориентация на эксклюзивные модели при изготовлении каждого украшения, даже если речь идет о серийном изделии, — всё это является тремя краеугольными камнями, на которых базируется фирменный стиль «Арт-Классик».





Серьги. Дизайн Lena Garrido компания CR Brüner, Бразилия. Золото 18 карат, рубины, розовые сапфиры, бриллианты

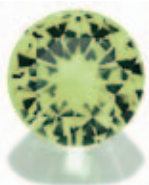


Браслет. Дизайн Tamara Comolli, Германия. Золото 18 карат, аметисты, турмалины, кордиерит, турмалин, топаз

Часы из коллекции компании Nubeo, Швейцария. Сталь, кожа аллигатора, голубые топазы, бриллианты



Брошь. дизайн Yon, Jae-ik & Jung, Ui-in, Корея. Золото, розовые, белые, чёрные, оранжевые, голубые фианиты

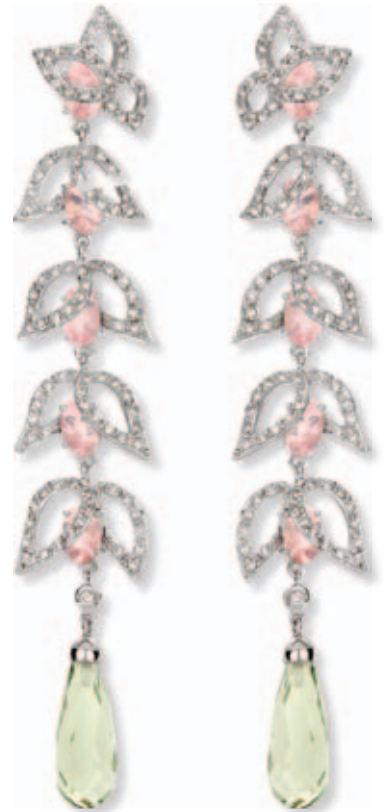


Тенденции моды

BRUMANI

Бразильская компания BRUNER запустила новый бренд BRUMANI, который создавался специально для западного рынка. Специалисты компании учли все потребности европейских женщин и предлагают вашему вниманию три новые коллекции: «Барокко», «Ботаническая» и «Аваксон». Коллекция 2005 года — это наиболее безупречное преобразование бренда BRUMANI, которая соединяет в себе классику и последние тенденции моды.

Вдохновлённая стройностью пальм и изяществом тропических листьев на побережье Бразилии коллекция «Ботаническая» соединила в себе зелёный аметист с удивительным свежим оттенком, цитрин цвета шампань и хрустально-розовый кварц.





Коллекция «Барокко» соединяет в себе жёлтое золото, бриллианты и оранжевый халцедон. Отражает уникальные формы искусства и архитектуры Бразилии.



В коллекции «Авалон» главный акцент сделан на бриллианты и розовые сапфиры. Смелое решение говорит о силе бренда — непосредственное соседство элементов, форм и камней с успокоением уникального духа движения.



Тенденции моды

Французская коллекция

Ведущие производители ювелирной продукции Франции, создавая коллекции нового сезона, отдают дань элегантности и многообразию оттенков и фактур белых металлов – белого и серого золота, серебра, платины, стали.



Cléo Blue представила коллекцию под названием «Аквариум». Этот проект – результат творческого союза компании Annie Buisson, которая была основана в 1981 г., и известного ювелирного дизайнера Bernard Sylvain. Созданные им для Cléo Blue подвески, браслеты, кольца объединены единой концепцией: оправа из серого золота или родированного серебра представляет собой некий «аквариум», в котором свободно «плавают», словно пузырьки воздуха, разноцветные кристаллы. По желанию клиента в такой аквариум можно «поместить», например, первую букву его имени или рыбку с озорным блеском в глазах.

Thierry Mugler в «Sous influence collection» использовала свой фирменный логотип. Стиль Thierry Mugler — это разорванные линии, острые углы и нарушение геометрических канонов. Новая коллекция — не исключение. Для неё характерна определённая эпатажность и резкий контраст: противопоставление матовой и глянцевой поверхности материала, золота и серебра, тёмного фона и яркого света звезды...

Коллекция включает в себя две линии — «Pierre Etoliee» и «В Men». Первая предназначена как для мужчин, так и для женщин: кольца, серьги, браслеты, подвески, брелоки и запонки из высококачественного родированного серебра на золотой основе или основе из ценных пород дерева. Вторая линия является продолжением парфюмерной серии «В Men» и предназначена исключительно для мужчин.

Дизайнеры фирмы Balenciaga в новой коллекции подчеркнули геометрические формы украшений из серебра высшей пробы разноцветной игрой синтетических камней. В этих изделиях сочетаются архитектурная выверенность и изящество. Браслет с камнями, состоящий из звеньев, обладает чёткими графическими очертаниями и идеально облегает руку.



Коллекция Jean-Mark Garel «Ipitonga» завоевала необычайную популярность благодаря яркой и оригинальной идее. 2005 год признан годом Бразилии. Jean-Mark Garel создал кулоны и подвески в виде одного из символов этой жаркой страны — «hip-hop». А свое имя коллекция получила от

названия одного из красивейших «диких» пляжей Бразилии. Эти забавные подвески всех цветов радуги (и даже воспроизводящие расцветку зебры), с белым или желтым золотом, с бриллиантами и без них стали одной из культовых позиций ювелирной моды нынешнего лета.



Тенденции моды

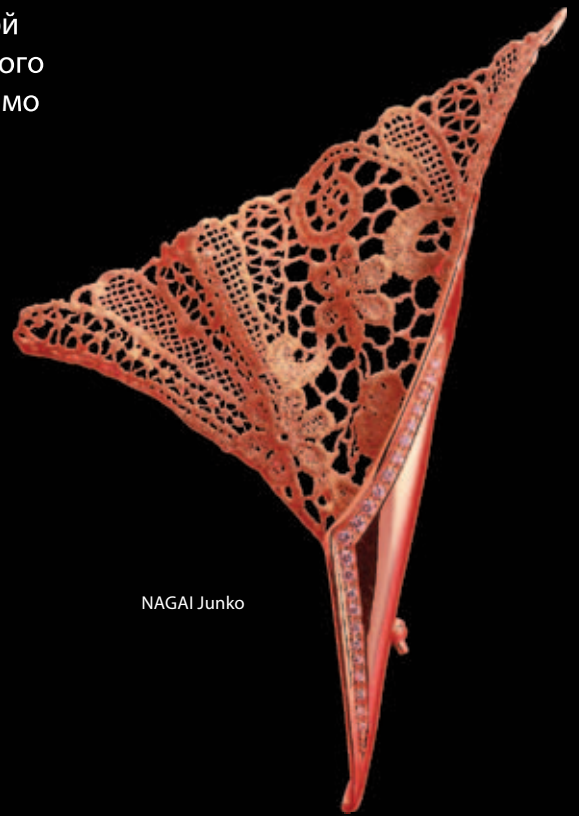
Работы японских дизайнеров

На выставке VICENZAORO-2 в павильоне дизайна будет представлены работы японских дизайнеров.

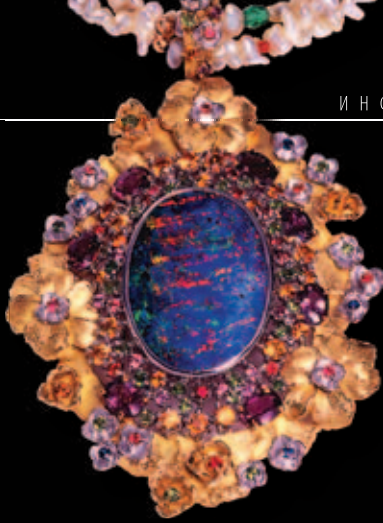
Целью Ассоциации ювелирных дизайнеров Японии, основанной в 1964 году, стал обмен знаниями и опытом в области ювелирного дизайна между японскими и зарубежными дизайнерами. Помимо участия в выставках ассоциация занимается исследованиями и организацией семинаров, посвященных теме дизайна. Ниже представлены некоторые работы этих дизайнеров:



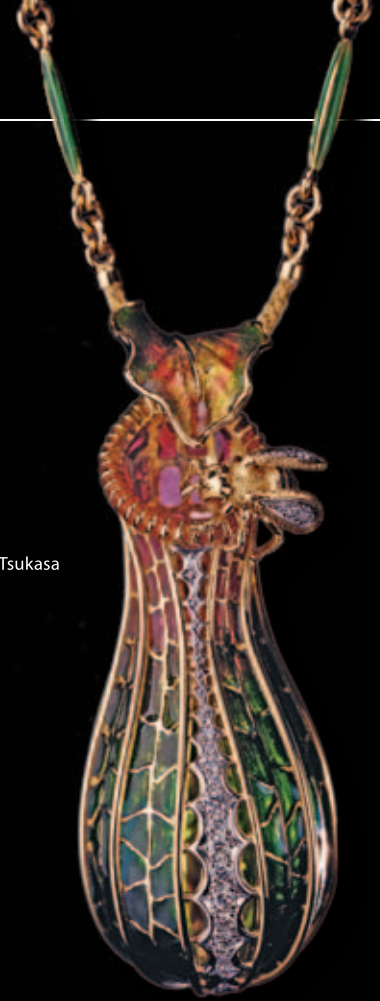
MATSUMOTO Noriko



NAGAI Junko



KIRIYAMA Yuzo



MURAMATSU Tsukasa



NAGASAKA Keiko



TOMOYASU Akira



FUKUHARA Sachi



ПЛАТИНОВЫЙ СТИЛЬ

Платина как материал для ювелирных изделий давно занимает заслуженное место в списке популярных драгоценных металлов, однако именно в последние годы обозначился явный рост интереса к украшениям из платины, а ведущие мировые производители нашли новые способы представить этот трудный в работе металл в совершенно новом свете.

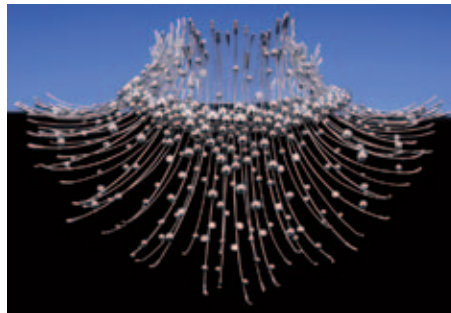
Среди стран — лидеров по работе с платиной Германия и Китай, США и Великобритания, Франция и Япония, Италия и Индия. Таким образом, это как традиционные центры европейской и американской ювелирной моды, так и новые азиатские участники процесса. Естественно, в их подходе к платине есть существенные различия.

Всемирная Платиновая гильдия выделяет следующие особенности национальных школ.

Германия. Изделия из платины с цветными драгоценными камнями (изумрудами, турмалинами, аквамаринами и рубинами). В женских коллекциях больше цвета, традиционной элегантности в сочетании с современными линиями дизайна. Простота обработки поверхности металла, отсутствие «лишних» деталей.

Италия. Мода на обручальные кольца из платины (до 75% новобрачных отдают им предпочтение). Простая форма как символ неразрывного круга вечной любви. С другой стороны, причудливые контуры брошей и серёг из платины, требующие особого мастерства при изготовлении. Сочетание платины с белыми бриллиантами как знак чистоты и совершенства.

Великобритания. Кольца, в том числе и обручальные, занимают ведущее место среди изделий из платины. Но для работ британских дизайнеров характерен смелый поиск в обработке поверхности, иногда появляются и цветные драгоценные камни.



Другое направление — ожерелья и подвески органической формы, асимметричные и в то же время сбалансированные, как природные объекты. Мода на мужские коллекции из платины (тон задает Дэвид Бэкхем).

США. Главная черта стиля — ослепительный блеск бриллиантов, подчеркнутый белизной металла. Длинные серьги-подвески с сияющими камнями (во вкусе Николь Кидман), эффектные ожерелья с цветными бриллиантами и другими драгоценными камнями (немного по-цыгански пёстро, но броско), длинные платиновые цепи — иногда с мелкими подвесками по всей длине. И, конечно, обручальные кольца — просто усыпанные бриллиантами. Шик и вызывающая роскошь как главные черты новых коллекций.

Китай. Предпочтение отдается подвескам из платины, которые служат знаком уважения и любви к той, кому они подарены. Обручальные кольца из платины стали практически нормой — это могут быть простые,

гладкие кольца (блестящие или матовые) или более сложные изделия со вставками из бриллиантов. Если учесть, что в Китае в год вступает в брак свыше семи миллионов пар, размеры рынка потрясут.

Индия. Вдохновение дизайнеры черпают в красоте водопадов и чистоте свежих капель росы. Элегантные линии, в основном закрученные и асимметричные, удачное расположение бриллиантовых вставок внутри общего рисунка платиновых изделий. Коллекции разнообразны: это кольца, серьги, подвески и браслеты. Платина с белыми бриллиантами контрастирует с традиционными в стране изделиями из жёлтого золота и многоцветными камнями. И именно это делает новый стиль привлекательным. Для индийских дизайнеров типичен смелый подход к понску формы.

Япония. Само понятие платина стало в стране синонимом высшего класса, совершенства качества и красоты. Статус платины в глазах населения неуклонно растёт. Поскольку новое поколение японских женщин экономически независимо и обладает значительным уровнем доходов и развитым вкусом, требования к производителям ювелирных изделий весьма высоки. Уже более года особым спросом пользуются крестики, инталии и сердечки из платины. Ожерелья также популярны, равно как и длинные серьги, массивные кольца, которые кажутся предметами ручной, чуть грубоватой работы. Среди последних хитов — кольца с орнаментом, словно вырезанным на поверхности. Большим успехом пользуются цепи из платины нетрадиционных форм — как короткие (по шее), так и длинные. Японский рынок характерен широтой ценового спектра: производятся как более или менее доступные изделия, которые можно носить в повседневной жизни, так и роскошные произведения для особых случаев.

В целом можно отметить, что рост интереса к платине как материалу для ювелирных изделий стимулирует развитие ассортимента изделий, зарождение национальных стилей. А это, в свою очередь, вселяет надежду на процветание данной сферы ювелирного искусства и производства.

США



Индия



Италия



Германия



Япония

Китай



Великобритания





www.nikawatches.ru

117418, г. Москва, ул. Цюрупы, д.13

тел./факс: +7 (095) 784-61-65



Ника →

Ждем Вас
на выставке
«Ювелир - 2005»
с 8 по 16 сентября
в КВЦ Сокольники
павильон 4.1
стенд № 41



Часы

Часы с двойным циферблатом



Korloff



Pippo Italia. часы из коллекции «Lifetime»



Pippo Italia. часы из коллекции «Luxury»

Идея производства часов с двойным циферблатом стала особенно актуальной в эпоху стремительных перемещений в пространстве, интенсивного сотрудничества представителей разных регионов и стран. Удобство параллельного подсчёта времени в двух часовых поясах неоспоримо.

Фирма Korloff предлагает оригинальную коллекцию с горизонтальным расположением циферблатов. Это воплощение мечты о безупречном дизайне, сочетающемся с изощрённой технологией. Это элегантный стиль и возможность фиксировать время в двух точках одновременно. Изысканность формы, сияние полированной стали, гармоничное сочетание прямых линий и изгибов — вот что такое часы с двойным циферблатом от фирмы Korloff.

Компания предлагает вариант с 74 бриллиантами, размещёнными в виде горизонтальных рядов, и роскошную версию, усыпанную 340 белыми бриллиантами и дополненную шестью бриллиантовыми цифрами.

Коллекция Don Giovanni от компании Raymond Weil включает новую звезду: Don Giovanni Così Grande с двумя циферблатами, рассчитанную на современного делового человека, вечного путника.

Практичность идеи и совершенство механизма, в котором один мотор запускает движение двух циферблатов, делает эти часы незаменимыми для наиболее активных современных людей.

Циферблат разделён на две части, чистота и строгость линий подчёркивают ра-

циональность изделия. Арабские цифры облегчают определение времени. Стальной корпус и качественное сапфировое стекло делают модель прочной и надёжной.

Где бы вы ни оказались, какие бы причины — деловые или семейные — ни побуждали вас отслеживать время в двух часовых зонах, часы с двойным циферблатом заметно облегчат вам жизнь.

На традиционной выставке-ярмарке в Базеле в 2005 году компания Pippo Italia, имеющая штаб-квартиру в Неаполе, представила новую коллекцию роскошных часов, рассчитанных на требовательных клиентов. Часы от Pippo носят такие знаменитости, как Джастин Тимберлейк, Хилари Дафф и Сара Фергюсон, герцогиня Йоркская. Компания предлагает две базовые модели:

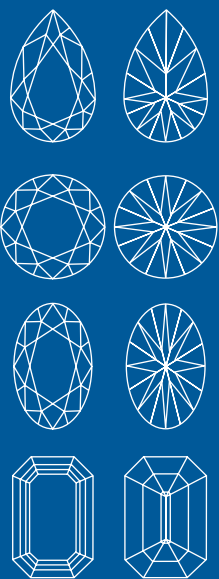


ЮВЕЛИРНЫЕ КАМНИ. ЛЮБЫЕ. ВСЕГДА

**111250, Россия, Москва,
Красноказарменная ул., 12**
тел.: (095) 981-0555 (многоканальный)
факс: (095) 362-5325
e-mail: moskva@crystalit.ru

**156000, Россия, г. Кострома,
ул. Советская, 134/10**
тел.: (0942) 32-12-81
факс: (0942) 32-55-62
e-mail kostroma@crystalit.ru

**157940, Россия, Костромская обл.,
пгт. Красное-на-Волге,
ул. Луначарского, 2А, ТД «Метро»**
тел.: (09432) 2-10-83
факс: (09432) 3-10-80
e-mail: krasnoe@crystalit.ru



НАДЕЖНОСТЬ



Tissot



Tired New York



Sonia Rykiel. Часы «Simon»



Raymond Weil. Часы «Don Giovanni Così Grande»



Ника. Часы из коллекции «Меланж»

Lifetime — для мужчин и Luxury — для женщин, а также разнообразие художественных версий.

Изысканная форма, «цветочный» стиль, яркие браслеты делают эти часы произведением искусства, дарят ощущение молодости и жизненной энергии. Это часы для тех, кто умеет ценить роскошь и не боится демонстрировать своё пристрастие к жизнерадостным тонам и оригинальным решениям.

Семейная компания ведёт свою историю от 1472 года, а потому роскошь и стиль давно стали естественным полем для творчества, а опыт в создании ювелирных изделий и часов заслуживает восхищения.

Sonia Rykiel предлагает в 2005 году мужские и женские часы оригинального и

элегантного дизайна. Это шикарные вещи, которые не только служат для указания точного времени, но и украшают своих владельцев. Многообразие моделей позволяет выбрать то, что по душе: от простых круглых часов Teatime до квадратного хронографа Jetlag; от элегантных классических, украшенных бриллиантами часов Timeless до роскошных и стильных, с прозрачной крышкой механических часов Simon, тираж которых ограничен 300 экземплярами.

В основу своей последней коллекции компания Tissot положила классическую фирменную модель далекого 1916 года, модифицировав её в соответствии с актуальными тенденциями моды. Гармоничное сочетание чистоты линий характерного для той эпохи стиля Арт Деко и ультрасовре-

менных технических достижений делает новую коллекцию необычайно привлекательной. Владельцы таких часов, несомненно, оценят эргономичную форму моделей: изогнутый профиль часов идеально облегает руку. А два циферблата обеспечивают максимальный комфорт для тех, кто часто путешествует. Любителям «ретро-шика» предлагаются к часам новой коллекции кожаные браслеты чёрного цвета и пастельных тонов.

Новая роскошь, которая прочно вошла в моду, уверенно сочетается с классической простотой, которая создаёт ощущение истинного богатства и вкуса, а разнообразие версий позволяет клиенту выбрать именно те часы, которые являются воплощением его стиля жизни.



Longines

Компания Longines — одна из крупнейших швейцарских «часовых империй», деятельность которой основывается на трёх главных принципах: качество, традиции, элегантность. Этот бренд давно и хорошо известен российским покупателям. Совсем недавно, в мае нынешнего года, в Москве состоялась мировая премьера коллекции The Longines Master Collection — серии мужских механических моделей часов, «лицом» которой стал один из «посланников элегантности Longines» О. Меньшиков. И вот уже новая коллекция радует поклонников бренда. Longines Dolce Vita предстала перед нами в ослепительном блеске удивительной красоты.

Понятие «dolce vita» пришло к нам из Италии, ассоциирующейся с жизнью, полной утончённых наслаждений, «сладкой жизнью». Особая атмосфера Средиземноморья, воспетая когда-то Стендалем, напоённая пряными ароматами, пленяет и очаровывает романтически настроенных путешественников. Создатели коллекции решили воплотить это изящное и утончённое «искусство жить» в новых моделях часов, характеризующихся эстетикой чистых геометрических форм, сиянием роскошных бриллиантов и строгой элегантностью. При этом внутренний энергетический потенциал, заложенный в чётко сбалансированной прямоугольной форме часов коллекции, многократно усилился за счёт блеска многочисленных бриллиантов.

По замыслу создателей новых моделей эти часы предназначены в первую очередь для современных женщин, уделяющих огромное внимание изысканности. Часы представлены в двух размерах. Модель женского размера выполняется с

чёрным циферблатом, украшенным инкрустированными бриллиантами четырьмя арабскими цифрами или с чёрным циферблатом с бриллиантовой цифрой «12» и маленькой секундной стрелкой, также окружённой бриллиантами (обе модели крепятся либо на чёрном ремешке из лаковой кожи, либо на стальном браслете). Следуя пожеланиям своих клиентов, компания Longines предлагает женщинам, предпочитающим крупные часы, модель мужского размера. Розовый перламутровый циферблат прекрасно гармонирует с аллигаторовым ремешком аналогичного цвета, а крупный размер подчеркивает индивидуальность этих часов.

Воплощением атмосферы «dolce vita» стала «посланица элегантности Longines» — индийская актриса Айшвария Рай. Но в преддверии Чемпионата Европы по художественной гимнастике компания объявила о начале сотрудничества с тремя молодыми талантливыми гимнастками: Динарой Гиматовой (Азербайджан),

Ольгой Капановой (Россия) и Алиёй Юсуповой (Казахстан).

В спорткомплексе «Олимпийский» 9 июня 2005 г. в присутствии главного тренера России по художественной гимнастике И. А. Винер и президента компании Longines Вальтера фон Кенэла были представлены новые «посланицы элегантности Longines». Это мероприятие стало прекрасным поводом для премьерной презентации ювелирных моделей коллекции Longines Dolce Vita.

Longines в течение многих лет поддерживает особые отношения с миром спорта вообще и гимнастики в частности. Их «знакомство» произошло в 1912 г. во время федерального гимнастического праздника в Базеле. В ходе этих соревнований Longines испытала первую в мире систему автоматического электромеханического хронометража. Это нововведение ознаменовало начало тесного сотрудничества Longines со спортом. Сегодня компания является официальным партнёром Международной гимнастической федерации и Европейского гимнастического союза.

Выбор компании на одарённых гимнасток пал не случайно. Художественная гимнастика требует от спортсменов не только физической выносливости, но и силы духа, стойкости, а также исключительной точности движений. Все эти качества близки и Longines, сотрудничество которой с миром гимнастики полностью соответствует девизу компании «Elegance is an attitude» («Элегантность как жизненная позиция»). Безупречным воплощением этого девиза служат юные гимнастки О. Капанова, А. Юсупова и Д. Гиматова — элегантные и очаровательные обладательницы блестящих спортивных достижений. Поэтому именно они представляют широкой публике новые роскошные и изысканные модели часов коллекции Longines Dolce Vita.



LONGINES



Украшения
для
обольщения!

Pt



Филиал в Москве:
800 750 54 92, 735 56 61

Дилеры:

Иркутск:
СИАТ-1, Космос-1, Эк-2
800 750 54 92, 812 37 31
СПб - ПЛ: Ювелир-Пл
800 777 10 07
СОО - Русская платина-ювел:
8120 85
800 517 74 45, 733 00 00
СОО - Ювелир-инвест:
800 733 89 32

Красноярск:
СОО ТКК - Русская платина,
800 821 221 100, 221 100
Новосибирск:
СОО - Ювелир-НБ
800 51 33 34, 55 28 50,
55 90 85
Улан-Удэ:
СОО ТКК - Ювелир-Удмурт,
800 821 22 85, 40 10 00
Восточный Бург:
ИГ ЛА 02 05491 971 21 04

Хабаровск:
4711 0000
800 121 28 70 05 21 46 71
Кемерово:
СОО - Юв. - Золотые делатели,
800 42 37 45 41
**Ростовская область,
г. Волгодонск:**
СОО - Юв. - Дон,
800 591 6 10 12
800 521 98 90 27

**Официальные
представители:**
Ульянов:
СОО Юв. - Юв. - Юв. - Юв.
800 44 00 00 00 00 00
800 44 00 00 00 00 00
Златоуст:
45 0000 00
800 44 00 00 00 00 00



КРАСЦВЕТМЕТ

ОАО «Красцветмет»

Россия, 660027, г. Красноярск

Транспортная проезд, 1.

тел. 800 121 64 20 39, 50 02 09;

факс 800 121 64 20 03, 62 84 14;

e-mail: info@kshim.ru, www.kshim.ru

Конференция оптовых покупателей

Каждая производственная ювелирная компания стремится не только привлечь к сотрудничеству максимальное число оптовых покупателей, но и наладить с ними долговременные партнёрские отношения. Чтобы клиенты сохранили приверженность той или иной марке, необходимо постоянно доказывать высокий уровень качества и искреннюю заинтересованность в сотрудничестве. ОАО «Красцветмет» выбрало эффективный подход к процессу упрочения деловых контактов. Вот уже третий год подряд в конце июля компания приглашает своих оптовых покупателей на конференцию.



Заместитель начальника управления стратегического маркетинга ОАО «Красцветмет» Олег Огнев отметил: «Мы поставили перед собой задачу собрать наших партнёров и клиентов вместе, познакомиться их друг с другом, обсудить вопросы наших взаимоотношений в неформальной обстановке».

Эти несколько летних дней включили в себя деловые переговоры, экскурсии на аффинажное и ювелирное производства ОАО «Красцветмет», а также отдых на Енисее. Расчет организаторов форума оказался верен: впечатления от предприятия и его продукции вкупе с впечатлениями от уникальной сибирской природы навсегда останутся в памяти участников конференции, что в дальнейшем обязательно принесёт свои плоды.

Проводя подобные встречи регулярно, компания намеренно не приглашает своих гостей в «заморские страны». Она стремится открыть новый для большинства из них, далёкий, удивительный и таинственный мир — Сибирь. В прошлом году участники конференции отправились на Красноярское водохранилище — его ещё называют Красноярским морем, — где провели незабываемые дни на базе отдыха «Берендей» ОАО «Красцветмет». В нынешнем году всех ожидало путешествие по одной из крупнейших и красивейших рек России — Енисею на комфортабельном теплоходе «М. Ю. Лермонтов».

Программа мероприятий форума, ярко расцвеченная развлекательными, музыкальными и спортивными событиями, была весьма насыщенной. После знакомства с аффинажным и ювелирным производствами

предприятия — участники конференции на теплоходе отправились по Енисею, любуясь открывающимися их взору великолепными пейзажами: горами, тайгой, туманами, рассветами и закатами... Каждый проводил время по своему вкусу: общаясь с новыми знакомыми и старыми друзьями на фуршете, в шезлонге на верхней палубе с рюмкой коньяка в руке, в музыкальном салоне под звуки гитары и старинных романсов, на дискотеке...

На следующий день была запланирована «зелёная стоянка» на прибрежной поляне, где состоялись различные конкурсы и спортивные состязания — по футболу, волейболу и даже по борьбе сумо. Разумеется, не обошлось без шашлыков и купания в полноводном Енисее. А вечером того же дня были выбраны мистер и мисс «Высшая проба», чествование которых продолжилось на торжественном ужине в ресторане.

Третий день, до прибытия теплохода на речной вокзал Красноярска, был отдан чемпионатам по шашкам, шахматам и преферансу. Вечером состоялся прощальный ужин в ресторане «Октябрьский», где большинство тостов поднимались со словами глубокой благодарности в адрес организаторов этого замечательного форума. Кстати, продуманное меню всех трапез для участников конференции было составлено с учётом специфики традиционной сибирской кухни: блюда из стерляди и осетрины, кедровые орехи, брусника, водка «Серебро Сибири», пельмени, уха...

Расставаться с гостеприимным Красноярским краем и компанией «Красцветмет» никому не хотелось. Уезжая, представители ювелирных предприятий различных регионов России увозили с собой тёплые воспоминания, положительный заряд энергии и твёрдую убежденность в исключительности продукции ОАО «Красцветмет».

А организаторы конференции, проводив гостей, уже задумались о том, чем удивить их в следующем году. Не сомневаемся, что удивить им удастся и новыми достижениями в производстве ювелирных изделий, и уникальными природными богатствами края, и присущим сибирякам умением отдыхать по-настоящему!

Международный Симпозиум ювелиров



Жизнь отечественной ювелирной отрасли с каждым годом становится всё более насыщенной и разносторонней. Организуются выставки, проводятся конкурсы, презентации, деловые и праздничные мероприятия... Особое место в ювелирной жизни не только России, но и зарубежья занимает Международный Симпозиум ювелиров «Традиции, инновации и перспективы современного ювелирного производства». В июле нынешнего года он состоялся уже в четвёртый раз. Его партнерами являются Симпозиум в Санта Фе (США), Технологический Форум в Виченце (Италия), Всемирный Золотой Совет (Великобритания). Впервые Симпозиум прошёл при поддержке Гильдии ювелиров России.

Основной задачей форума по-прежнему является информирование отраслевого сообщества обо всех заслуживающих внимания новинках в области ювелирных технологий. Для этого привлекаются лучшие специалисты из разных стран мира.

Традиционно работа Симпозиума подразделяется на две составляющие: основная некоммерческая (доклады и дискуссии, исключая рекламу) и коммерческая (выставка-презентация оборудования, программного обеспечения и вспомогательных материалов).

В отличие от прошлых лет организаторы Симпозиума решили объединить доклады в тематические блоки. Таким образом, слушатели, не имеющие возможности присутствовать в течение всего периода работы форума, могли приехать в определённый день и прослушать доклады по интересующей их проблематике (например, литьевые технологии, компьютерное моделирование, финишная обработка).

Все присутствующие отмечали высокий уровень прозвучавших докладов. А актуальность выбранных докладчиками проблем подтверждалась оживлёнными дискуссиями, которыми завершалось каждое выступление. Рабочая атмосфера, обсуждение

докладов в режиме «вопрос-ответ» позволяли проводить заседания динамично, с неослабевающим вниманием аудитории.

Marco Actis Grande из университета Politecnico di Torino выступил с докладом «Компьютерное моделирование процесса литья по выплавляемым моделям: экспериментальное подтверждение». Он ознакомил аудиторию форума с результатами исследований, полученных при помощи программ вычислительной гидродинамики, применённых к процессу литья ювелирных изделий по выплавляемым моделям. Данные показатели значительно расширяют возможности улучшения стандартов качества и сокращения производственных затрат.

Этой же проблематике был посвящён доклад немецкого специалиста J. Fischer-Bühner (FEM) «Компьютерное моделирование литья по выплавляемым моделям: каков прогноз?». Уже первые экспериментальные разработки с применением методов компьютерного моделирования позволили ученым из Италии и Германии понять, как движется расплав, заполняя форму, при литье по выплавляемым моделям; как распределяется температура в нём и в формомассе (особенно при охлаждении и затвердевании металла). По данным критериям можно продумать стратегию предотвращения появления ряда дефектов или усадочной пористости.

Исследования этого направления находятся ещё в начальной стадии. Но уже через год, на следующем Международном Симпозиуме ювелиров, вероятно, будут оглашены более конкретные экспериментальные данные, способные значительно усовершенствовать труд ювелиров-литейщиков.

Развитие методов компьютерного прототипирования открывает большие возможности по созданию новых ювелирных изделий в кратчайшие сроки. Темпы развития современного ювелирного рынка предполагают работу в условиях довольно жёсткой конкуренции, поэтому системы быстрого прототипирования — это, безусловно, будущее в проектировании ювелирных изделий. Доклады, посвящённые этой теме, вызвали огромный интерес слушателей.



Определенный ажиотаж вызвало выступление российского участника Александра Владимировича Корытова («Ханс Йенсен»). Его доклад «Проектирование ювелирных изделий на основе законов бионического формообразования» указывает на возможность создания прин-

ципально новых конструкций и форм. В докладе освещались основные этапы разработанного метода проектирования (подготовительный, бионический, моделирующий или практический) с наглядной демонстрацией работы метода на практике.

Необходимо отметить, что организаторы форума предоставляют возможность и тем, кто не смог присутствовать лично, приобщиться к опыту профессионалов из разных стран мира. По итогам каждого Симпозиума издаётся сборник докладов. Кроме того, по соглашению с Всемир-

www.lasso.ru



Рискуй

Выбирай лучшее

Будь успешным



ным Золотым Советом Международный Симпозиум ювелиров обладает правом на издание в России переведённых книг по теории и практике ювелирного дела. Распространение этих книг поможет восполнить недостаток специализированной отраслевой литературы.


Несмотря на то что ежегодно на Симпозиум прибывает всё большее число новых участников, уже сложился определённый постоянный профессиональный состав. Дружелюбной сплочённой атмосфере не противоречили серьёзные дискуссии и споры. Всех объединяли общие интересы, озабоченность решением единых проблем. Все

участники форума единодушно отмечают необходимость подобного профессионального общения.

Обмен опытом и знаниями происходил не только в стенах конференц-зала гостиницы «Англетер», но и на организованной в рамках Симпозиума выставке-демонстрации ювелирного оборудования, программного обеспечения и вспомогательных материалов, а также во время экскурсии на производство «Ювелирного дома «Кахолонг».

После активного делового дня участники имели возможность отдохнуть, посещая уникальные достопримечательности Санкт-Петербурга. Для них были организованы

экскурсии по историческому центру города, в бывший особняк канцлера Безбородко и в Золотые кладовые Государственного Эрмитажа.

Доклады и дискуссии на Симпозиуме ежегодно становятся мощным стимулом к рождению новых, подчас революционных идей, проектов, замыслов. Поэтому с каждым разом число обсуждаемых вопросов и тем не только не уменьшается, а, наоборот, увеличивается. А это значит, что организаторам пора вновь браться за работу по подготовке следующей встречи — Пятого Международного Симпозиума ювелиров. 



Предлагаем Вашему вниманию сборники докладов Симпозиума 2002, 2003, 2004 гг. Сборники дают возможность получения актуальной информации от ведущих специалистов ювелирной отрасли. «Справочник по дефектам литья» и «Справочник литья по выплавляемым моделям» — переведённые издания Всемирного Золотого Совета. Эти книги являются необходимым техническим руководством и настольным пособием как для начинающих ювелиров, так и для профессионалов.

По вопросам приобретения книг обращаться по адресу:

- ООО «Международный Симпозиум ювелиров», 199406, г. Санкт-Петербург, ул. Шевченко, д. 21, корп.1, тел./факс +7 (812) 355-11-06
- ООО «Издательский Дом «Дедал-пресс», 644007, г. Омск, ул. Орджоникидзе, д. 47, оф. 36, тел./факс +7 (3812) 230-265

Клуб «Российская Ювелирная Торговля»

Сергей Ведовский, президент клуба «Российская Ювелирная Торговля» о клубе «Российская Ювелирная Торговля», о себе и ближайших задачах

Краткая справка: Клуб — неформальное объединение предпринимателей в области современной ювелирной торговли, объединяющий более двух с половиной тысяч ювелирных магазинов практически из всех регионов РФ, а также партнёрские торговые предприятия из стран СНГ.

Любое перспективное общественное объединение всегда преследует цель собрать вместе единомышленников, заинтересованных в создании более эффективных условий своей деятельности. Такую цель и поставили перед собой ещё в далекие 90-е люди, связанные годами дружбы в предыдущей (вне бизнеса) жизни, объединённые единой целью — стать кем-то в новом обществе, после того как их старые заслуги перед государством стали никому не интересны, а в новом нужно было всё начинать с нуля.

Конечно, это были романтики, которые ещё не нашли отрасли для применения своих сил, но уже готовились бороться за цивилизованное сосуществование, свободное от бандитского влияния. Государственники до мозга костей. Их затем переламявало само государство своими воровскими дефолтами, налоговыми поборами, чиновничьей спесью и беспределом.

Какими мы были... И сегодня приятно вспомнить! Тогда мы свято верили в «Город Солнца» великого Кампанеллы, где только правда и справедливость...

Но время шло, мы выбрали свой путь,

стали жёстче и расчётливей, научились верить лишь в свои силы и разум.

Мы пришли в ювелирный бизнес. Рассказывать, как это было, неинтересно, все через это прошли, каждый по-своему, но одинаково с бессонными ночами — от «Брошу всё к...» до свежей утренней мудрости: «Мы ещё повоюем».

Мы те, кто начинал с нуля, отвечая за всё своей головой и собственными заработанными деньгами. Мы платим налоги, уважаем законы, мы научились работать результативно в тех условиях, которые нам создало государство.

Члены Клуба — люди, которым принадлежат ювелирные торговые предприятия, стабильно работающие на рынке. В реестре Клуба более 2500 ювелирных магазинов. Среди членов Клуба такие уважаемые российские предприниматели, как В. В. Шиянов (Санкт-Петербург), Т. М. Горбачёва (Ангарск), И. Г. Козлов (Казань), Д. С. Каплун (Уфа), Е. К. Шевелёв (Хабаровск), С. И. Голуб (Красноярск), А. И. Вагин (Новосибирск), А. З. Бэк-Булат (Владивосток), А. Я. Канючка (Москва) и многие, многие другие. Это

своего рода анти-«чёрные» списки. Стабильность этих новых предпринимателей в современном подходе к бизнесу, в остром реагировании на изменение спроса, моды, жизни по принципу самодостаточности: учишься работать, не залезая в карман к поставщику, не затягивая платежи, отвечая за свои ассортиментные заявки. Уверен, за членами Клуба будущее, они самые продвинутые, как говорят нынче, представители в ювелирной торговле.

Клуб провозгласил задачу создания условий конкурентного преимущества для своих членов на рынке, механизмом которого являются отраслевая выставочная программа «Ювелирная Россия» и партнёрская схема «Клуб—РосЮвелирЭксперт—средства коммуникации».

Клуб — главное звено партнёрства, обеспечивающий конкурентные преимущества своих членов и партнёров на рынке.

РосЮвелирЭксперт, идейный разработчик и заказчик программы «Ювелирная Россия», обеспечивает консалтинговое и маркетинговое сопровождение работы программы.

Средства коммуникации — специализированная пресса, СМИ, выставочный оператор ВО «Рестэк». Взяв на себя распространение специализированных журналов «Русский Ювелир», «Ювелирный Мир» и газеты «Экспресс-Ювелир», Клуб уже в первые месяцы доказал эффективность рекламных акций и размещения информации в рассылаемых выпусках журналов. Кстати, Клуб рекомендует своим поставщикам размещать рекламу именно в этих номерах журналов. Они стопроцентно доходят до внимания торговли, так как рассылаются почтой по всей ювелирной сети (более 5000 адресов).

Эффективное использование коммуникативных возможностей СМИ и выставок позволяет нам формировать покупательские симпатии, утверждать в сознании потребителя преимущества покупок в магазинах Клуба, проводить мониторинг предложения и спроса на выставочных площадках непосредственно в периоды перед сезонными пиками продаж.

Выставки, на которые ориентируются члены Клуба, это «JUNWEX» (Санкт-Петербург), «Новый Русский Стиль» (Москва), «Ювелир*/Лучшие Украшения России» (Москва).

Обеспечивая комфортные условия работы торговых представителей на выставках, предоставляя им возможность получения информации о маркетинге рынка, организуя обучение, деловые поездки на зарубежные выставки, встречи с более опытными коллегами, в том числе с зарубежными, Клуб способствует повышению уровня отраслевого менеджмента. Кто-то из великих управленцев сказал, что только 20% успеха в бизнесе составляет доля административного управления, остальные 80% — это инициатива снизу. Вот Клуб и стремится запустить внутренние механизмы саморегулирования рынка, которые могут иметь место только при соответствующих условиях: высокой информированности, профессиональном опыте и комфортном деловом общении. В Клубе нет строгих норм членства, связанных с уплатой взносов, якобы идущих на «лоббирование» депутатов и другого чиновничьего люда, с выполнением строгих уставных правил, принятых в других общественных организациях... Мы прежде всего бизнес-структура. Члены Клуба работают в интересах стимулирования рынка продаж, в чём и есть их главная коммерческая заинтересованность. Чем больше доверия к Клубу как объединению продавцов, предлагающему более современную и качественную продукцию, тем успешнее бизнес каждого из его членов в отдельности. Готовится и скоро будет запущен Интернет-сайт Клуба для широкой публики. Интересно, что на географической карте Клуба значатся все страны ближнего зарубежья и даже Нью-Йорк и Торонто, где открыли свои магазины наши соотечественники. На их электронных адресах планируются интерактивные ссылки на клубные информационные носители, чем достигается повышение международного значения сайта Клуба.

Клуб предлагает своим членам коллективное посещение зарубежных выставок, организуемых по принципу «Дело & отдых», сопровождаемых интересными

экскурсиями по историческим местам, встречами с авторитетами в области ювелирного бизнеса. Цены на зарубежные поездки для членов клуба всегда меньше общепринятых на 10–15%. К примеру, при размещении членов Клуба на сентябрьской выставке в Гостином дворе наши партнеры по размещению посетителей в гостиницах дают скидки до 600–800 руб. с номера.

Мы вместе отдыхаем и занимаемся спортом. Я лично, давно занимаясь дайвингом, предложил организовать на очередном фестивале в Костроме дайвинг-шоу с кратким курсом обучения подводному плаванию всех желающих ювелиров. По своему опыту знаю: это даст нам хороший заряд бодрости и психологической реабилитации после гильдейских прений на конгрессе, предваряющем теперь отдых на благодатной Костромской земле...

Сегодня Клуб наиболее значимая сила на рынке. Члены его утверждают свою символику: вступающему вручается «Золотая карта» члена Клуба, в магазинах Клуба на почётном месте располагается солидное свидетельство, подтверждающее его принадлежность к элитному профессиональному объединению. Клуб материально поощряет активность членов в формировании единой сбытовой политики. Он настойчиво строит отношения с банками, страховщиками, перевозчиками, добиваясь корпоративных скидок на их услуги. Клуб проводит большую работу по формированию международных связей в целях получения отечественными магазинами дилерских полномочий от иностранных производителей. Недавно Клуб представлялся на крупнейшей мировой выставке в Лас-Вегасе, сегодня готовится к участию в токийском шоу и в лондонской ювелирной выставке.

Но сегодня Клуб представляет лишь десятую часть участников рынка. Мы надеемся на приход к нам таких уважаемых фирм традиционной торговли, как «Центр Ювелир» (Москва), «Ювелирная Торговля Северо-Запада» (Санкт-Петербург). Претендуя на первенство, они ревниво относятся к вновь появляющимся современным ювелирным магазинам. Это и нормально, всему новому

надо утверждаться. Но нам с ними делить нечего. Они так же, как и мы, страдают от недобросовестных конкурентов, магазинов-однодневок, уходящих от налогов, от продавцов левого товара, на прилавках которых предлагаются бриллианты со скидкой 50%. У нас с ними одна цель — цивилизованный рынок, равные конкурентные условия, качественные украшения для покупателя. Мы так же, как и они, предсказуемы, открыты и легальны. Наши цели едины, и жить нам предстоит вместе.

Совместно нам будет проще решить задачу установления добросовестных отношений с производителями ювелирной продукции. Не всё сегодня устраивает торговые предприятия. К примеру, удовлетворение ассортиментных заявок торговли на продукцию. Даже при самых близких отношениях с руководством заводов мы сталкиваемся с небрежным, необязательным отношением к заявкам на ассортимент. Повсеместно предоставляя дилерские права, некоторые заводы тут же за углом нарушают свои обязательства, продавая левым покупателям товар за чёрный нал по ценам ниже, чем установлены дилерам. А ведь эти дилеры несут финансовую нагрузку на рекламу и продвижение товара производителя в своих регионах. Думаю, что, используя опыт наших зарубежных коллег, Клуб когда-нибудь, выйдя на их высокий уровень, потребует от поставщиков вступительных взносов за право выставяться на прилавках магазинов членов Клуба. Пока это звучит как шутка, но с определённой долей реального прогноза. Мы продаём ювелирный товар и широко рекламируем его... Недалеко то время, когда и наши предприниматели перестанут жить по правилу «Если с утра у соседа корова не сдохла — день пропал». Разумно было бы создавать единые схемы, продвигающие корпоративные интересы ведущих игроков рынка. Сегодня мы работаем над этим вместе с РосЮвелирЭкспертом, с «Рестэкком», чей бюджет на проведение выставок программы «Ювелирная Россия» составляет около двух миллионов долларов в год. А ведь известно, что это наиболее рекламируемые выставки в России, в

рамках которых наиболее эффективно продвигаются ювелирные коллекции её участников. Такой солидный фундамент глупо не использовать для создания круглогодичной рекламной программы в интересах Клуба и его партнёров.

В общих интересах Клуб продвигает единую выставочную программу «Ювелирная Россия», выводя выставки совместно с организаторами на цивилизованный уровень оптовых ярмарок. Ведь всем известно, что при проведении крупных выставок в Москве и Санкт-Петербурге розничные продажи производителей отнимают прибыль у ювелирных магазинов. А отдельные крупные заводы на выставках вообще устраивают цирковые представления с распродажами золота по бросовым ценам, после которых магазины вынуждены долго убеждать своих покупателей, что изделия этого завода действительно из настоящего золота... Так не работают ни в одной цивилизованной стране, там это чревато штрафными санкциями. У нас же дошло до того, что сами же производители грозятся стать организаторами выставок-продаж и поставить на поток безнаказанный демпинг перед носом у своих торговых представителей!..

Клуб заинтересован в вовлечении в свой круг новых, молодых предпринимателей, так как общение с нами придаст им опыта и понимания преимуществ цивилизованной работы, предотвратит от слияния с «чёрным» рынком.

Являясь заказчиком выставочной программы, в которую входят крупные отраслевые выставки российского и международного значения: «JUNWEX» (Санкт-Петербург), «Новый Русский Стиль/ИМ» (Москва) и «Ювелир*/Лучшие Украшения России» (Москва) — Клуб планирует распространить своё влияние и на регионы. Думаю, поддержка региональных выставочных организаций даст нам возможность более грамотно стимулировать развитие молодых региональных магазинов. Это привлечёт их внимание к Клубу и усилит легитимный круг участников рынка.

Прошло всего два года со времени юридического оформления Клуба в качестве профессионального объединения. Эффективность работы Клуба и его партнёров: РосЮвелирЭксперта и ВО «Рестэк» — доказывается делами. Очередной яркий пример — это совместная работа по подготовке выставки «Новый Русский

Стиль» в московском Гостином дворе. Скептикам доказано, что союз Клуба с партнёрами даже в майские сроки смог сделать выставку оптовой ярмаркой, обеспечив посещение выставки 3876 торговыми представителями и оптовиками.

Очередной этап — сентябрьская выставка Клуба, РосЮвелирЭксперта и «Рестэка». С 7 по 10 сентября в Гостином дворе на выставке «Ювелир*/Лучшие Украшения России» мы ставим перед собой задачу обеспечить членам Клуба преимущества в период главного торгового сезона года. 7 и 8 сентября для членов Клуба и ведущих торговых сетей на корпоративных условиях будут обеспечены комфортные условия работы по оперативной закупке и заключению договоров на поставку продукции, необходимой для успешной работы в осенне-зимнем периоде. 9—10 сентября мы сосредоточим внимание на утверждении в сознании покупателя преимуществ украшений, представленных участниками выставки в Гостином дворе и стимулировании торговли ими.

Принципиальна позиция Клуба «Российская Ювелирная Торговля» в отношении сентябрьской выставки.

В интересах создания современного выставочного мероприятия, удовлетворяющего требования главного отраслевого звена — ювелирной торговли — Клуб считает необходимым модернизировать её в современный рыночный механизм для комфортной работы торговли и участников. Владельцем этой выставки на коммерческих или организационных условиях будет Клуб и РИА «РосЮвелирЭксперт».

Мы планируем решить эту задачу за два года. Выставка гармонично вписалась в единую выставочную программу «Ювелирная Россия» и вместе с «JUNWEX» и «Новым Русским Стилем» призвана обеспечить конкурентные преимущества членов Клуба и его поставщиков на отечественном рынке украшений. Оператором сентябрьской выставки правление Клуба избрало ВО «Рестэк».

Под эгидой Клуба «Российская Ювелирная Торговля» и РосЮвелирЭксперта с 7 по 10 сентября 2005 года в Гостином дворе пройдет «ЮВЕЛИР*2005/Лучшие Украшения России».

Главная задача выставки — обеспечение преимущества членов Клуба «Российская Ювелирная Торговля» в важном осенне-зимнем периоде продаж на основе корпоративного льготного соглашения с ведущими производителями ювелирной продукции на закупку всего необходимого ассортимента.

Выставка носит упреждающий Сокольники характер и в целях защиты отечественного производителя не допускает участия в ней иностранных компаний в 2005 году.

В 2006 году выставка пройдёт в новом зале 75-тысячнике на центральной площадке Москвы в ВВЦ, возрождающемся по инициативе столичного правительства в качестве ведущей российской выставочной площадки. С 2006 года к участию в выставке будут приглашены и иностранные компании.

До осенней встречи в Гостином дворе!



Производим в Москве на автоматическом оборудовании

«LUX» и «ALGE» Германия

- кабошоны, ограненные вставки, фантазийные виды огранки из природного и синтетического сырья;
- **NEW:** бриллианты огранки «роза», бриллианты для рельсовой закрепки.

ООО «Фирма «Олбис»
Тел./факс: (095) 126-21-88
E-mail: polyak@rinet.ru

У ОПАСНОЙ ЧЕРТЫ: возможные варианты присутствия ювелиров в Общественной палате

Лёд тронулся.... У нас так всегда — долго запрягаем, а уж если поехали, то...

Отрасль в условиях невыявленного общественного мнения — у опасной черты!

Президент страны собрал своих советников для консультаций по формированию Общественной палаты. В. В. Путин считает, что успех этого независимого института, который должен стать посредником между обществом и властью, «в первую очередь зависит от людей, которые там будут работать». Президент, как всегда, прав. Советники, как всегда, посоветуют. Нет сомнения, что и всё будет, как всегда...

Нет-нет!!! Мы ни в коем случае не говорим, что власть кривая, а российский чиновник плут лукавый! Упаси Господи от политики! Так высоко задирать голову — шею не беречь... И среди чиновников тоже бывают исключения... Но ведь известно, что у нас все шаги после принятия всех решений оборачиваются спиной непосредственно ко всем, на кого они и нацелены. Правда и то, что та же сила работает и наоборот. Пусть кто-то опровергнет — все, всех, ко всем... менталитет масс! И это пока аксиома.

Не может же быть так всегда, давайте меняться! Может, ещё и не поздно попытаться выяснить, кого хотели бы видеть сами участники ювелирного рынка своим представителем в Общественной палате?

Возьмём на себя труд поразмышлять: кто бы мог оказаться в числе претендентов? Может быть, эти рассуждения станут началом широкой дискуссии.

В первую очередь и, возможно, главные кандидатуры от ювелирной общественнос-

ти — это известные в отрасли люди, за которых проголосовали члены Ассоциации ювелиров Центрального федерального округа (Ю. Сурков), ассоциации «Золотое Кольцо» (В. Пурьгин), Союза ювелиров Северо-Западного федерального округа (А. Горыня), Союза ювелиров Казахстана (И. Козлов), Ассоциации российских производителей бриллиантов (М. Шкадов), Клуба «Российская Ювелирная Торговля» (С. Ведовский), Гильдии ювелиров России (В. Радашевич). Есть и другие авторитетные общественники, заслуживающие уважения и доверия. Кто знает их в президентском окружении и кто должен назвать эти имена?..

Ко второй группе претендентов можно отнести руководителей крупных производств, на которых лежит ответственность порою за тысячи людей, работающих на производстве. Несомненно, в первую очередь надо назвать президента «Алмаз-Холдинга» Ф. Ф. Гумерова, генерального директора ювелирной компании «АДАМАС» А. Ю. Сидоренко. Активные, выдержанные люди, глубоко знающие проблемы отрасли и уважаемые в ней. Кто должен предложить эти достойные имена?

Третья группа: представители одного из основных звеньев отрасли — руководители крупных торговых сетей. Это С. Л. Алхазов («Центр Ювелир», Москва) и А. М. Царенков («Ювелирная Торговля Северо-Запада», Санкт-Петербург). Опытные руководители, предсказуемые и ответственные люди с огромным потенциалом знаний организации ювелирного бизнеса. Их общение с законодателями явно стало бы плодотворным и полезным для отрасли.

Четвёртая возможная часть — это люди, прямо и косвенно вкладывающие в отрасль серьёзные деньги: Сергей Владимирович Докучаев (президент «Ланта-Банка»), Александр Григорьевич Иванюк (генеральный директор ФГУП МЗСС). Известные люди, можно рассчитывать на их обеспокоенность за свои собственные деньги, а значит, и внимание к благополучию коллег по отрасли.

В пятую группу можно было бы включить людей, прямо не заинтересованных в лоббировании узких интересов различных частей ювелирного рынка — производителя или торговли, а потому одинаково заинтересованных в благополучии всех рыночных сил и развитии рынка в целом. Такими представителями могли бы стать руководители специализированных ювелирных журналов («Русский Ювелир», «Ювелирный Мир», «Ювелирное Обозрение»), известные люди среди выставочников, консалтинговых структур (РосЮвелирЭксперт, наконец) — те, чей принцип «Чем благополучней отрасль, тем успешней и наш бизнес». Такие люди могут стать компромиссными представителями отрасли, которые могли бы работать, только опираясь на общественное мнение и зависимые от него. Тогда бы и общественность объединилась.

В конце концов, нашими представителями могли бы стать люди, ничем не запятнавшие себя на государственной службе: незаслуженно забытый бывший руководитель Пробирной Палаты России Александр Васильевич Переведенцев, его первый заместитель, готовящийся к пенсии, всеми уважаемый и известный Борис Павлович Борисов. Знающие, неподкупные (вот вам и исключение!), опытные специалисты, чьи знания могли бы послужить общему благу.

Впереди осенние ювелирные выставки, можно воспользоваться ими для мониторинга общественного мнения или использовать современные достижения средств коммуникации для проведения виртуального голосования, а можно использовать и то и другое, чтобы понять, кого видит отрасль в Общественной палате. Этот путь и есть то, что отличает прагматичную демократию от охлократии и технократии.

Коллекция Форбса

М. Лопато, кандидат искусствоведения, заведующая сектором художественного металла и камня отдела западноевропейского искусства Государственного Эрмитажа



Шкатулка «Петр I»
Фирма Фаберже. Генрик Вигстрем. Санкт-Петербург. 1899–1908.
Золото, розовая, зелёная и белая эмаль, горный хрусталь

Как известно, в 1917 году тысячи произведений искусства из императорских, великокняжеских и других дворцов и домов петербургской знати были вывезены в Москву. В 1920—1930-е годы многие ценности были

проданы за границу. Что касается ювелирных изделий, то их постигла такая же участь. Среди них сотни изделий работы фирмы Карла Фаберже, наиболее значительными из которых, безусловно, были император-

ские пасхальные яйца, заказанные для императриц Александром III и Николаем II.

В 1935 году в Лондоне старыми почитателями искусства Фаберже была организована первая выставка изделий его фирмы. В 1939-м последовала вторая, уже в Америке, по инициативе небезызвестного А. Хаммера. После войны выставки пошли одна за другой. Под их влиянием растёт интерес к работам петербургского ювелира. Появились и американские поклонники Фаберже, состояние которых позволяло тратить значительные деньги на дорогие изделия. В 1950-е годы начались активные продажи из галереи А. Хаммера, а позже из антикварных фирм, главным образом Wartski и A la Vieille Russie. Одним из крупнейших коллекционеров изделий Фаберже стал Малколм Стивенсон Форбс, главный редактор и президент «FORBES Inc.».

Хорошо известна история возникновения этой знаменитой частной коллекции продукции фирмы Фаберже. Американцы тогда — в 1950-е годы — были ещё активными курильщиками и, наверное, именно поэтому Малколм Форбс подарил любимой жене скромный портсигар с бриллиантовым орлом. Это была работа придворного ювелира последнего русского императора, чья трагическая история потрясла в своё время юного Форбса.

После первой покупки последовали другие. Однако только 1965 год формально считается основанием коллекции, когда Александр Шаффер предложил приобрести два императорских пасхальных яйца — «Ренессансное» и «Лавровое дерево». В каталог первой выставки коллекции журнала «Форбс», показанной в 1973 году в Культурном центре Нью Йорка, было включено шестьдесят семь экспонатов. В результате в галерее журнала «Форбс» на Пятой авеню в Нью-Йорке к началу нового столетия было представлено девять оригинальных императорских пасхальных яиц и свыше трёхсот различных произведений фирмы. Необходимо отметить, что, организовав галерею, Форбсы сделали её доступной для широкой публики. Кроме того, владельцы представляли вещи из своей коллекции почти на

все значительные выставки, посвящённые Фаберже. Так, на первую большую международную выставку Фаберже в Эрмитаже в 1993 году из коллекции журнала «Форбс» было прислано тридцать семь экспонатов. Больше предоставил только сам Эрмитаж. А за год до этого мне довелось познакомиться с коллекцией в Нью-Йорке. Из витрин вынимались те вещи, которые я хотела посмотреть поближе. Совместно с Кристофером Форбсом и куратором Маргарет Келли мы обсуждали то или иное изделие. Естественно, что самой ценной частью коллекции были императорские пасхальные яйца. Любопытно было увидеть первое яйцо — «Курочка», выполненное Фаберже в 1885 году по заказу Александра III для императрицы Марии Фёдоровны, возможно, по случаю двадцатилетия их помолвки. С момента нахождения мною в Центральном Государственном историческом архиве документа, касающегося этого заказа, начались в России серьёзные исследования деятельности фирмы Фаберже. Яйцо «Курочка» (вообще-то сам Фаберже писал «Курица») одно из самых простых в императорской серии. Оно имитирует натуральное яйцо — золотое, покрытое толстым слоем белой опакующей эмали. Внутри помещён сюрприз в виде фигурки курицы. Все это несколько грубовато, наивно, но мило в своей непосредственности. Когда-то курица держала в клюве рубиновое яйцо, утраченное впоследствии. Отсутствует также и императорская корона, увенчивавшая яйцо.

С годами Фаберже усложнял идею и конструктивное решение пасхального яйца, не чуждаясь при этом заимствований у мастеров прошлых эпох. На Пасху 1894 года Марии Фёдоровне было подарено агатовое яйцо «Ренессанс», почти точная копия халцедоновой коробочки начала XVIII века работы амстердамского мастера Ле Руа, хранящейся в коллекции Грюнес Гевольбе (Зелёном Своде) в Дрездене. Яйцо «Лавровое дерево» 1911 года также было выполнено для Марии Фёдоровны. Идея его навеяна подобными же изделиями XVIII века с музыкальными механизмами, а также различными коробочками, часами и поющими птичками. На этом яйце птичка появляется на верхушке дерева, как только нажата кнопка, и исчезает, когда кнопка отпущена.

В пасхальном яйце-часы «Петушок», подаренном Марии Фёдоровне в 1900 году, воплотилась та же идея поющих птичек и старинных часов-автоматов. При нажатии кнопки из яйца появляется петух, кукарекающий и хлопающий крыльями. В какой-то мере этот образ повторился в пасхальном яйце 1904 года, выполненном для Варвары Кельх.

Пожалуй, наиболее известное, а также самое яркое и нарядное в коллекции — это «Коронационное» яйцо 1897 года. Оно было выполнено в память о коронации императорской четы, свершившейся 9 мая 1896 года. Сюрпризом служит миниатюрная карета, копия кареты 1793 года Екатерины II, на которой во время коронации Николая II ехала его мать, вдовствующая императрица Мария Фёдоровна. Мастер фирмы Фаберже Георг Штайн скрупулёзно воспроизвёл все её детали. Яйцо обошлось Форбсам в 1979 году чуть более 2000 долларов.

Для Александры Фёдоровны было сделано в 1898 году яйцо «Ландыши» с портретными миниатюрами Николая II и великих княжон Ольги и Татьяны, получившее столь неоднозначную оценку критиков на Всемирной выставке в Париже в 1900 году. На Пасху этого года венценосный супруг поднёс Александре Фёдоровне яйцо «Пятнадцатилетний юбилей», расписанное миниатюрными композициями на темы важных событий из жизни императорского дома. Основная заслуга в создании яйца принадлежала известному миниатюристу Василию Зуеву. Яйцо «Георгиевское», на мой взгляд, является одним из самых элегантных. Простое по композиции, оно выдержанно в хороших пропорциях, сдержано и лишено каких-либо излишеств. Художественный эффект достигается великолепного качества опалесцирующей эмалью.

Всем этим яйцам, как и другим, не императорским, посвящена прекрасно изданная книга Гезы фон Габсбурга. Каждое яйцо сопровождается обширным комментарием с подробными техническими данными, сведениями о владельцах, историческими экскурсами.

Помимо пасхальных яиц в коллекции журнала, «Форбс» были представлены почти все виды изделий, выпускавшихся фирмой. Разнообразные рамки и часы, портсигары



Портсигар в стиле Людовика XVI. Фирма Фаберже, Михаил Перхин, Санкт-Петербург, 1899–1903. Золото, зелёная, красная и белая эмаль, бриллианты, жемчуг



Табакерка «Коронационная». Фирма Фаберже, Август Хольмстрем, Санкт-Петербург, до 1899. Золото, золотая и чёрная эмаль, бриллианты



Браслет. Фирма Фаберже, Эрик Колин, Санкт-Петербург, 1899. Золото.



Вращающаяся рамка для фотографий «Императорская». Фаберже, Виктор Арне, Санкт-Петербург, 1899. Серебро золочёное, хрусталь



Чаша «Иван Калита». Фирма Фаберже, Москва



Бинокль. Фирма Фаберже, Михаил Перхин, Санкт-Петербург, 1899–1903. Красное золото, оранжево-розовая эмаль, бриллианты. Запонки великого князя Кирилла Владимировича. Фирма Фаберже, Август Холминг, Санкт-Петербург, 1908–1915. Золото, белая эмаль, бриллианты, рубины



Миниатюрная арфа. Фирма Фаберже, Михаил Перхин, Санкт-Петербург, 1886–1889. Цветное золото, красная эмаль, жемчуг, хрусталь, слоновая кость

и кабинетные принадлежности, столовые приборы и подстаканники, ювелирные украшения и objets de luxe, т. е. предметы роскоши, драгоценные игрушки. Достаточно интересна и коллекция из поделочных камней: цветы и фигурки, разнообразные чаши, вазочки, пепельницы. Надо сказать, что создание больших пасхальных яиц требовало от фирмы наличия ювелиров всех специальностей, вплоть до камнерезов, чего, как правило, не было на обычных ювелирных предприятиях. В результате фирма выпускала исключительно широкий ассортимент продукции, что выгодно отличало её от других фирм и мастерских.

В собрании Форбсов были изделия почти всех ведущих мастеров фирмы. Многочисленные работы Михаила Перхина наглядно демонстрируют талант этого незаурядного ювелира. Характерное для его ранних изделий изобилие декора в виде корзин с цветами, массивных гирлянд и пухлых пути можно было видеть на хрустальной рамке с фотографией великой княжны Марии Николаевны или на рамке с портретами Марии Фёдоровны и её сестры королевы Александры Английской. Цветочная гирлянда, сделанная из многоцветного золота, подвешена и на хорошо известной миниатюрной арфе, в струны которой вмонти-

рован медальон с портретом Александра II. Знаменитая розовая эмаль фирмы украшает изящный портшез и театральный бинокль, оформленный не менее знаменитыми рокайлями Перхина.

Известна любопытная история, связанная с двумя табакерками из коллекции Форбсов. Как-то Александр III сказал, что мастера Фаберже не могут сравняться с искусными французскими ювелирами XVIII века. Тогда Перхин попросил дать ему из Галереи драгоценностей императорского Эрмитажа табакерку 1777 года парижского мастера Жозефа Этьена Блерзи и сделал подобную, правда, покрытую эмалью другого цвета и более совершенную в техническом отношении. После чего император приказал поместить её в Галерею как образец высокого искусства русских ювелиров.

В более поздние годы Перхин создаёт изделия в стиле неоклассицизм, или Людовика XVI, модного в тот период. Как, например, портсигар белой эмали с лёгкими листовыми гирляндами и красными бантами с лентами. В том же стиле решены и другие изделия Перхина, в том числе прямоугольной формы часы, покрытые белой эмалью и красной по углам, а также часы, предназначенные для императорской яхты «Полярная звезда».



Письменный набор «Борис Годунов». Фирма Фаберже, Москва



Фрагмент письменного набора «Борис Годунов». Фирма Фаберже, Москва

В коллекции со вкусом были подобраны изделия и других мастеров фирмы. Одним из важных среди них был Генрик Вигстрем, перенявший эстафету у Михаила Перхина. Создавая рамку в виде каминного экрана, в которую вставлена фотография Александры Фёдоровны, Вигстрем остался верен своему учителю, повторив его «стиль гирлянд». Но большая часть его работ создана в стиле Людовика XVI. Такова табакерка из горного хрусталя с монохромным изображением Медного всадника на крышке или нефритовые часы с юбилейным знаком «XXV». Кстати, скромные эмалевые цветы в хрустальных флаконах — незабудки и анютины глазки — также работа Вигстрема.

Рамки, созданные Андерсом Невалайненем, Ялмаром Армфельдтом, Виктором Арне, свидетельствуют о достаточно высоком уровне их мастерства. Неслучайно они, судя по всему, приобретались высокопоставленными особами, так как в них вставлены фотографии членов европейских правящих династий. В этом отношении наиболее показательна подставка с вращающимися створками, сделанная Виктором Арне и принадлежавшая в своё время Марии Фёдоровне. В створках — фотографии членов семей русского императорского дома, датского, британского и греческого

королевских домов. Эта вещь неоднократно демонстрировалась на различных выставках, как, впрочем, и многие другие изделия из коллекции Форбсов.

Нельзя не отметить также роскошную коронационную табакерку с вензелем Николая II работы Августа Хольмстрема. В ней использована удивительной глубины и тона жёлтая эмаль, на фоне которой несколько зловеще выделяются чёрные орлы. Тем самым создаётся сильное цветовое и смысловое напряжение.

Среди тех вещей в собрании Форбсов, которые, несомненно, привлекали внимание, был известный браслет с львиными головами Эрика Колина, являвшийся копией скифского браслета. Как известно, Фаберже получил тогда, в 1882 году, золотую медаль за коллекцию копий скифских изделий. С этого момента началась его известность, и Александр III обратил на него внимание. Исполнителем же коллекции был именно Эрик Колин.

В собрании Форбсов были представлены и работы серебряников фирмы, в том числе и главного мастера этой продукции — Юлиуса Раппопорта. Однако мне хотелось бы отметить серебряные изделия московского отделения фирмы. Это, прежде всего, неоднократно публиковавшийся



Рамка для фотографий.
Фирма Фаберже, Михаил Перхин,
Санкт-Петербург, 1886–1889.
Четырёхцветное золото, розовая эмаль,
слоновая кость

ковш «Богатырь», в стилистике которого, с позиций западных авторов, очевиден сплав «Art Nouveau, Slavic Revival and Symbolism». Знаковыми работами для этого времени и характерными для московских мастеров являются также чаша «Иван Калита» и письменный прибор «Борис Годунов». Полага-



Марина Лопато и Маргарет Келли,
Нью-Йорк, музей журнала «Форбс», 1992 г.



Кристофер Форбс и Марина Лопато,
Нью-Йорк, музей журнала «Форбс», 1992 г.

ют, что, возможно, рисунок прибора создал Николай Рерих.

Наверное, в таком обширном собрании, каким была коллекция журнала «Форбс», имелись вещи небезупречные, вызывающие определённые вопросы. Однако не думаю, что крупнейшие антикварные фирмы Wartski, A La Veille Russie, Christie's или Sotheby's, у которых главным образом Форбсы приобретали изделия Фаберже, сознательно вводили в заблуждение своих клиентов. Чтобы доказать, что та или иная вещь является

подделкой, надо провести очень серьёзную криминалистическую экспертизу. Кроме того, необходимо иметь базу технологических данных, созданную на основе подлинных артефактов, которой, к сожалению, нет. Хотелось бы думать, что серьёзные коллекционеры и музеи должны быть заинтересованы в точных знаниях в данной области ювелирного искусства, столь модного сейчас. Архивные документы являются, безусловно, важным свидетельством, но ведь и на основе их можно сделать фальшивку. А экспертные

ошибки... Ну что ж, пусть тот, кто безгрешен, первым бросит камень. Вспомним историю с короной скифского царя Сайтоферна, сделанную одесским ювелиром Израилем Рухомовским и признанную подлинной светилами Лувра. Экспертная работа — это всегда сомнение, психологическое и интеллектуальное напряжение. Те же эксперты, которые безапелляционны в своих мнениях и стремятся, чтобы эти мнения стали известны всему миру, вызывают лишь удивление, недоверие и досаду.



2005 год — Юбилей Галины Григорьевны СМОРОДИНОВОЙ, кандидата искусствоведения, ведущего научного сотрудника отдела драгоценных металлов Государственного исторического музея, хранителя коллекции русского ювелирного искусства второй половины XIX — начала XX в.

40 лет отдала Галина Григорьевна Государственному историческому музею. Начинала она работать с профессором Марией Михайловной Постниковой-Лосевой, под руководством которой перерисовывала подлинные клейма русских мастеров золотого и серебряного дела. Эти клейма вошли в состав легендарного фундаментального «Справочника Постниковой-Лосевой», выдержавшего несколько изданий. Галина Григорьевна — автор многих книг, в том числе «Фаберже и русские придворные ювелиры» (1992), статей о ювелирной фирме Овчинникова, постоянный автор аннотаций практически всех каталогов фирмы Фаберже.

Редакция журналов «Русский ювелир» и «Антикварное Обозрение» поздравляет уважаемую Галину Григорьевну СМОРОДИНОВУ, нашего постоянного автора, со знаменательным юбилеем, желает здоровья, творческих успехов на благо процветания российского ювелирного искусства.



ROBERTO BRAVO®

FINE ITALIAN JEWELLERY



" Zele Collection "

M I L A N • M O S C O W • I S T A N B U L



*Широкий ассортимент
ювелирных изделий
с бриллиантами*

петроЗОЛОТО

ПРОИЗВОДИТЕЛЬ ИЗДЕЛИЙ С БРИЛЛИАНТАМИ

195009, г. Санкт-Петербург, ул. Михайлова, д. 11, тел. (812) 103-39-20, 103-39-21, факс (812) 248-25-61
e-mail: petrozoloto@list.ru www.petrozoloto.ru

Из истории мужской ювелирной моды: запонки

Галина Габриэль, искусствовед



1. Запонки. Англия. Конец XVIII в. Золото, гранат, агат



2. Запонки-пуговицы. Англия. XVII в. Золото, филигрань

Запонки появились, скорее всего, на рубеже XVI—XVII вв. при французском дворе, который становится законодателем мод в Европе. Эволюция запонок непосредственно связана с развитием мужской моды, прежде всего мужской рубашки. Воротник и манжеты, появившиеся в рубашке уже в начале XVI в., сначала стягиваются тесьмой или лентой, собираются в рюши, воланы, украшаются изысканной вышивкой. Затем



3. Запонки. Европа. 1900-е гг. Золото, эмаль, бриллианты

в манжетах с двух сторон начинают делать маленькие отверстия и продевать в них две идентичные пуговицы, соединённые цепочкой или проволокой — так называемые «манжетные пуговицы». Такие пуговицы — запонки из золота и бриллиантов носил уже «Король-Солнце» — Людовик XIV. Упоминания о «cuff buttons» или «sleeve buttons» — пуговиц для манжет или рукавов встречаются во французских и английских модных журналах XVII в. И сегодня во Франции можно встретить выражение «bouton de manchette». Представление о

такого рода запонках даёт редчайший сохранившийся экземпляр конца XVII в. английской работы, представляющий собой две золотые пуговицы, украшенные филигранью и соединённые толстой проволокой (рис. 2).

Почти не сохранились запонки XVIII в., хотя, судя по портретной живописи и редким дошедшим образцам, они отличались роскошью, как и весь мужской костюм той эпохи. Для запонок использовали как драгоценные металлы и камни, так и стразы, вошедшие в моду благодаря изобретению французского придворного ювелира Штрасса. В конце века, с рождением новых идей сентиментализма, запонки начинают украшать полудрагоценными камнями, чаще всего пейзажным агатом, символизирующим красоту естественных пейзажей. Это может быть и миниатюра с изображением символов любви и дружбы, портретами любимых, инициалами. Запонки остаются в ту эпоху привилегией аристократии и принадлежностью исключительно мужского костюма.

Самое широкое распространение запонки получают с середины XIX в., когда появляется современный тип мужской рубашки с жёсткими манжетами. С этого времени их носит не только аристократия, но и буржуазия, средний класс. Постепенно складываются разнообразные виды запонок для вечернего и делового костюма, различающиеся прежде всего стоимостью использованных материалов. Викторианская эпоха любила золото, яркие драгоценные и полудрагоценные камни, слоновую кость. Более дешёвые варианты из серебра, сплавов производили уже машинным способом, особенно много в США, где главным поставщиком такой продукции для среднего класса, клерков была фирма Child & Child.

Настоящий расцвет мужской ювелирной моды наступает на рубеже XIX—XX вв., в так называемую эдвардианскую эпоху, когда моду в Европе начинает диктовать Англия. Сын королевы Виктории — Эдуард, принц Уэльский, впоследствии английский король Эдуард VII и его жена королева Александра были известны своей страстью к украшениям. Джентльмен той эпохи, следуя моде английского двора, носит много украшений,

Традиции. Качество. Стиль.



Санкт-Петербургский монетный двор - это трехвековые традиции изготовления высокохудожественных ювелирных изделий, в том числе с драгоценными камнями и эмалями.

*Приглашаем посетить наш стенд на выставке «Ювелир 2005»
КВЦ «Сокольники», павильон 2, с 8 по 16 сентября.*

Санкт-Петербургский монетный двор
197046, Санкт-Петербург, Петропавловская крепость, 6,
телефон: (+7 812) 324-14-02, e-mail: marketing@mintspb.ru



4. Запонки. Европа. 1900-е гг.
Золото, эмаль, бриллианты



5. Запонки Эдуарда VII. Фирма Фаберже. 1905 г.
Золото, эмаль, бриллианты, рубины



6. Запонки в стиле Art Deco. Франция. 1920-е гг.
Золото, платина, бриллианты, рубины, эмаль



7. Запонки в форме спортивной машины. Европа. 1920-е гг. Золото, серебро, эмаль



8. Запонки в стиле Art Deco. Франция. 1920-е гг.
Золото, платина, бриллианты, рубины, эмаль

как днём, так и вечером — этого требует его статус. Для формальной одежды — это выполненный в одной стилистике и идентичных материалах набор украшений: запонки, булавка для рубашки, пуговицы, иногда кольцо, медальон. Поскольку вечером мужчина надевает к фракку белую рубашку, запонки чаще всего делаются из платины или золота, украшаются бриллиантами, жемчугом или неяркими камнями: аквамаринами, бледными сапфирами, топазами, опалами. Очень часто это эмаль по гильоширу или ажурная эмаль — эти техники достигли своего наивысшего расцвета именно в эпоху модерна. Такие драгоценные запонки делали практически все крупнейшие европейские фирмы:

Картье, Шамо, Бушерон, в Америке Тиффани, Блэк, Стар и Фрост и другие. Сохранились запонки, выполненные для Эдуарда VII фирмой Фаберже, где на гильошированной эмали бриллиантами и сапфирами выложены инициалы ER — Eduardus Rex.

Одежда для дня также предусматривала использование ювелирных украшений, в том числе запонок, но в менее формальном сочетании. Для дневного костюма использовали более яркие камни, фантазийные формы запонок и необычный декор. Часто это растительные мотивы, изображения животных, птиц. В те годы чрезвычайно популярными были идеи Фрейда, поэтому женские головки, обнажённые женские торсы, русалки стано-

вятся главными мотивами ювелирного искусства. Модный английский журнал писал тогда, что «...никогда ещё женщины не появлялись так часто на манжетах мужчин, как в эдвардианскую эпоху». Сами женщины в начале XX в. также начинают носить запонки. Это прежде всего женщины клерки и суфражистки. Юбки и рубашки с манжетами стали для последних одним из способов доказать свои равные права с мужчинами (рис. 9).

В последующее десятилетие мужчины продолжают носить много украшений. В 1918 г. в одном из модных журналов появилось сообщение, что впервые в истории мужских украшений они продаются лучше, чем женские. Действительно, после Пер-



9. Марлен Дитрих



10. Запонки с охотничьими и спортивными сценами. 1910–1920-е гг. Золото, эмаль, хрусталь



11. Поль Флато. Запонки. 1930-е годы. Золото



12. Фалько де Вердура. Запонки. 1930–1950-е гг. Чёрный жемчуг, бриллианты, золото



13. Запонки. 1950-е гг.

вой мировой войны все стремятся забыть об её ужасах, спешат насладиться жизнью. Западный мир вступает в эпоху джаза, танго, спорта, в эпоху стиля Art Deco. Запонки по-прежнему используются как в формальном вечернем костюме, так и в дневной и спортивной одежде, хотя здесь они и не обязательны. Моду на мужские украшения всё чаще начинают диктовать голливудские звёзды, такие, как Рудольфо Валентино, обожавший украшения. Важной фигурой в мужской моде в период между двумя мировыми войнами был герцог Виндзорский, будущий король Англии Эдуард VIII, который отказался от этой роли из-за несогласия парламента дать разрешение на его брак с госпожой Симпсон. Среди огромной кол-

лекции украшений, которыми владела эта пара, сохранилось несколько замечательных запонок, выполненных фирмой Картье для герцога Виндзорского по заказу его жены.

В 1920–1930 гг. большое место в жизни всех слоёв общества начинает занимать спорт. Конные скачки, игра в поло, гольф, спортивные машины всё чаще появляются

на запонках рядом со сценами охоты и рыбной ловли. Изображения выполняются гравировкой, эмалью. Среди них особенно интересна уникальная техника с так называемым плавающим изображением. Эффект достигался гравировкой по обратной стороне кабошированного хрустала, росписью эмалью и дальнейшим креплением камня на

	<p>КАДРОВОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ</p> 	<p>КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ</p> 	
<p>КРЕАТИВ И РЕКЛАМА</p> <p>КРЕАТИВ О П Т О М И В РОЗНИЦУ</p> <p>РЕКЛАМНОМУ АГЕНТСТВУ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ: ХУДОЖНИК-ДИЗАЙНЕР: ВЕРСТАЛЬЩИК</p>	<p>КОРПОРАТИВНОЕ ОБУЧЕНИЕ</p> 	<p>6 карат</p> <p>международный бизнес-центр</p>	<p>КНИГОИЗДАНИЕ и ПОЛИГРАФИЯ</p> 
	<p>КРЕАТИВ И РЕКЛАМА</p>	<p>Тел.: (095) 744 34 64, 232 22 60, 232 33 79, 8 903 7515858 e-mail: szmk@mail.ru 6carat@inbox.ru</p>	<p>КОНСАЛТИНГ</p> 



194044 С-Петербург
Зеленков переулок, д.7А, литер Д
тел/факс (812) 346-67-25 (26, 27, 28, 29, 30, 31)
e-mail: kabukaev@inbox.ru



КРАСЦВЕТМЕТ
Официальный дилер
завода «Красцветмет»
ООО «Ювелиры Северной Столицы»
предлагает по ценам завода
цепи из золота 585° и 750°



Предлагает ювелирные изделия Костромской фабрики «Топаз», ТД «Золотой Орел», «Золотов», «Диамант» и других российских производителей по ценам поставщиков.





Комплект «Стиль»

Комплект «Стиль» и комплект «Юбилейный» – победители конкурса «Алроса-2005»

Ювелирная компания Алексея Помельникова
Россия, 191040, Санкт-Петербург, Лиговский пр., д. 87
www.pomelnikov.ru, e-mail: info@pomelnikov.ru
тел.: (812) 995-14-00

перламутр. Изображение под прозрачным хрусталём обрело мягкие, плавные очертания и казалось вплавленным в него. Эту технику использовали многие ювелирные фирмы, например Картье, Робинсон.

Но не только известные ювелирные фирмы диктовали тогда моду на ювелирные украшения (рис. 10). Серьёзно влиять на её развитие в 1920–1930 гг. начали модельеры и художники-ювелиры. В женских украшениях это прежде всего Коко Шанель, Эльза Скиапарелли. В мужской ювелирной моде нельзя не вспомнить хотя бы Фалько де Вердур, Поля Флато... Вердур предпочитал интерпретировать органические природные формы, дав толчок целому направлению в мужской ювелирной моде. Сохранились замечательные запонки, выполненные Вердурой из чёрного жемчуга с бриллиантами. Флато работал в более строгих, геометризованных формах, отразив противоположное направление стиля Art Deco. Любопытна история создания Флато уникальных запонок в форме гайки и шурупа. Флато торопился на вечеринку и не мог вставить запонки в манжеты. Тогда он взял обычную гайку и шуруп и вставил их вместо запонок. Идея привела в восторг хозяина вечеринки, ко-

торый попросил повторить для него запонки в золоте (рис. 11).

Запонки оставались модным аксессуаром и в 1930-х и с перерывом на Вторую мировую войну вновь стали важным элементом мужской ювелирной моды в 1950-е гг. В это время окончательно формируются два основных типа запонок: «single face links» и «double face links». Первый вариант — более простой, когда декорируется лишь основная, лицевая часть запонок, шарнир же или петля делаются мельче и проще. Такие запонки легче продеть в манжеты, и может быть поэтому их всегда предпочитали в США, где только фирмой Destino Ltd. было сделано более 14 000 дизайнов такого типа запонок. В Европе всегда предпочитали второй, более сложный вариант, когда обе половинки запонок делались идентичными.

Диапазон форм, материалов, тем, используемых в запонках начиная с 1950-х гг., неисчерпаем. Всё зависело от возможностей фирмы, таланта дизайнера или вкуса заказчика. Часто запонки отражали профессию или хобби заказчика. Так, брокеры предпочитали носить изображения быков и медведей, бизнесмены, связанные с нефтью, — платиновые изображения буровых вышек. Это могли быть стаканы для виски, горящие си-



Комплект «Юбилейный» (модель с гербом)

Комплект «Юбилейный» (модель с крупным камнем)

гары, карты, женские туфельки. Дэвид Вебб для владельца куриного бизнеса выполнил запонки в виде золотых курочек, Картье вставил в запонки зуб заказчика (рис. 13).

Бунтарские 1960-е добавили к этим темам этнографические мотивы, экзотику хиппи, хотя сами запонки носили в те годы в основном представители старшего поколения. Ренессанс запонок наступает в 1980-х, когда в моде формируется новая психология «красивых и богатых», и мужчины вновь возвращаются к роскошным часам, портсигарам, галстучным булавкам и запонкам, которые определяют их статус в обществе.

Сегодня мировая ювелирная промышленность уделяет большое внимание мужским ювелирным украшениям и аксессуарам, в том числе запонкам. Их разнообразие может удовлетворить самые разные вкусы и материальные возможности. Такие известные фирмы, как Cartier, Chopard, Van Cleef & Arpels, Tiffany, Wellendorff, Belfiore, Cazzaniga, Swarovski и многие другие, продолжают лучшие традиции в изготовлении запонок. В дизайне и качестве им не уступают и некоторые отечественные фирмы. Поэтому можно с уверенностью утверждать: пока существует мужской костюм и рубашка, запонки никогда не выйдут из моды.

Dalloz

Совершенство бриллиантовой огранки

Кубический цирконий и синтетические камни — широкая гамма цветов и форм огранок для ювелирного производства



Высококачественное сырье собственного производства

Прецизионная машинная огранка и сортировка

Оптимизировано для литья с камнями

для дополнительной информации свяжитесь с нашими региональными представителями

Головной офис — Франция

Tel + 33 3 84 41 60 00

Fax + 33 3 84 41 65 06

e-mail: admin@dalloz-dil.fr

www.dalloz.france.com

Россия — Москва

+7 (095) 748 34 53

fax +7 (095) 748 34 54

Россия – С-Петербург

tel +7 (812) 335 55 69

fax +7 (812) 335 55 69

Россия – Кострома

tel +7 (0942) 300 400

fax +7 (0942) 313 098

sales@dalloz.ru www.dalloz.ru

Бесцветные бриллианты в мировой аукционной торговле

Потоцкая Т. И., к.г.н., доцент, специалист по анализу рынка отдела маркетинга ОАО «ПО «Кристалл»

В силу относительной информационной закрытости алмазно-бриллиантового комплекса мира получить информацию о товарной структуре бриллиантов, продаваемых на мировом рынке, их качественных характеристиках и особенностях региональных продаж практически невозможно.

Поэтому анализ деятельности аукционных домов по продвижению бриллиантов, базирующийся на открытой официальной информации, публикуемой в отраслевых зарубежных изданиях, позволяет частично решить эту проблему, акцентируя внимание, правда, лишь на одном товарном сегменте рынка (класс «премиум»).

Более того, цены аукционных торгов, которые на первый взгляд могут показаться отпугивающими (для аналитиков) в силу субъективности их формирования, в среднем соответствуют ценам, действующим на мировом алмазно-бриллиантовом рынке. Так, если за основу брать статистику Rapaport Diamond Report (традиционный индекс цен по всем товарным группам бриллиантов), то по сравнению с ним цены на бесцветные камни, реализуемые через «Сотбис», будут ниже на 0,4%, а через «Кристи» выше на 1,4% (2004 г.). Можно сказать в целом, что традиционно «Кристи» торгует в «плюс» от Rapaport Diamond Report, а «Сотбис» в «минус» от Rapaport Diamond Report (безусловно, речь идет о средних величинах; абсолютные величины могут как превышать названную шкалу до 120% — «Кристи», так и быть ниже её на 50% — «Сотбис» в 2004 г.).

Место в аукционной торговле

В 2004 г. через аукционы было продано 256 бесцветных бриллиантов общим весом 2138 кар. на сумму 80 млн долл., что превышает показатели 2003 г. практически в 2 раза. При этом увеличились и все относительные показатели: средняя стоимость бриллианта составила 313 тыс. долл. (рост на 60 тыс. долл.), средняя стоимость 1 кар. камня — 37 тыс. долл. (рост 5,8 тыс. долл.). Не изменился только средний вес продаваемых бесцветных бриллиантов (8 кар.). Столь активная деятельность аукционных домов по продвижению бесцветных бриллиантов на мировом рынке определяется как объективными, так и субъективными факторами. К первым можно отнести рост мирового спроса в целом на бриллианты (ежегодно на 6—9%); повышение цен на алмазы и соответственно на бриллианты (на 13%). Вторая группа — новая маркетинговая стратегия De Beers по продвижению бриллиантов на растущих региональных рынках (Гонконг, Китай); завершение атипичной пневмонии в Юго-Восточной Азии, что заставило активизировать деятельность аукционов в Гонконге; продолжающаяся либерализация экономики Китая, превращающая его в привлекательный рынок сбыта и придающая всё большую значимость Гонконгу; постепенно восстанавливающиеся после финансового кризиса внутренние рынки Японии и новых индустриальных стран Юго-Восточной Азии и т. д.

Очевидно, что бесцветные бриллианты являются доминирующей группой бриллиантов, вовлечённых как в мировую торговлю в целом, так и в аукционную торговлю в частности. Это определяется объективными факторами (цветные алмазы — редкое природное явление). Поэтому неудивительно, что на рассматриваемую группу бриллиантов приходится около 70% аукционных продаж (2004 г.: 64% в стоимостном выражении, 71% в весовом выражении и 66% в количественном выражении).

При этом они преобладают и в аукционных торгах «Кристи», и в торгах «Сотбис». Однако значимость «Кристи» для реализации бесцветных бриллиантов всё же выше. Так, если «Сотбис» — это традиционный лидер в продвижении цветных бриллиантов на мировом рынке, то «Кристи» — безусловный лидер в продвижении бесцветных бриллиантов. В этом можно убедиться, проанализировав количественные показатели деятельности обоих аукционных домов как абсолютного характера (общий вес проданных камней, общая стоимость, количество), так и относительных (средний вес, средняя стоимость одного камня, средняя стоимость 1 кар. бриллианта). Да и в продажах «Сотбис» доля бесцветных бриллиантов несколько ниже (64% в стоимостном выражении и 56% в весовом выражении в сравнении с «Кристи» — 70% и 79% соответственно) (табл. 1). Хотя, если говорить о динамике объемов продаж за изучаемый период (2003—2004 гг.), стоит отметить, что она одинакова у обоих домов.

Таблица 1. Сравнительная характеристика деятельности аукционов по продаже бесцветных бриллиантов. Составлено по [1, 2, 3]

	«Сотбис»		«Кристи»	
	2003 г.	2004 г.	2003 г.	2004 г.
Вес, кар.	518,2	916,1	700,7	1222
Стоимость, млн. долл.	16,5	33,2	22,3	46,9
Число, шт.	78	122	74	134
Средний вес, кар.	6,6	8	9,5	9
Средняя стоимость, долл.	211 035	272 501	300 749	350 298
Ср. стоимость 1 кар., долл./кар.	31 765	36 289	31 760	38 420
Ценообразование, % от Rapaport	-1,4	-0,4	+8,7	+1,4

БРИЛЛАНС

фианиты,
синтетические
и натуральные
камни, жемчуг

!!! УПАКОВКА !!!

телефакс: (812) 449-77-92, (812) 449-77-93
Санкт-Петербург, ул. Яблочкова, д. 12, лит. «Ц»
Деловой Центр (напротив Пробирной Инспекции)
e-mail: chief@brilliance.ru, http://www.brilliance.ru
Филиал в Ростове-на-Дону: (8632) 91-32-32
пр. Буденновский, 93, оф. 405



ювелирное производство
Гелиос
г. Таганрог 347927
Поляковское шоссе, 10
тел.: (8634) 64-26-59
РАБОТАЕМ С ДАВАЛЬЧЕСКИМ СЫРЬЕМ

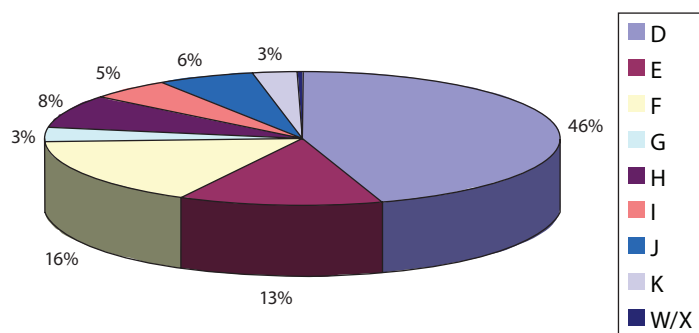
В сравнении с цветными бриллиантами, проходящими через аукционы, бесцветные камни отличаются большим средним весом и меньшими стоимостными характеристиками (средняя стоимость, средняя стоимость 1 кар.).

Качественные характеристики

Стоимость бриллиантов находится в прямой зависимости от четырёх характеристик каждого камня: цвета, дефектности (чистоты), формы огранки и веса. Исходя из перечисленных критериев, попробуем выяснить качество бесцветных бриллиантов, продаваемых через аукционы.

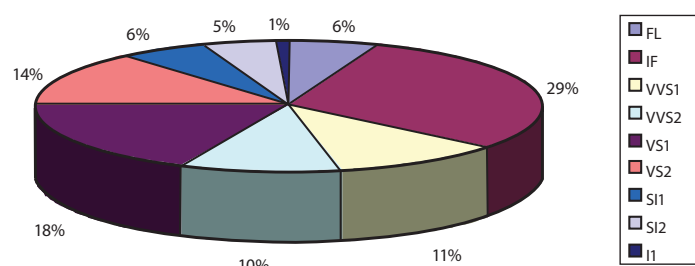
Цвет. Бесцветные бриллианты различаются по цветовым оттенкам от белого (прозрачного) до жёлтого. В соответствии с классификацией, разработанной геммологическим институтом Америки (GIA), цвет бриллианта обозначается буквами от D (бесцветный) до Z (коричневый). Большая часть рассматриваемых камней, проходящих через аукционы, имеют голубовато-белый цвет без оттенков (совокупно D и E дают около 60% продаж). Значительна и доля камней с едва уловимым оттенком (F) — 13%. При этом совокупная доля перечисленных групп бриллиантов одинаково высока в продажах обоих аукционных домов (71%). Очевидно, что столь высокое качество цвета бриллиантов связано с изначальной уникальностью товаров, традиционно выставляемых ведущими аукционными домами.

Рис. 1. Цвет бесцветных бриллиантов, реализованных в 2004 г. через аукционы



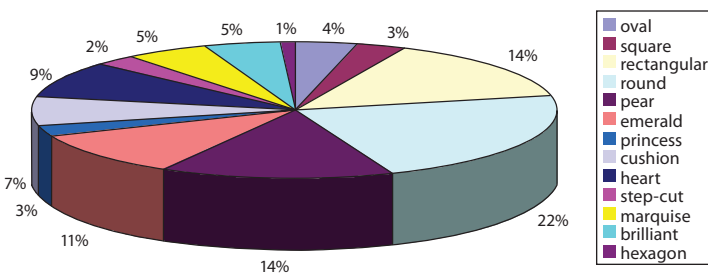
Дефектность. Алмазам свойственны природные включения и дефекты. Очевидно, что они будут характерны и для бриллиантов. Для того чтобы установить степень чистоты камня, необходимо определить количество и природу включений, а также их размер и расположение. Включения оцениваются по соответствующей шкале чистоты от IF — Internal Flawless (чистый под лупой), VVS — Very Very Small (inclusion) (очень-очень мелкие включения), VS — Very Small (очень мелкие включения) до I — Imperfect (включения, заметные невооруженным взглядом). Камни, продаваемые на аукционах, отличаются достаточно высокими характеристиками чистоты. На чистые камни (F1 и IF) приходится 35% продаж, а на камни с заметными включениями разной величины (SI и I) всего 12%. Более того, оба аукционных дома реализуют бесцветные бриллианты с одинаковыми показателями их дефектности, соответствующими в целом аукционной торговле данным товаром.

Рис. 2. Чистота бесцветных бриллиантов, реализованных в 2004 г. через аукционы



Огранка бриллианта определяет его форму. Традиционная форма огранки — круглая (round). Как правило, это камни с 57 гранями, способные отражать практически весь падающий на него свет и поэтому обладающие ослепительной игрой. Неудивительно, что бесцветным бриллиантам именно с такой формой огранки принадлежит значительное место в аукционной торговле (в среднем 22%). Наряду с названной формой существуют так называемые «фантазии», которых в мире насчитывается около 100 (Rapaport: Guide to Fancy Shapes 2004). К классическим фантазиям можно отнести «маркиз» (marquise), «принцесса» (princess), «овал» (oval), «груша» (pear), «изумруд» (emerald). Наибольшим спросом на мировом рынке в последние годы пользуются в целом прямоугольные фантазии. Поэтому и в аукционной торговле их доля традиционно велика (39%). Из них наиболее востребованные — rectangular (14%), emerald (11%), cushion (7%), square (3%), princess (3%), step-cut (2%), в то время как в международной торговле бриллиантами в целом наиболее популярна princess. Из других фантазий в аукционной торговле значимы heart (9%), marquise (5%) и oval (5%).

Рис. 3. Форма огранки бесцветных бриллиантов, реализованных в 2004 г. через аукционы



Однако стоит отметить, что если в таких характеристиках бесцветных бриллиантов, как вес, цвет и чистота, продаваемых через «Сотбис» и «Кристи», много общего, если не сказать идентичного, то форма огранки выбивается из этой закономерности. Более того, данная характеристика бриллианта, в отличие от других, сильно подвержена конъюнктуре и поэтому быстро меняется в зависимости от спроса.

Региональные особенности

Как уже отмечалось неоднократно, аукционная торговля бриллиантами ювелирными изделиями с бриллиантами («Сотбис»

и «Кристи») концентрируется в трех странах — Швейцарии, Гонконге, США. Каждую из этих стран можно рассматривать как ворота в региональные рынки (Европу, Азию, Америку). Через перечисленные государства реализуются все группы бриллиантов (как цветные, так и бесцветные). При этом каждое из них в зависимости от состояния национальной экономики и конъюнктуры на мировом алмазно-бриллиантовом рынке занимает определённое место в продвижении бриллиантов.

Так, в 2004 г. абсолютным лидером продаж бесцветных бриллиантов (весовое, стоимостное и количественное выражение) был Гонконг (который, пережив атипичную пневмонию 2003 г., негативно сказавшуюся на национальной экономике, реорганизовал своё налоговое законодательство, стимулировав тем самым внешнеэкономические операции). Более того, здесь же продавались и самые дорогие камни. В то же время для Швейцарии были характерны продажи самых крупных камней, а США выделились самой большой долей бесцветных бриллиантов в аукционных торгах (табл. 2).

Таблица 2. Региональные особенности аукционных продаж бесцветных бриллиантов. Составлено по [1, 2, 3]

	2003 г.			2004 г.		
	Швейцария	Гонконг	США	Швейцария	Гонконг	США
Доля ББ по весу, %	72	82	58	69	67	77
Доля ББ по стоимости, %	72	78	49	57	64	76
Вес, кар.	484	273	462	662,4	758,5	717
Стоимость, тыс. долл.	15 739,9	11 197,6	11 778,6	25 916,5	39 022,7	15 245,7
Число, шт.	47	40	65	64	95	97
Средний вес, кар.	10	7	7	10,4	8	7,4
Средняя стоимость, долл.	334 891	279 942	181 209	404 946	410 766	157 173
Средняя стоимость 1 кар., долл./кар.	32 520	41 007	25 508	39 125	51 449	21 263

Попытка выделить региональные приоритеты для каждого аукционного дома в продвижении бесцветных бриллиантов (табл. 3) привела нас к выводу о том, что для каждого из них всегда важным является в первую очередь собственный внутренний рынок («Сотбис» — США, «Кристи» — Швейцария).

Однако наряду с этим существует и определенная диверсификация региональных интересов. Так, в 2004 г. большую и лучшую часть своей продукции «Сотбис» реализовал в Гонконге (общий вес, общая стоимость, средний вес, средняя стоимость и средняя стоимость 1 кар.). А «Кристи» распределил свои интересы по двум странам — Швейцария и Гонконг. При этом Швейцария лидировала по продажам бесцветных бриллиантов по всем весовым показателям и средней стоимости, а Гонконг доминировал по продажам в стоимостном, количественном выражении и средней стоимости 1 кар. камня (табл. 3, рис. 4, 5).

Таблица 3. Сравнительная характеристика региональных особенностей продаж бесцветных бриллиантов ведущими аукционными домами. Составлено по [1, 2, 3]

	2003 г.			2004 г.			
	Швейцария	Гонконг	США	Швейцария	Гонконг	США	
«Сотбис»	Доля ББ по весу, %	72	71	54	69	67	62
	Доля ББ по стоимости, %	64	62	47	44	64	64
	Вес, кар.	164	148	206	210,8	369,2	336,2
	Стоимость, тыс. долл.	5661,1	5172,3	5627,5	8432	18 942	5871
	Число, шт.	19	26	33	24	41	57
	Средний вес, кар.	9	6	6	8,8	9	5,9
	Средняя стоимость, долл.	297 949	198 933	170 529	351 336	462 000	103 000
«Кристи»	Средняя стоимость 1 кар., долл./кар.	34 563	34 891	27 294	40 004	51 310	17 464
	Доля ББ по весу, %	71	100	60	68	68	98,6
	Доля ББ по стоимости, %	78	100	54	67	66	86
	Вес, кар.	320	125	256	451,6	389,3	380,8
	Стоимость, тыс. долл.	10 078,9	6025,4	6151,2	17 484,4	20 080,7	9374,7
	Число, шт.	28	14	32	40	54	40
	Средний вес, кар.	11	9	8	11,3	7,2	9,5
Средняя стоимость, долл.	359 960	430 387	192 223	437 112	371 865	234 369	
Средняя стоимость 1 кар., долл./кар.	31 466	48 269	24 066	38 715	51 580	24 616	

Если говорить о качественных характеристиках бесцветных бриллиантов, реализуемых на разных региональных рынках, то стоит выделить несколько особенностей:

- Цвет. Как уже отмечалось ранее, в аукционных торгах доминируют бесцветные бриллианты, не имеющие в своей цветовой характеристике оттенков (D и E). Однако это правило характерно не для всех региональных продаж. В Гонконге и Швейцарии данная категория камней действительно является преобладающей — 75% и 57% соответственно. В то время как в США на неё приходится всего 46%. Данная особенность свойственна и региональным продажам обоих аукционных домов.
- Дефектность. Спрос на чистоту рассматриваемого товара имеет ярко выраженные региональные особенности: в Гонконге реализуются камни с лучшими показателями, а в США с худшими. Так, категория чистых камней (FL и IF) в Гонконге доминирует — 60%, в то время как в Швейцарии она составляет 33%, а в США всего 22%. Более того, доля камней с заметными включениями (SI-I) незначительна в продажах Гонконга (3%) и высока в США (17%). Данная структура продаж бесцветных бриллиантов по дефектности ярко выражена в деятельности обоих аукционных домов. Правда, у «Сотбис» доля чистых бесцветных бриллиантов во всех региональных продажах выше, чем у «Кристи».
- Форма огранки. Региональный спрос на определённые формы огранки бесцветных бриллиантов имеет как общие,

Рис. 4. Территориальная организация деятельности аукционного дома Сотбис — 2004 г.

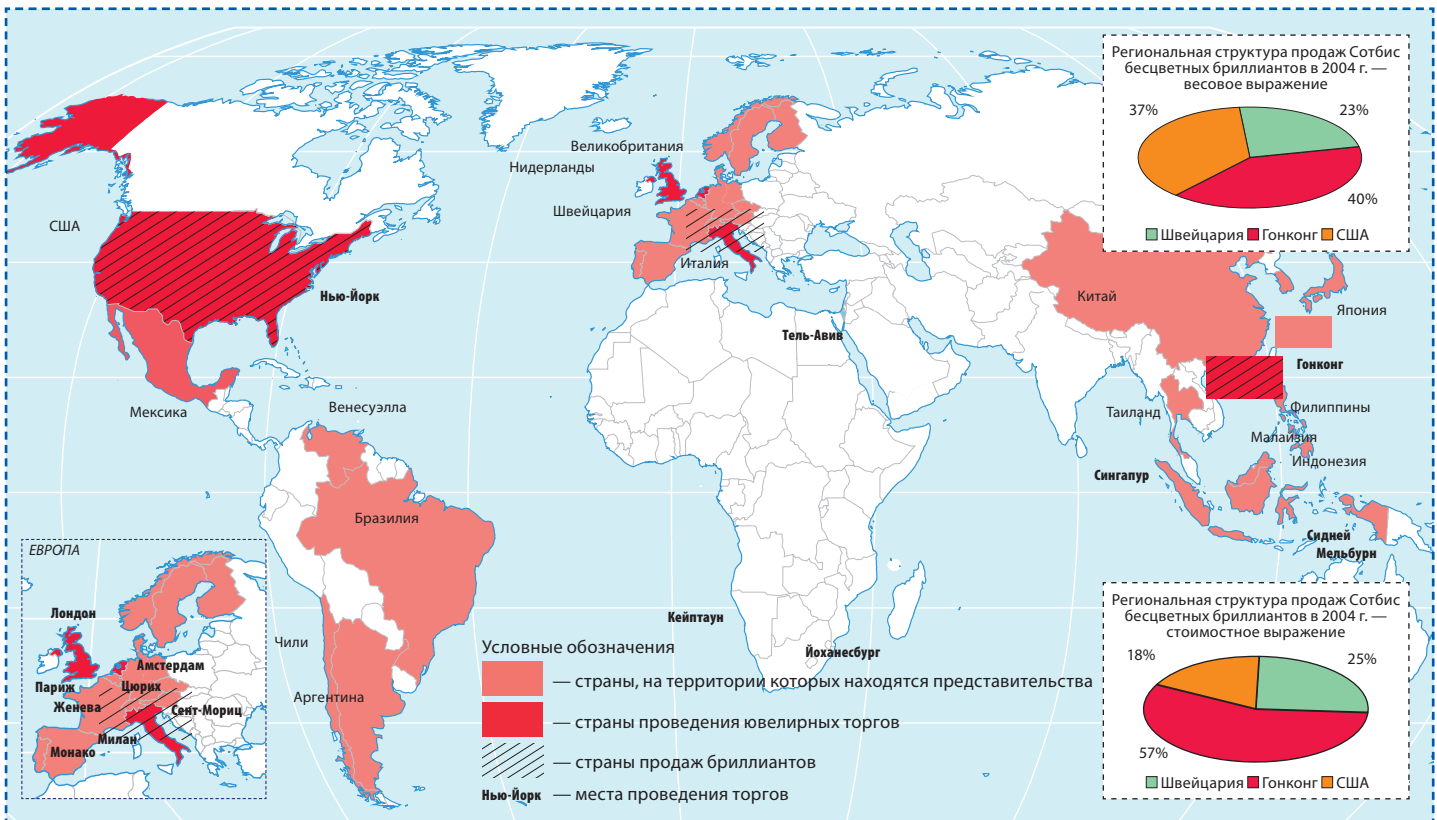
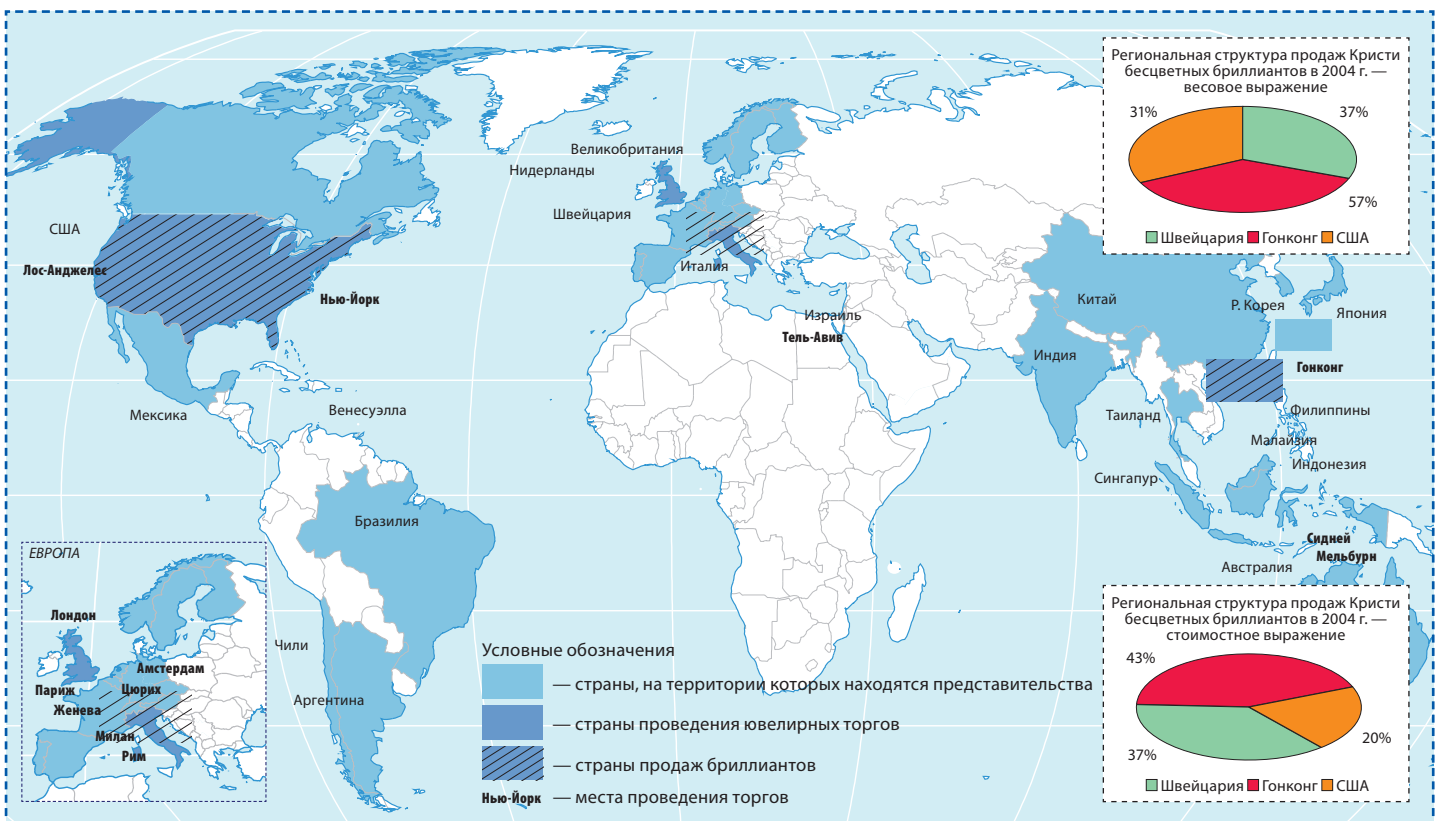


Рис. 4. Территориальная организация деятельности аукционного дома Кристи — 2004 г.



так и отличительные черты. К общим чертам можно отнести значительную долю rectangular и pear во всех региональных продажах (13–19% и 11–20% соответственно). Отличительные особенности — повышенный спрос на round и emerald в США; на round и princess в Гонконге; на brilliant в Швейцарии. При этом наиболее значительный вклад в продвижении emerald и round принадлежит «Сотбис», а rectangular — «Кристи».

Таким образом, проанализировав товарную структуру бриллиантов, продаваемых через аукционы, можно сделать несколько выводов. Во-первых, аукционная торговля отражает особенности продаж в одном товарном сегменте мирового алмазно-бриллиантового рынка — класс «премиум», и поэтому представляет интерес только для тех игроков, которые работают в данном товарном сегменте. Во-вторых, анализ аукционной торговли позволяет быстро отслеживать особенности мирового и регионального спроса на все

существующие характеристики бриллиантов. В-третьих, знание особенности продаж бриллиантов через каждый из аукционных домов («Сотбис» — лидер в продвижении цветных бриллиантов, «Кристи» — бесцветных камней) даёт возможность правильно выбирать аукцион для продвижения собственного товара или для быстрого выявления закономерностей торговли определённой группой бриллиантов. В-четвёртых, знание региональной структуры аукционной торговли бриллиантами позволяет любой компании, производящей бриллианты или торгующей ими, правильно выбрать собственные региональные приоритеты.

Литература

1. Auction Results // Rapaport diamond report. 2003. № 2, 3, 4, 5, 7, 9, 10, 11, 12.
2. Auction Results // Rapaport diamond report. 2004. № 1, 3, 5, 6, 11, 12.
3. Auction Results // Rapaport diamond report. 2005. № 1.
4. Calendar of Events // Rapaport diamond report. 2003. № 1–12.
5. Calendar of Events // Rapaport diamond report. 2004. № 1–12.
6. Calendar of Events // Rapaport diamond report. 2005. № 1–5.
7. Аукционный дом «Кристи» (<http://www.christies.com>)
8. Аукционный дом «Сотбис» (<http://www.sothebys.com>)
9. Мировой банк (<http://www.worldbank.org>)

Приложение А. Самые значительные бесцветные бриллианты, проданные через «Сотбис» и «Кристи» в 2004 г.

	«Сотбис»			«Кристи»		
	вес, кар.	долл./кар.	стоимость изделия, долл.	вес, кар.	долл./кар.	стоимость изделия, долл.
Самые крупные бесцветные бриллианты	88,88	69222	6 152 451	81,21	27 263	2 214 028
	32,88	68540	2 253 595	55,92	78 310	4 379 095
				51,27	65 682	3 367 516
				51,24	67 994	3 484 013
Самые дорогие бесцветные бриллианты				40,42	35 099	1 418 702
	88,88	69 222	6 152 451	55,92	78 310	4 379 095
	32,88	68 540	2 253 595	51,27	65 682	3 367 516
	23,19	75 693	1 755 321	81,21	27 263	2 214 028
	17,23	52 863	910 829	40,42	35 099	1 418 702
				22	49 351	1 085 722
Самые качественные бесцветные бриллианты				21,06	51 235	1 079 009
	7,08	110 140	779 791,2	7,95	109 098	867 329
	7,18	108 606	779 791,1	8,06	107 609	867 329

ЭФФЕКТИВНОЕ РЕШЕНИЕ ОФОРМЛЕНИЯ ЮВЕЛИРНЫХ ВИТРИН
 • СОВРЕМЕННЫЙ ДИЗАЙН • ШИРОКИЙ АССОРТИМЕНТ • СО СКЛАДА И НА ЗАКАЗ • ОТПРАВКА В РЕГИОНЫ



125252, Москва, ул. Зорге, 10. тел./факс (095) 943-23-01, 195-91-11
 e-mail: option-s@mtu-net.ru; <http://www.option-s.ru>

Бриллианты

Цветные бриллианты

М. К. Чижов

В последние годы за рубежом и в России резко увеличился интерес к цветным бриллиантам. Это связано в первую очередь с тем, что цветные бриллианты позволяют художникам-ювелирам активно использовать не только классические достоинства бриллиантов: твёрдость, блеск и игру, но и их цвет. Кроме того, цветные бриллианты в силу их редкости являются хорошим инвестиционным вложением денег. Принято считать, что при прочих равных условиях (вес, форма и качество огранки, чистота) цена бриллианта определяется его цветом, причём чем более бесцветный камень, тем выше его цена. Наличие даже незначительного нацвета резко понижает цену. Это правило распространяется на подавляющее большинство имеющихся бриллиантов, но это не закон.

Если бриллиант имеет заметный цвет выше определённой насыщенности, то это свойство из недостатка переходит в достоинство, и увеличение насыщенности цвета приводит к резкому увеличению цены.

Именно такие бриллианты называются цветными или имеющими фантазийный цвет.

Количество алмазов или бриллиантов, имеющих фантазийный цвет, ничтожно и составляет сотые доли процента. Распределение цветных алмазов в различных месторождениях мира также крайне неравномерно. Частота встречаемости бриллиантов различных цветов тоже неравномерна. Сравнительно часто находят алмазы жёлтой и коричневой гаммы, реже — зелёные, ещё реже сине-голубой гаммы. Самые редкие и, соответственно, самые дорогие цветные бриллианты розово-красной гаммы.

До недавнего времени цветные бриллианты были столь редкими, что их ре-

ализация на рынке осуществлялась поштучно через аукционы.

Учёные разных стран бились над решением загадки природы — образованием цветных бриллиантов. Проблема оказалась не столь простой, ведь если цветных алмазов так мало, значит, условия их образования были очень необычными. К настоящему времени основные причины образования цветных алмазов выяснены. Самым необычным оказалось то, что различные цветовые гаммы алмазов возникли по разным причинам.

Не вдаваясь в физику и химию этих процессов, можно утверждать, что жёлто-коричневая гамма цветов связана с различными конфигурациями атомов азота, которые внедрены в решётку алмаза. За сине-голубую гамму цветов ответственны ионы бора, находящиеся в структуре алмаза. Зелёная гамма связана с нарушением структуры алмаза в результате естественного облучения соседствующими радиоактивными минералами. На-

конец розово-красная гамма возникла в результате механических деформаций в структуре алмаза, которые образовались в процессе роста кристалла. Выводы, сделанные учёными, способствовали постановке следующей задачи. А нельзя ли помочь природе и создать такие условия, при которых природный алмаз изменит свой первоначальный цвет?

Интенсивные работы в нескольких лабораториях мира увенчались успехом.

На сегодняшний день имеются технологии, позволяющие изменять первоначальный природный цвет алмаза. Технологические цепочки включают в себя различные виды облучения, термообработку и обработку давлением в различных режимах и различных комбинациях. Технологии изменения цвета или, как их называют, технологии облагораживания весьма сложны и трудоёмки и поэтому ещё не получили массовый характер.

Можно предполагать, что цена цветных облагороженных бриллиантов с развитием производства будет снижаться, и они станут существенно дешевле цветных бриллиантов с природным фантазийным цветом.

Важно отметить, что идентификация происхождения окраски (природная или облагороженная) представляет значительные трудности и требует специального оборудования. При этом в процессе совершенствования технологий облагораживания проблема идентификации может обостриться.

Проблема идентификации обусловливается ещё и тем, что помимо облагороженных природных алмазов на рынке стали появляться синтетические алмазы, которые также подвергаются некоторым технологиям облагораживания.

Таким образом, художники-ювелиры получили весьма перспективную группу хорошо известного материала — бриллианта, но не привычного бесцветного, а широкой цветовой гаммы, что позволит существенно разнообразить ассортимент выпускаемых ювелирных изделий и даст новый импульс в их художественных фантазиях.

The screenshot displays the website 'www.russianjeweller.ru' in a browser window. The page features a green header with the site logo and name. A navigation menu on the left includes links like 'о журнале', 'анонс', and 'объединённый каталог'. The main content area shows search results for 'Гарнитур' (Jewelry set) from the 'БАСК-КРИН' brand. Two items are listed: a ring with a sapphire and diamonds, and a pair of earrings. Each item has a 'NEW' badge and social media icons. A search filter panel on the right allows users to refine results by metal type (Gold, Silver, Platinum), weight, and jewelry type (Rings, Necklaces, etc.). At the bottom, there are links for 'изделие в корзину' and 'гарнитур в корзину'.

ВСЕ О ЮВЕЛИРНОМ БИЗНЕСЕ НА САЙТЕ ЖУРНАЛА «РУССКИЙ ЮВЕЛИР»:

ЗАКОНОДАТЕЛЬНАЯ БАЗА, ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА И ПРОДАЖ,
«ОБЪЕДИНЕННЫЙ КАТАЛОГ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ И ЧАСОВ»
С ПОДРОБНОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ О ЮВЕЛИРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ,
ФОТОГРАФИИ И РАСПИСАНИЕ ВЫСТАВОК, АНАЛИТИЧЕСКИЕ СТАТЬИ,
АРХИВ «РУССКОГО ЮВЕЛИРА» И НОВОСТИ ОТРАСЛИ.

ТЕПЕРЬ В «ОБЪЕДИНЁННОМ КАТАЛОГЕ» ВЫ МОЖЕТЕ НАЙТИ ИНФОРМАЦИЮ
ОБ УПАКОВКЕ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ И ЧАСОВ!

Календарь выставок сентябрь 2005 — сентябрь 2006

Сроки проведения	Название	Место проведения	Сайт	Контакт	
				Имя	E-mail
2005 год					
сентябрь 25–2	Образ и форма	Санкт-Петербург, Россия			Imageform@yandex.ru
октябрь 19–23	«Престиж»	Нижний Новгород, Россия	http://www.yarmarka.ru/	Валентина Николаевна Чернявская	dvp@yarmarka.ru
	Московский часовой салон	Москва, Россия	www.rosinex.ru	Елена Савостьянова	watch@rosinex.ru
ноябрь 22–25	Уралювелир 2005	Екатеринбург, Россия	www.unex.ur.ru	Александра Бессонова	unex_reklama@r66.ru
декабрь 1–4	Петербургский Ювелир	Санкт-Петербург, Россия	www.gemworld.ru		info@gemworld.ru
	Алмазный клуб	Москва, Россия	www.expobroker.ru		expoprom@rambler.ru
	Алтын 2005	Уфа, Россия	www.ligas-expo.ru	Алла Мидхатовна Измайлова	ligas@ufanet.ru
2006 год					
февраль 1–5	Питер-Ювелир	Санкт-Петербург, Россия	www.jewelleryspb.com		p-jeweller@mail.ru
	Junwex-2006	Санкт-Петербург, Россия	www.restec.ru	Ольга Миронова, Лидия Шестернина	secur@restec.ru
март 1–4	Сибювелир-2006	Новосибирск, Россия	www.sibfair.ru	Нина Гусельникова	gusel@sibfair.ru
апрель 13–15	Янтарь Балтики	Калининград, Россия	www.balticfair.com	Аквелина Станиславовна Рябинина	akvela@balticfair.kaliningrad.ru
май 17–20	New Russian Style	Москва, Россия	www.restec.ru	Ольга Миронова, Лидия Шестернина	secur@restec.ru
	Ювелир-2	Москва, Россия	www.rosyuvelirexpo.ru		
июнь 24–1	VII ювелирный фестиваль «Золотое кольцо России-2006»	Кострома, Россия	http://www.j-r.ru/projects/fest/		uvre.fest@mail.ru
	Самарская Жемчужина	Самара Россия			region-expo@samaramail.ru
июль 12–16	ИнтерЮвелир 2006	Сочи, Россия	www.soud.ru		soud@sochi.ru
сентябрь 5–12	Ювелир 2006	Москва, Россия	www.rosyuvelirexpo.ru		jewexpo@hotmail.com
	Ювелир*2006 Лучшие украшения России	Москва, Россия	www.restec.ru	Ольга Миронова, Лидия Шестернина	

ПРИГЛАШАЕМ ВАС ПОСЕТИТЬ



ИТАЛЬЯНСКУЮ КОЛЛЕКТИВНУЮ ЭКСПОЗИЦИЮ ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ ЮВЕЛИРНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ НА ВЫСТАВКЕ ЮВЕЛИР 2005 В МОСКВЕ

КВЦ «СОКОЛЬНИКИ», ПАВИЛЬОН 11А

ПРЕДСТАВЛЕНЫ ФИРМЫ:

FAIMOND
FASTI INDUSTRIALE
ORO FRANCO
DI FRANCO FRANCO
FOV
IECO
INVIMEC
ITALIMPIANTI ORAFI
TEKA MECCANICA
MAGIMEX ITALIA DI
PAOLO GIOVANNINI
MELT ITALIANA
OMBI
O.M.P.A.R.
SISMA



8 – 16 СЕНТЯБРЯ 2005 г.



ИЧЕ
Институт Внешней
торговли Италии



А.Ф.Е.М.О.
Ассоциация Производителей и Экспортеров
Машин для ювелирной промышленности

ПРИГЛАШАЕМ ВАС ПОСЕТИТЬ

ИТАЛЬЯНСКУЮ КОЛЛЕКТИВНУЮ ЭКСПОЗИЦИЮ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ

НА ВЫСТАВКЕ В МОСКВЕ

ЮВЕЛИР 2005

8-16 СЕНТЯБРЯ 2005

КВЦ «СОКОЛЬНИКИ»

ПАВИЛЬОН №11

- AERRE OROVIA •
- ARGENTERIE RADDI RENATO •
- AURORA •
- CONSORZIO PRODUTTORI ORAFI ARETINI •
- COSORZIO STILE • DRAGONI GIOIELLI • ERCOLANO •
- EUROCATENE • FAIR LINE • FOURPRO • FRANCESCHINI F.LLI •
- GIULIANA DI FRANCO GIOIELLI • GRAZIELLA GROUP •
- IL DIADEMA INTERNATIONAL • LAC • M.P.F. GROUP •
- ORAFAR • RONCO • SOA - SOCIETA' ORAFA ARETINA •
- SOCIETA' CENTRO ORAFA • VICENZAORO-VICENZA FIERA •
- ZINI ASTUCCI •



Институт Внешней Торговли Италии



VICENZAORO

BUSINESS TRENDS VISIONS



FIERA DI VICENZA



Banca
Popolare di Vicenza

Sponsor Ufficiale Fiera di Venezia

T +39 0444 969 111
F +39 0444 969 000
vicenzafiera@vicenzafiera.it
www.vicenzaoro.org

2006 Gold Exhibitions Calendar

15 - 22 January

Vicenzaoro1

International gold, jewelry, silver, watch
and gemmology exhibition

Oromacchine

Exhibition of gold and precious metals processing
machinery and gemmological instruments

20 - 24 May

Vicenzaoro2

International gold, jewelry, silver, watch
and gemmology exhibition

Oromacchine

Exhibition of gold and precious metals processing
machinery and gemmological instruments

9 - 13 September

Orogemma

International gold, jewelry, silver, watch
and gemmology exhibition

Shapes of Jewelry

Visions

XIX РОССИЙСКИЙ АНТИКВАРНЫЙ САЛОН



XIX Российский Антикварный Салон

22 – 30 октября 2005

Центральный Дом Художника

Организатор:

Компания «ЭКСПО-ПАРК Выставочные проекты»

119049, Москва, Крымский вал, 10, офис 165

Тел./факс: (095) 238 4500, 238 4516, 238 9602

E-mail: mailbox@expopark.ru

<http://www.expopark.ru>

Генеральные информационные спонсоры:



25 сентября - 2 октября 2005
Мраморный зал Российского Этнографического музея
Санкт-Петербург

VI МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНКУРС МОЛОДЫХ ДИЗАЙНЕРОВ ЮВЕЛИРНЫХ УКРАШЕНИЙ “ОБРАЗ и ФОРМА”

Тема конкурса:
“Воздух в оправе”

Тридцать спиц соединены одной осью,
но имно пустота между ними составляет суть колеса.
Горшок лепят из глины,
но именно пустота в нем составляет суть горшка.
Дом строится из стен с окнами и дверями,
но именно пустота в нем составляет суть дома.
Общий принцип:
Материальное - полезно, нематериальное - суть бытия.

Воздух - невидимая материя, постоянно сопровождающая нашу жизнь. Свет, ветер, вода позволяют нам обнаружить его присутствие. Видя целиком каркасную структуру мы не задумываемся о прозрачной материи, заполняющую ее объем. Создайте ювелирное изделие, выделив пустоту равноправным элементом своей композиции, или поместите частичку воздуха в среду, способную обнаружить ее. Точно найденные линии, охватывающие воздушные формы, могут выявить созданный Вами образ.

Номинации конкурса

“Фантазия”

Категория А - ювелирное изделие
Категория В - макет изделия (пластик, бумага, кожа, др.)
Категория С - эскиз изделия, выполненный в компьютерной программе (внешний вид и три проекции)
Категория D - эскиз изделия, ярко выражающий идею проекта (Формат А4)

“Производство”

Категория А - ювелирное изделие
Категория В - макет изделия (пластик, бумага, кожа, др.)
Категория С - эскиз изделия, выполненный в компьютерной программе (внешний вид и три проекции)
Категория D - проект изделия (внешний вид и три проекции. Формат А4)

Категория С принимается по E-mail или на диске (TIFF, GPJ). Размер изображения 30x42 в векторных (если есть текст, то в кривых) либо растровых (300 точек на дюйм) программах. Дополнительно можно прислать работу в той программе, в которой она была разработана.

Участие в конкурсе бесплатное

К участию в конкурсе приглашаются художники до 35 лет
(принимаются работы выполненные за последний год)

Участники конкурсов 2000 - 2004 старше 35 лет могут принять участие в полуфинале конкурса
Заявки принимаются до 25 сентября

В жюри конкурса приглашены искусствоведы, педагоги и художники из России,
Германии, США, Финляндии

 РУССКИЙ ЮВЕЛИР

 ЮВЕЛИРНОЕ
СБОЗЖЕНИЕ

 ЮВЕЛИРНЫЙ МИР

 art×

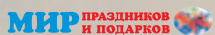
 Shop
ring

 Мир металла

 JEWELLERNET.RU
RUSSIAN JEWELLERY NETWORK

 PLATINUM

 ЭКСПРЕСС-ЮВЕЛИР

 МИР ПРАЗДНИКОВ
И ПОДАРОКОВ

 JEWELRY
BUSINESS

Расписание работы конкурса:
25 сентября - прием работ;
26, 27 сентября - работа жюри;
26, 27, 28, 29 сентября - культурная программа;
30 сентября - финальное шоу, вручение наград;
29, 30, 1, 2 октября - выставка работ финалистов

Оргкомитет конкурса:
197110, Россия, Санкт-Петербург,
ул. Большая Зеленина 11/1, а/я 231
Тел/факс (812) 235-05-09, тел/факс (812) 140-74-51,
тел (812) 140-74-58; E-mail: Imageform@yandex.ru



VII Международная
специализированная
выставка часов
и часовых аксессуаров

МОСКОВСКИЙ Часовой салон MOSCOW WATCH SALON 2005

26-30 октября выставочный комплекс «Крокус Экспо»



В ПРОГРАММЕ ВЫСТАВКИ:

Шоу-показы часовых коллекций • Презентации новых моделей • Мастер-классы для специалистов • Антикварный аукцион • Розыгрыши и лотереи для посетителей • Церемония награждения победителей конкурса «Часы года»



Организатор
РОСИНЭКС
РОССИЙСКИЕ МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ
Тел./факс +7 (095) 205-71-83
+7 (095) 259-43-48
e-mail: watch@rosinex.ru
www.rosinex.ru

Патронаж



Правительство
Москвы



Торгово-
промышленная
палата РФ

Партнеры

Rambler FASHIONTIME.RU MTL
Информационная поддержка



Медиа-партнер



22-25 ноября

5-я межрегиональная выставка-ярмарка

УралЮвелир - 2005

Екатеринбург, Высоцкого, 14, КОСК "Россия"



Организаторы:

"Минерал-Шоу",
Объединение "Универсальные выставки"



При поддержке:

Уральской Государственной инспекции
пробирного надзора, Правительства
Свердловской области и Администрации города Екатеринбурга

КОНКУРС СОВРЕМЕННОГО ЮВЕЛИРНОГО ИСКУССТВА

ОСНОВНЫЕ НОМИНАЦИИ:

"НОВАЯ ФОРМА"

"СТИЛЕВАЯ ЛИНИЯ"

ПРИГЛАШАЕМ К УЧАСТИЮ!

Тел.: (343) 355-01-42, 355-01-49,
e-mail: unex@r66.ru, <http://www.unex.ur.ru>

24-27
НОЯБРЯ

ПРИГЛАШАЕМ К УЧАСТИЮ!

ЮВЕЛИР ЭКСПО УКРАИНА 2005 (осень)

X МЕЖДУНАРОДНАЯ
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ
ВЫСТАВКА ЮВЕЛИРНЫХ
ИЗДЕЛИЙ, ЧАСОВ,
ДРАГОЦЕННЫХ УКРАШЕНИЙ
И АКСЕССУАРОВ

**ЮВЕЛИР
МАШ
ЭКСПО 2005**

II СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ЭКСПОЗИЦИИ:

**САЛОН БИЖУТЕРИИ И
МОДНЫХ АКСЕССУАРОВ**

**САЛОН ЭЛИТНЫХ
ПОДАРКОВ**



Место проведения - ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР

КИЕВ ЭКСПО ПЛАЗА

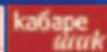
г. Киев, ул. Салютная 2-б, www.expoplaza.kiev.ua



ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ОРГАНИЗАТОР:
АО "КИЕВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ
КОНТРАКТОВЫЙ ЯРМАРОК"

Дирекция выставки: тел.: +38(044) 490 6221, 461 9343, 490 6219
E-mail: jewel@kmya.kiev.ua, <http://www.kmya.kiev.ua>

Информационные
партнеры:





Выставочное Объединение
"Мир камня"

X международная выставка-ярмарка

Петербургский Ювелир

1-4 декабря 2005 года

Санкт-Петербург,
Центральный
Выставочный зал "Манеж",
Исаакиевская пл., 1.

Ярмарка

Ювелирные украшения
камнерезные изделия,
камеи,
часы,
украшения интерьера,
коллекционные минералы,
сувениры,
бижутерия,
ювелирный инструмент,
оборудование,
упаковка

Автор: Сергей Шиманский
"Золотое детство".
Фотограф: Александр Иванов



Гран-при конкурса

Конкурс Ювелирный Олимп

НОМИНАЦИИ

Приз имени Николая Нужина

Ювелирное искусство

Ювелирная пластика

Эмальерное искусство

Камнерезное искусство

Камнерезная пластика в мягком камне

Украшения интерьера

Аксессуары

Адрес оргкомитета:
ООО "ВФ Мир камня"
Санкт-Петербург,
Васильевский остров,
Большой проспект, 83
(ДК им С.М.Кирова)
офис 335
тел/факс: 327-42-76
тел: (812) 327-42 75;

E-mail: info@gemworld.ru,
www.gemworld.ru
Почтовый адрес:
191028, Санкт-Петербург, а\я 49



Клуб «РОССИЙСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ТОРГОВЛЯ»



РосЮвелирЭксперт
РОССИЙСКОЕ ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ АГЕНТСТВО

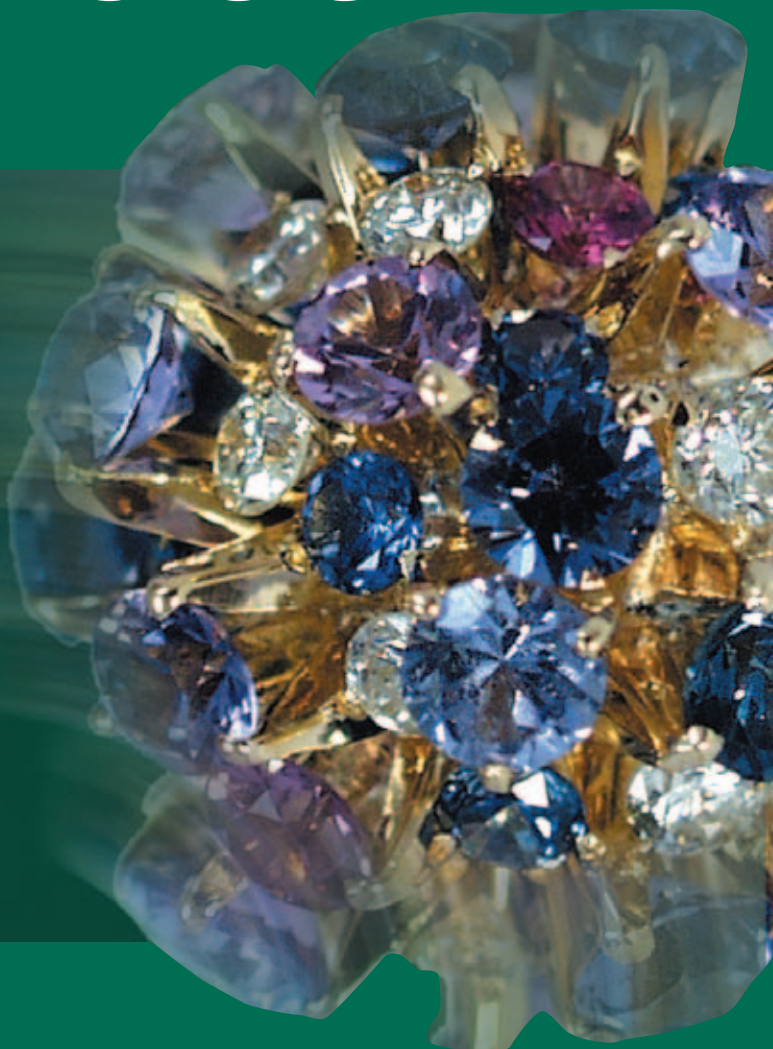
ЮВЕЛИРНАЯ РОССИЯ

1 – 5 февраля 2006

XIV Международная Отраслевая Ювелирная Выставка

JUNWEX
САМОЦВЕТЫ РОССИИ

ЛЕНЭКСПО, ГАВАНЬ
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ



Ювелирный Рынок Открытый Мозгу

НОВЫЙ
INTERNATIONAL
РУССКИЙ
JEWELLERY
СТИЛЬ
MOSCOW

17-20 мая 2006 г.
Москва, Гостиный двор

Совместно с Reed Exhibition

ЮВЕЛИР*
2006
ЛУЧШИЕ УКРАШЕНИЯ
РОССИИ

2 – 6 сентября 2006 г.
Москва, ВВЦ

РЕСТЭК
ВЫСТАВОЧНОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ
15 ЛЕТ С ВАМИ

197110, Санкт-Петербург
Петрозаводская ул., д.12
Internet: www.restec.ru

Телефон: (812) 320-80-99
Факс: (812) 320-80-90
E-mail: junwex@restec.ru

MESSE MÜNCHEN
INTERNATIONAL



Meet the market

17–20 февраля 2006, г. Мюнхен

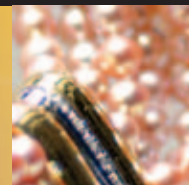
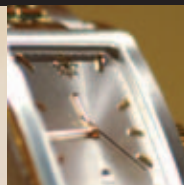
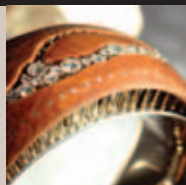
XXXIII Международная специализированная выставка часов, ювелирных изделий, драгоценных и полудрагоценных камней, жемчуга и технологий их исполнения.

Организатор:
Мессе Мюнхен ГмбХ

Информация:
Официальное представительство
Мессе Мюнхен ГмбХ в России
119017, г. Москва
1-й Казачий пер., д. 5
Тел: 095 234 49 50
Факс: 095 234 49 51
E-mail: kovalenko@izdw.ru

Выставка только для специалистов.

www.inhorgenta.com



inhorgenta
europe 2006

ufi
Approved
Event



BASELWORLD

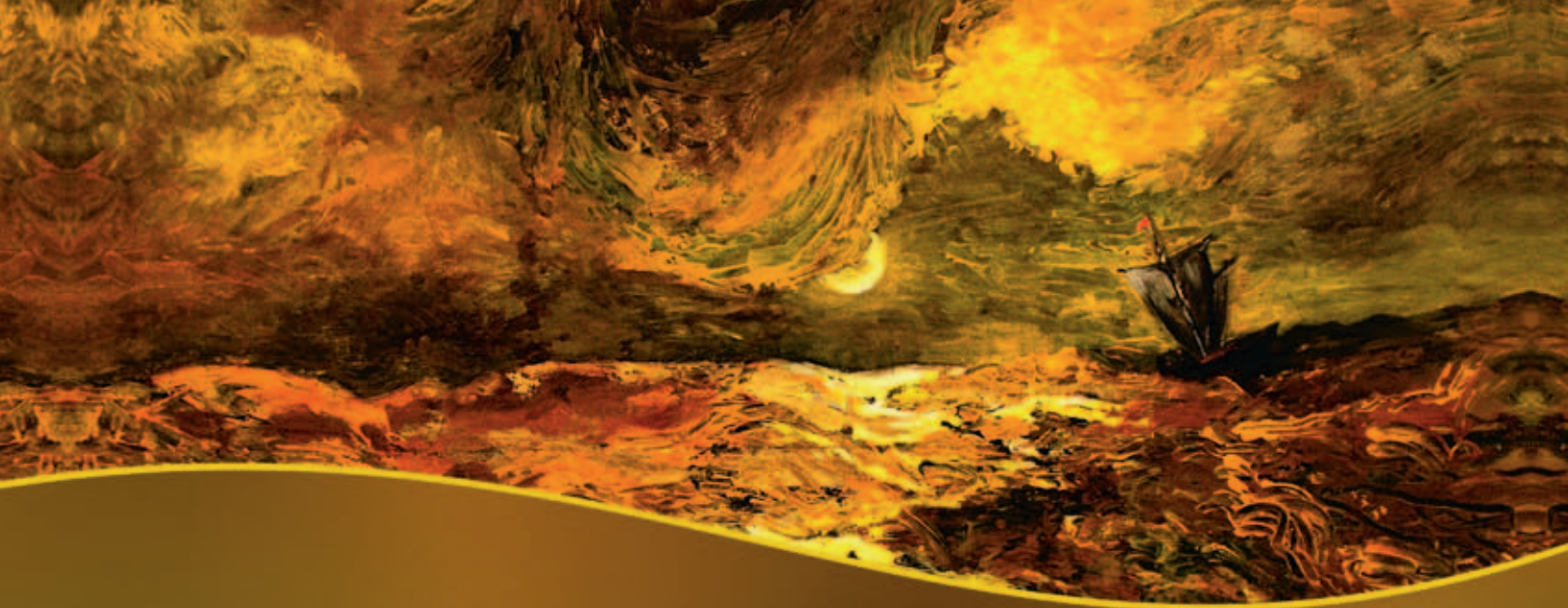
THE WATCH AND JEWELLERY SHOW
MARCH 30-APRIL 6, 2006

WHERE BUSINESS BEGINS
AND TRENDS ARE CREATED

"...MISSION CONTROL...MISSION CONTROL...
SUNRISE IN SPRING...DETECTION IN BASEL..."

2.200 EXHIBITORS...90.000 BUYERS...
2.300 JOURNALISTS...100 COUNTRIES..."

THE WORLD'S MOST EXCLUSIVE
WATCH AND JEWELLERY BRANDS..."



III Международная Балтийская
Выставка Ювелирных Изделий

“AMBER TRIP 2006”

10-13 марта

Вильнюс, Литва

AMBER TRIP

Ел. почта: info@ambertrip.com

Тел. +370 5 260 84 95

Факс. +370 5 260 84 97

www.ambertrip.com

**VII специализированная ювелирная
выставка**

Янтарь 2006



Балтики

13 - 15 АПРЕЛЯ КАЛИНИНГРАД

Янтарь: сырье, полуфабрикаты. Оборудование и технологии по переработке янтаря. Ювелирные изделия и сувениры. Художественные изделия из янтаря. Инклюзы. Предметы интерьера из янтаря. Продукты переработки янтаря и их применение в различных отраслях экономики. Драгоценные металлы. Самоцветы. Бриллианты. Часы. Бижутерия. Антиквариат. Дорогостоящие аксессуары. Аукцион.

Информационные
спонсоры



ЮВЕЛИРНОЕ
ОБОЗРЕНИЕ

ВЦ "Балтик-Экспо"
236006, г. Калининград, ул. Октябрьская, 3а
тел./факс: (0112) 36-10-01, 34-10-91, 34-10-95
e-mail: akvela@balticfair.kaliningrad.ru
www.balticfair.com

**МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА**

Ювелир-22



17-23 мая 2006 года

организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»

тел.: (095) 417-6765, 417-0185



Ювелир 2006

**48 МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА**

5-12 сентября 2006 года
организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел.: (095) 417-6765, 417-0185

Выставки

ИнтерЮвелир-2005

С 13 по 17 июля в ГК «Жемчужина» (Сочи) состоялась 5-я юбилейная Международная специализированная выставка-ярмарка «ИнтерЮвелир-2005», собравшая около 200 экспонентов из России и зарубежных стран (общая выставочная площадь — более 3500 кв. м).

Для многих из них участие в Сочинской выставке стало уже традиционным. За период работы выставку посетили свыше 12 000 человек (2000–2500 человек в день), 32% из которых составили специалисты отрасли.

Выставка проводилась при поддержке администрации г. Сочи, Пробирной Палаты России и Донской государственной инспекции пробирного надзора.

Одним из примечательных событий форума, наряду с проведением профессиональных семинаров по наиболее актуальным вопросам ювелирного бизнеса, стало учреждение Национальной премии в области индустрии моды в номинации «Ювелирное искусство». Об этом совместном решении Гильдии ювелиров России и оргкомитета Российского фестиваля моды «Бархатные сезоны в Сочи» сообщила в своем выступ-

лении генеральный продюсер фестиваля Людмила Иванова. Отныне «ИнтерЮвелир» станет местом отбора номинантов на эту престижную премию.

Лучшие образцы продукции предприятий-экспонентов участвовали в традиционном профессиональном конкурсе, проходившем в 9 номинациях. Победителями стали компании «Алмаз-Холдинг», ЮД «Екатеринбург», ЮЗ «Элит-Капитал» (Челябинск), МЮЗ «Элит», МЮЗ «Эталон-Дизайн», «Юмила» (Белгород), ювелирные мастерские из Краснодара, Ростова-на-Дону, Костромы, Якутии...

Праздничную атмосферу форума подчёркивали лотереи от спонсоров — производителей ювелирных изделий, которые проводились дважды в день в течение всей работы выставки. Многие сочинцы и гости города оказались в числе счастливых обладателей

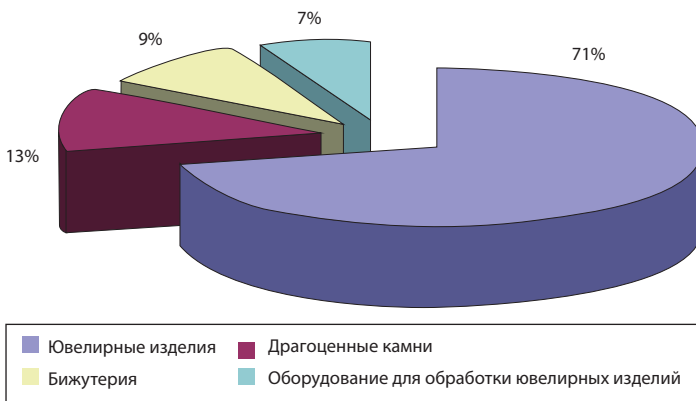
замечательных украшений от компаний «Сириус-А», «Золотой Дельфин», «Костромской ювелирный завод», «Андана», «Арт-Ювелир». Апогеем стал розыгрыш ценных призов и двух автомобилей от генерального спонсора лотереи — компании «Сириус-А» (Ростов-на-Дону).

В ходе работы выставки проводились различные статистические, социологические, маркетинговые исследования, подробные результаты которых организаторы любезно предоставили нам для публикации.

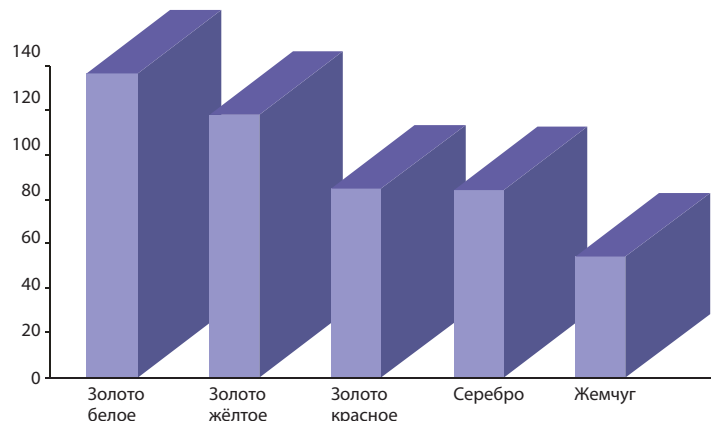
Анализируя сферы деятельности участников выставки, специалисты пришли к выводу, что основные доли приходятся на компании-производители (67%) и торговые предприятия (23%), занимающиеся продажей ювелирной продукции. Стабильное положение на рынке занимают компании — изготовители ювелирного оборудования. Заметно расширился круг фирм, занятых в сфере производства художественно-прикладных изделий, в частности коллекций православной тематики. Особое внимание посетителей привлекли выставочные стенды с коллекционным оружием.

Анкетирование участников показало, что большинство из них главной целью выставки считают поиск новых клиентов и партнёров; на втором месте — заключение договоров с оптовыми покупателями; затем — розничные продажи; продвижение товаров; изучение спроса; расширение рынка в ЮФО; и на последнем месте — имиджевое участие.

На вопрос «Какое количество потен-



Предпочтения посетителей





циальных клиентов посетили ваш стенд?» 42% участников ответили «более 100», 28% — «от 50 до 100», 19% — «от 30 до 50» и лишь 11% — «менее 30».

Среди посетителей форума максимальным спросом пользовались ювелирные изделия (71%), а также драгоценные камни (13%), бижутерия (9%), ювелирное оборудование (7%). Анкетирование посетителей показало, что по-прежнему основными потребителями отраслевой продукции, формирующими спрос, являются люди 30–40 лет со стабильным финансовым положением. Причём большинство из них пришли на

выставку с чётким намерением порадовать себя покупкой драгоценного украшения.

Результаты покупательских предпочтений оказались весьма неожиданными. Первую строку рейтинга заняло белое золото, затем места распределились таким образом: жёлтое золото, красное золото и серебро на одном уровне, жемчуг. Наиболее популярными были вставки из драгоценных камней (бриллиант, рубин, изумруд, сапфир); на втором месте — полудрагоценные камни (топаз, цитрин, фианит, аметист). А вот чётких покупательских предпочтений в дизайне не наблюдалось: практически одинаковым

спросом пользовались украшения, выполненные в классическом стиле (51%) и в стиле модерн (49%).

По ценовым аспектам продаж комментарии излишни: от 5000 руб. и выше — 41%; от 3000 до 5000 руб. — 38%; от 1000 до 3000 руб. — 21%.

Итак, выставка «ИнтерЮвелир-2005» состоялась, и можно смело утверждать, что этот форум занял прочное место в ряду крупных отраслевых событий. Как показали исследования, 78% участников планируют приехать в Сочи в следующем году, а оставшиеся 22% не исключают такой возможности.



Номинация «Дизайн de-Luxe». Гарнитур «Королева Света». Автор-исполнитель Сомов Г. В. Золото 750, бриллианты. Компания «Алмаз-Холдинг»



Номинация «Fashion junior». Серия ювелирных украшений с цветными камнями высокого качества. Коллектив Ювелирного дома КАДО, г. Москва



Номинация «Fashion design». Кольцо «Спутники любви». Коллектив компании «Рифеста», г. Екатеринбург



Номинация «Fashion design». Ожерелье «Жемчужная роса». Солдатов Виктор Евгеньевич, г. Краснодар



Номинация «Ювелирная пластика». Коллекция «Меланж». Часы с двумя циферблатами



Номинации «Fashion design». Комплект «Frau». Художник-дизайнер Тарасов Александр. Компания «Юмила», г. Белгород

Контроль и управление доступом СКУД в общих чертах

Васильев А. В.

«СТБ-Сервис», Санкт-Петербург, www.stb-service.ru

Современные системы контроля и управления доступом (СКУД) представляют собой программно-аппаратные комплексы и позволяют упорядочить доступ сотрудников и посетителей на объект в соответствии с их правами и графиком работы, ведя при этом строгий учет посещений. Это позволяет повысить общий уровень безопасности на ювелирном предприятии, обеспечить сохранность информации и материальных ценностей. Ниже мы попробуем разобраться и классифицировать последние разработки в этой области, встречающиеся на рынке систем безопасности, и понять, как работают системы, базирующиеся на них.

Системы контроля и управления доступом сегодня уже не роскошь. Для западных предприятий они давно стали корпоративным стандартом, где оборудование предприятия такими системами является непременным требованием страховых компаний. Сейчас данное оборудование находит всё более широкое применение и на российских предприятиях. Системы могут быть двух типов: автономная СКУД и сетевая. Часто при выборе СКУД клиент делает ошибку, устанавливая несколько автономных систем на одном предприятии. В отличие от сетевых систем автономные, как это следует из самого названия, предназначены для ограничения прохода без возможности управления и мониторинга событий с центрального поста управления. Когда на предприятии всего лишь один проход, применение автономных систем вполне допустимо. Но, как правило, на предпри-

ятии не одна дверь, и через некоторое время возникает потребность ограничить проход и через другие двери. Расширение СКУД по пути установки дополнительных автономных систем увеличивает затраты на эксплуатацию пропорционально числу систем и приводит к большому количеству ошибок программирования и, как следствие, сбоям в работе системы. В конце концов, при числе установленных автономных систем более трех—пяти предприятие бывает вынуждено переходить на сетевую СКУД, возможности которых несоизмеримо больше.

Самой простейшей системой автономных СКУД является обычный видеодомофон с управлением магнитным (или электромеханическим) замком входной двери с помощью автономного контроллера Proximity-карт или ключей Touch-методу. Как правило, такая система рассчитана на небольшой объект с ограниченным числом точек прохода и является дополнением к системе охранного телевидения. На таких системах мы останавливаться не будем.

Современные и более функциональные системы контроля и управления доступом способны решать гораздо более широкий спектр задач и имеют различные конфигурации: от простых, рассчитанных на одну дверь, до очень сложных, рассчитанных на обеспечение контроля и управления доступом крупных предприятий, банков и т. п.

Разрешение и регистрация прохода через точки прохода (двери, турникеты, шлагбаумы и т. п.) основаны на идентификации носите-

лей информации считывающими устройствами. Такими носителями могут выступать магнитные, штрих-кодовые или бесконтактные карты, радиобрелки, ключи на основе биометрии — т. е. любой уникальный идентификатор, который можно преобразовать в цифровую форму. Идентификаторы могут быть постоянными для сотрудников и временными для клиентов.

Хотелось бы чуть более подробно остановиться на относительно новом развивающемся направлении — ключах на основе биометрии. В большинстве случаев в роли ключей выступают отпечатки пальцев или изображение радужной оболочки глаза. До недавнего времени биометрические считыватели были баснословно дорогими по сравнению с традиционными, отличались малым быстродействием и низкой пропускной способностью. Но тем не менее являлись и являются наиболее надежными методами идентификации для особо важных объектов. Наиболее распространены следующие считыватели:

- по отпечатку пальца — рисунок отпечатка пальца вводится в компьютер и сравнивается с эталоном. Является одним из самых надежных и отработанных методов;
- по форме кисти руки — рисунок формы кисти руки вводится в компьютер и сравнивается с эталоном. Вероятность ошибки относительно высока, но является наиболее дешёвой системой, так как использует мало параметров;
- по рисунку сетчатки глаза — рисунок сетчатки глаза вводится в ПК и сравнивается с эталоном. Копию рисунка сетчатки глаза сделать невозможно (в отличие, например, от отпечатка пальца), но системы, которые базируются на данном методе идентификации, обладают низкой пропускной способностью из-за большого времени анализа и принятия решения;
- по голосу — пользователь повторяет предлагаемые ему случайным образом слова. Его речь вводится в ПК и обрабатывается. Система не очень удобна: не пропускает простуженных или взволнованных лиц и в основном используется в системах авторизации удалённого доступа к компьютерным сетям.

- по изображению лица — изображение лица посредством телекамеры вводится в компьютер и обрабатывается с использованием теории распознавания образов. Относительная простота реализации, удобство в эксплуатации, но низкая пропускная способность, возможность косметического изменения лица в соответствии с фотографией делает эту технологию на данный момент малоприменимой.

Точка прохода на предприятии может быть либо полностью контролируемой — установка двух считывателей, либо контролируемой только на вход или выход — установка считывателя только на проход в одну сторону, проход в другую осуществляется свободно или по кнопке. Считыватель представляет собой устройство, предназначенное для считывания информации с идентификатора и передачи этой информации в контроллер, где происходит её мгновенная обработка и фиксация. Таким образом, войти в помещение можно только с помощью носителей информации (идентификаторов) индивидуального пользования. Все факты предъявления носителей информации и связанные с ними действия фиксируются в специальном контроллере и могут сохраняться в компьютере.

На большинстве объектов можно выделить четыре основные точки контроля доступа: проходные, офисные помещения, помещения особой важности, и въезды/выезды автотранспорта.

На оборудованном месте могут устанавливаться специальный пульт и монитор, обладающие следующими возможностями: наблюдение на экране монитора любого подходящего к контролируемым дверям (при интеграции с видеосистемой или в едином интегрированном комплексе); возможность самостоятельно обратиться через переговорное устройство к подошедшему к входной двери; дистанционное управление открытием входных дверей.

Все системы контроля и управления доступом, администрирование которых происходит с персонального компьютера, позволяют расширить возможности при их эксплуатации. Появляются такие необходимые по современным требованиям функции, как возможность заносить или редактировать картотеку сотрудников (электронную базу данных), в которую заносится вся необходимая информация о сотрудниках, включая их фотографии или

формирование различных отчётов. Например, при формировании и получении отчета о наличии или отсутствии сотрудников на работе у вас появляются следующие возможности:

- практически мгновенно узнать, где конкретно находится сотрудник в данный момент;
- вести автоматический табель учёта рабочего времени по каждому сотруднику;
- вести автоматический табель учёта времени, которое находился ваш клиент по временному пропуску на предприятии с полной детализацией его маршрута практически за любой период времени;
- формирования временного графика прохода сотрудников, т. е. кто, куда и в какое время может ходить;

и многое, многое другое. То есть всегда существует возможность выполнить самые нестандартные пожелания владельца.

Как это работает

Ниже мы попробуем разобраться в алгоритме работы систем контроля и ограничения доступа с возможностями администрирования её на персональном компьютере на примере ювелирного салона.

Итак, каждый сотрудник, постоянный клиент или просто посетитель фирмы получает электронный ключ с содержащимся в нём индивидуальным кодом. Они выдаются при регистрации перечисленных лиц с помощью специального программного обеспечения, выполняющего роль бюро пропусков. В электронную карточку владельца заносятся: паспортные данные, фотография (видеоизображение с камеры, подключённой к компьютеру, или других источников) и другие необходимые сведения. Каждому ключу присваивается также определённый уровень доступа и временные зоны его действия (расписание) на контролируемой территории. Таким образом, каждый уникальный электронный ключ обретает своего владельца с информацией о его правах.

У входа в магазин или в подлежащее контролю помещение устанавливаются считыватели, считывающие информацию о правах доступа владельца электронного ключа и передающие эту информацию в контроллер системы.

При предъявлении ключа система на основе сопоставления информации о правах владельца и сложившейся ситуации принимает чёткое решение: контроллер открыва-

ет или блокирует двери (замки, турникеты). Возможно и выполнение каких-либо дополнительных действий, таких, как постановка помещения в режим охраны, включение исполнительных устройств (сигнал тревоги, включение/погашение освещения) и т. д.

Информация обо всех событиях, вызванных предъявлением ключей, может быть использована в дальнейшем для получения различных отчётов, анализа рабочего времени и нарушений трудовой дисциплины.

Таким образом, в зависимости от стоящей перед вами задачи вы можете выбрать соответствующую систему контроля и управления доступом. При выборе важно понимать, что система должна решать все текущие и будущие задачи по ограничению и контролю за перемещением людей на предприятии. В большинстве случаев через небольшое время после начала эксплуатации системы возникает потребность изменить её конфигурацию или расширить функциональные возможности. Часто бывает необходимо дополнительно организовывать проходные и автостоянки, устанавливать шлюзы и дополнительные считывающие устройства.

Итак, подведем небольшой итог.

Небольшая СКУД позволит предотвратить доступ нежелательных лиц, а сотрудникам точно указать те помещения, в которые они имеют право доступа.

Более сложная система позволит, помимо ограничения доступа, назначить каждому сотруднику индивидуальный временной график работы, сохранить и затем просмотреть информацию о событиях за день. Системы могут работать в автономном режиме и под управлением компьютера.

Комплексные СКУД позволяют решить вопросы безопасности и дисциплины, автоматизировать кадровый и бухгалтерский учёт, создать автоматизированное рабочее место охранника. Набор функций, выполняемых комплексными системами, даёт возможность использовать систему контроля для выполнения конкретных задач именно на вашем предприятии или объекте.

В заключение хочется отметить тот факт, что при использовании систем контроля и управления доступом в рамках единого интегрированного комплекса безопасности совместно с подсистемами аудиовидеорегистрации, селекторной связи, охранно-пожарной сигнализации и т. д. эффективность от её использования многократно возрастает.

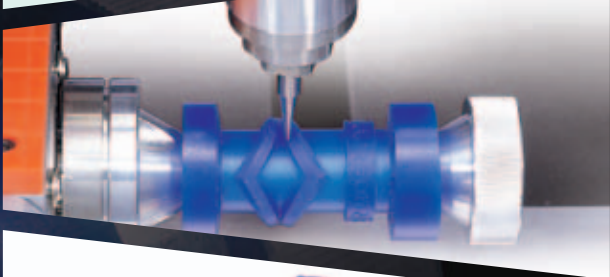




Машина для совершенствования ювелирного производства

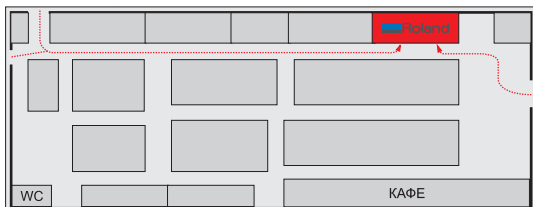
Roland JWX-10 - машина для производства ювелирных моделей. JWX-10 позволяет быстро и точно делать модели, легко изготавливать идентичные модели разных размеров, оперативно изменять дизайн изделий. JWX-10 позволяет сократить, время и стоимость изготовления ювелирных изделий не изменяя традиционный технологический процесс.

JWX-10



- Изготовление моделей колец удобно производится с использованием поворотной оси
- Возможность использовать модели, созданные в CAD системах
- Профессиональное программное обеспечение в комплекте
- Компактный размер - можно установить машину на рабочем столе
- Создание восковых моделей с высокой скоростью и точностью
- Доступная цена

Приглашаем вас посетить наш стенд на выставке "Ювелир-2005", расположенный в павильоне №11А в КВЦ "Сокольники" с 8 по 16 сентября 2005 года



Официальный представитель компании Roland - ООО "ВеМаТэк"
117545, Москва, ул. Дорожная, д. 3 корп. 6
Телефон: (095) 981-49-65
www.roland.ru
e-mail: mail@roland.ru

 **Roland**[®]
www.roland.ru

Как правильно выбрать весы и поставщика

Константин Андреев, компания «Специал-СП»

С точки зрения пользователя существует несколько явных преимуществ электронных весов перед механическими:

- наличие встроенных функций: тарирование, процентное взвешивание, многокомпонентное смешивание и проч., ведение протокола измерений через дополнительный принтер либо компьютер;
- существенно меньшее влияние оператора на процесс измерения и, как следствие, уменьшение ошибок измерения;
- возможность адаптации весов к внешним условиям;
- возможность измерения в различных единицах: грамм, карат, унция, тройская унция и т. д.;
- меньшие габариты для весов одного класса;
- удобство и простота использования.

Немного теории: в механических и электромеханических весах процесс взвешивания заключается в сравнении взвешиваемого груза с системой встроенных гирь и пружин, а также внешних гирь с помощью индикатора положения равновесия. Индикатор может быть как механическим стрелочным, так и цифровым.

В электронных весах процесс взвешивания заключается в процессе сравнения взвешиваемого груза и эталонного груза калибровки, значение которого записано в памяти электронного блока весов. Внутри весов находится датчик, определённым образом передающий сигнал о нагрузке на цифровой индикатор — дисплей. По принципу измерения электронные весы в основном бывают тензометрическими, электромагнитной компенсации или камертонными.

Несколько подробнее остановимся на особенностях механических и электронных весов, чтобы объяснить, почему электронные весы повсеместно заменяют традиционные механические.

Главное достоинство механических весов — невысокая цена. Однако если весами приходится пользоваться часто, то эксплуатационные расходы резко возрастают, а упомянутое достоинство, увы, исчезает. Недостатков же у механических весов намного больше.

Начнем с того, что у них имеются такие детали, как призмы и фиксирующие серьги. При большом объёме работы призмы быстро стачиваются. Раньше призмы изготавливались из натуральных камней (например, из агата), и процесс их изнашивания был достаточно длительным. В настоящее время призмы для весов изготавливаются из металла, и их замену нужно осуществлять каждые два года. Серьги же обладают неприятным свойством периодически слетать, а установить их на место довольно трудно.

Кроме того, механические весы обладают невысокой коррозионной стойкостью, поэтому после покупки рекомендуется производить их обработку специальным защитным составом — ведь при работе в лабораториях очень часто приходится иметь дело с агрессивными средами!

Процесс работы на механических весах достаточно трудоёмкий, а для самих весов требуется специализированное рабочее место. Например, для механических весов II или III класса точности необходимо обеспечить температуру воздуха в рабочем

помещении (20 ± 2)°C и принять меры по предохранению весов от сотрясений, случайных толчков и вибраций. Чаще всего это достигается путём капитального крепления к стене специальных кронштейнов для установки весов.

Считывание показаний со шкалы механических весов довольно затруднительно, так как требует при каждом взвешивании уравнивания системы рычагов и гирь, т. е. каждое взвешивание занимает значительно больше времени, чем на электронных весах.

Принцип действия электронных весов сводится к измерению силы, возникающей при нагружении платформы. Эта сила воздействует на измерительный датчик весов. Электрический сигнал с датчика обрабатывается электроникой, и результат выводится на дисплей. Используемые в весах датчики бывают разных видов, и это во многом определяет характеристики приборов.

Чаще всего производители используют тензометрические датчики, действие которых основано на преобразовании деформации упругих элементов в изменение электрического сопротивления. В качестве упругих элементов выступают металлические изделия специальной конструкции, а преобразователем служит высококачественная спираль из специального сплава — тензорезистор, особым способом приклеенный к упругому элементу. Данный тип датчиков наиболее широко распространён из-за своей простоты и дешевизны. К достоинствам весов на тензометрических датчиках следует отнести компактность и невысокую цену. К недостаткам — ограничение разрешающей способности: обычно лабораторные весы с тензометрическим датчиком не выше III класса точности (ГОСТ 24104-01), а также возможность износа упругого элемента при длительной эксплуатации.

Ещё один вид датчиков — камертонные. Конструкция их несколько сложнее: металлическая пластина в виде камертона соединена с платформой весов. С одной стороны к ней прикреплён генератор, а с другой приёмник колебаний. При нагрузке

ПРОИЗВОДСТВО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
ОБОРУДОВАНИЯ, АКСЕССУАРОВ
И РАСХОДНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ЮВЕЛИРОВ

ЮМО

Воски

инжекционные,
модельные для резки
и лепки

Флюорин

очистка золота, серебра
и драгоценных камней

Клей

ювелирный

Лаки

для гальваники

Эмали

для пескоструйной
обработки

Традиционно
лучший оригинальный
инструмент
и материалы:

A&F - Badeco - Bergeon - Busch
Carlo De Giorgi - Dedeco - Dialux
Dreher-Ferris-Fischer-Foredom-Grobet
Hatho - Hilderbrand - Hoben - J.Schmalz
JSP-SDSKerr-Maillefer-OMO-Presidium
Proxxon-Signity-SRS-Vallorbe-Wieland...



- отличные литьевые свойства
- высокая считываемость



- безопасен
- прекрасный результат

- хорошо обрабатываются
- легко совмещаются



- высокая химическая стойкость
- легко удаляется
- разные цвета



- оптически прозрачен
- оптимальное время фиксации

- высокая механическая стойкость
- легко удаляется



Санкт-Петербург: Кондратьевский пр., 13а,
тел.: (812) 542-66-21, (812) 542-35-70,
тел/факс: (812) 540-56-39,
e-mail: office@jmo.ru, www.jmo.ru

ЮМО-Урал, Екатеринбург:
Переходный переулок, г.10,
тел/факс: (3432) 60-45-67,
e-mail: jmo-ural@r66.ru

на платформу весов собственная частота колебаний камертона меняется, что регистрируется приёмником колебаний. Данные датчики распространены не так широко, как тензометрические. К их достоинствам можно отнести исключительную износостойкость и нечувствительность к перегрузкам, ударам и т. д. К недостаткам — более высокую цену и ограничение по разрешающей способности: лабораторные весы не выше II и III классов точности (ГОСТ 24104-01).

Наконец наиболее сложная конструкция — датчики электромагнитной компенсации. Принцип их работы заключается в компенсации нагрузки на платформу весов электромагнитной силой. Ток в электромагните, возрастающий пропорционально нагрузке, измеряется, и результаты выводятся на дисплей. Данный тип датчиков характеризуется самой высокой разрешающей способностью и высокой износостойкостью, так как компенсация происходит практически мгновенно и движения деталей механики весов почти не происходит. Практически все аналитические электронные весы I класса точности (ГОСТ 24104-01) изготавливаются на этом типе датчиков.

Электронные весы очень просты в работе. При соблюдении правил эксплуатации они служат исключительно долго. При этом требования к рабочему месту и окружающей среде значительно менее строгие, чем для механических весов:

- в принципе электронные весы могут использоваться в научных и производственных лабораториях, практически во всех отраслях промышленности, даже там, где отсутствуют источники сетевого питания (например, в экспедициях). Питание весов осуществляется от сети через АС-адаптер или от встраиваемого источника питания — аккумуляторов или батарей;
- большинство моделей, выпускаемых производителями, портативные, лёгкие и компактные;
- для разных моделей весов дискретность варьируется от 0,000001 г до 100 г, поэтому вы всегда сможете выбрать именно те весы, которые обеспечат максимальную эффективность их использования на вашем предприятии;

- к несомненным достоинствам электронных весов относится очень быстрое измерение веса. Так, время установления показаний на дисплее современных весов несколько секунд;

- несомненным достоинством электронных весов является наличие прикладных программ, позволяющих изменять единицы измерения веса, осуществлять подсчёт числа штук или деталей в партии, получать результаты измерения в процентах, определять среднюю массу нестабильного образца, составлять рецептуру смеси, измерять плотность образцов и т. д. Например, счётный режим осуществляет подсчёт числа изделий, имеющих одинаковую массу. Предположим, что потребителю необходимо определённое число каких-либо мелких деталей: гвоздей, болтов, гаек, пуговиц, таблеток. На подсчёт их вручную затрачивается слишком много времени. Современные весы позволят вам осуществить эту операцию в считанные секунды.

Лабораторные весы находят широкое применение в фармакологии, медицине, в химических лабораториях, на предприятиях военно-промышленного комплекса. Процентный режим обеспечивает измерение веса компонентов в процентах по отношению к образцу, взятому за 100%. Это необходимо для приготовления каких-либо смесей разных исходных компонентов. Например для приготовления какого-нибудь сложного лекарства. Ведь в большинстве рецептов указывается процентное содержание ингредиентов. Чтобы не тратить времени на сложные математические расчёты, можно воспользоваться весами, имеющими процентный режим. Работать на таких весах очень просто. Вес необходимого лекарства принимаем за 100%, нажимаем клавишу процента составляющих и получаем вес исходных ингредиентов в граммах.

В России представлены весы многих зарубежных производителей. Наиболее известные из них: Shimadzu (Япония), Sartorius (Германия) и Mettler Toledo (Швейцария) — лидеры производства весоизмерительной техники. Далее идут «Ohaus» (Швейцария), A&D (Япония), CAS (Корея) и другие — производители второго эшелона.

В линейках продукции различных производителей есть модели с аналогичными метрологическими характеристиками, однако разброс по цене составляет в среднем 50–60%, но может отличаться и в разы. Разница цен обусловлена многими факторами:

- производитель: чем известнее фирма, тем дороже весы. Например, весы Mettler Toledo и Sartorius при несомненно высоком качестве достаточно дороги, и японские Shimadzu при не худшем качестве существенно выигрывают в цене;
- наличие в конкретной модели весов встроенной гири для калибровки — наиболее удобная функция (так как при отсутствии таковой необходимо приобрести гирю внешней соответствующего класса точности);
- наличие в конкретной модели весов различных сервисных функций, возможность использовать в составе весов устройство для определения плотности жидкостей и твёрдых тел;
- наличие встроенного интерфейса и программного обеспечения для связи с компьютером.

Кроме этих факторов, существенно также, является ли продавец весов официальным дилером компании-производителя или нет. Вы можете купить весы через многих посредников, что скажется на цене. Очень привлекательная цена часто обусловлена контрабандным или частным ввозом весов в РФ, в этом случае гарантия (как бы вас ни уверяли в обратном) и техническое сопровождение этой покупки окажется под большим вопросом.

Если фирма, в которую вы обратились, достаточно серьёзна, она обязательно:

- торгует по ценам, не превышающим рекомендованных производителем (это очень легко проверить);
- обязательно имеет в своем штате специалистов по техническим и метрологическим характеристикам весов, которые помогут вам разобраться с многообразием моделей, не пытаясь при этом продать самую дорогую;
- имеет ремонтную базу на территории РФ и необходимых технических специалистов.



Его стоит увидеть!

Первый на российском рынке
безокулярный стереомикроскоп

**КУПИТЕ MANTIS НА ВЫСТАВКЕ
И ПОЛУЧИТЕ СКИДКУ!**



ЗАО Предприятие ОСТЕК – авторизованный дистрибьютор

MANTIS

- Удобство проведения сложных ювелирных работ (художественные, пайка, закрепка и др.)
- Низкая утомляемость и высокая концентрация внимания
- Максимальная свобода движения при работе
- Бестеневое освещение с белым светом и идеальной цветопередачей (в проходящем и отраженном свете)
- Возможность УФ подсветки
- Четкие по краям, трехмерные изображения с высоким разрешением
- Большая глубина резкости и поле обзора

Vision
Mantis

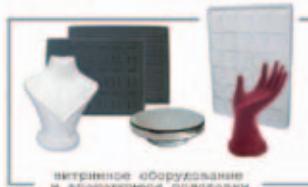
Производитель: www.visioneng.com/ru
Vision Engineering Ltd. www.newmantis.com

Посетите стенды дилеров на ювелирных выставках в Гостином дворе и в Сокольниках:

Ардос
Галерея Штейнберг
Клад
Клио

Лассо
Рута
Ювелитта
Юмо

Закажите на сайте
www.gallery-st.com
и получите в вашем городе!



Москва Вадковский пер., 18а, 8-910-422-9910
(095) 225-30-44 (многоканальный)

Санкт-Петербург Дельцовский пр., 12, оф. 601
(812) 920-5390, 334-5404

Юва ул. Горького, 8, ком. 39
(044) 244-5103, (097) 696-1815, (097) 383-5026

Кострома 8-910-803-1010

**ГАЛЕРЕЯ
ШТЕЙНБЕРГ**
www.gallery-st.com



ООО «АЛЕКСАНДР»

9 лет на ювелирном рынке.

Упаковка для ювелирных изделий,
витринное оборудование



Санкт-Петербург, Лиговский пр., 200, тел.: (812) 320-94-26
e-mail: alrost@inbox.ru

Безокулярные стереомикроскопы

Наталья Шадская

Natalia.Shadskaya@ostec-smt.ru

За три последних столетия «мелковидение» (с латинского *microscopium*; *microscopus* — микроскоп) сильно изменило наше представление об окружающем мире. И с каждым годом эта область науки помогает открывать всё новые горизонты. Наиболее значительными техническими разработками, повлиявшими на развитие микроскопии века минувшего, стали микроскопы электронные и микроскопы оптические безокулярные, позволяющие наблюдать объект, рассматривая его через один большой объектив без лишнего напряжения.



Стереувеличитель Mantis

Основным недостатком традиционных окулярных микроскопов всегда была сложность совмещения центра каждого глаза с центрами окуляров, при котором объект постоянно ускользает из поля зрения.

Одна из ведущих компаний в области микроскопии Vision Engineering в 1970 г. начала эксперименты с проекционными системами, которые должны были освободить операторов, работающих на микроскопах, от ограничений окуляров. Одной из первых таких систем стал стереувеличитель Mantis, который с тех пор несколько раз модернизировался и теперь является наиболее продаваемой системой в мире, пользующейся огромной популярностью и в России. Подобные стереувеличители стали настоящим бестселлером.

Операторы бинокулярных микроскопов испытывают гораздо большее напряжение и дискомфорт по сравнению с операторами стереувеличителей. Об этом свидетельствуют и статистические данные независимых исследований в области оптики. В частности, при 8-часовом рабочем дне эффективность труда сотрудника, использующего обычный бинокулярный микроскоп, к середине рабочего дня снижается примерно на 20% (т. е. оператор не замечает около 20% дефектов), а к концу рабочего дня — примерно на 30%. В аналогичных условиях эффективность этого же сотрудника, использующего стереомикроскоп Mantis снижается примерно на 5% к середине дня и на 10% — к окончанию работы.

Безокулярная технология позволяет избежать целого ряда проблем, возникающих при использовании других оптических систем. Кроме того, именно эти приборы с расширенным полем обзора дают возможность держать объект в поле зрения оператора в течение всего цикла работ.

Стереувеличители объединяют в себе лёгкость наблюдения настольной линзы с высоким разрешением микроскопа. Но настольная линза (например, Lixo) имеет ограничения по увеличению и разрешению, а окулярные микроскопы достаточно трудоёмки в использовании. Стереувеличители же создают чёткие по краям, 3-раз-

Соната

Торговая ювелирная фирма

192148, Санкт-Петербург
ул. Седова, 15, оф. 402
Тел./факс: (812) 567-2379
567-8863
e-mail: a_shishkov@aport.ru

КОСТРОМА ЮВЕЛИР

Предприятие специализируется на производстве ювелирных изделий с драгоценными камнями. Опыт костромской ювелирной школы в сочетании с современными технологиями производства позволяют создать как классические изделия, так и эксклюзивные украшения по Вашему вкусу. За 10 лет работы мы зарекомендовали себя как надёжный партнёр для представителей многих регионов России. Будем искренне рады сотрудничеству.

КОСТРОМАЮВЕЛИР, ООО
156001, г. Кострома,
ул. Московская, д.51
тел./факс: (0942) 33-24-21;
33-24-41; 33-29-52
kostromajewellir@yandex.ru
tat-korobova@yandex.ru

«ЮВЕЛИТА»

СОЗВЕЗДИЕ САЛОНОВ

В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

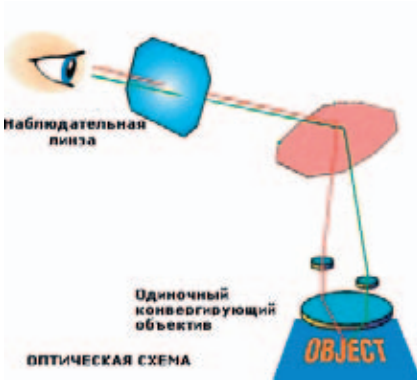
«ЮВЕЛИНА», В.О., 6-я линия, д. 27, м. «Василеостровская»
«ЮВЕЛИТА», ул. Марата, д. 4, м. «Маяковская»
«ЮВЕЛИНИЙ», ул. Восстания, д. 55, м. «пл. Восстания»
«ЮВЕЛИЯ», В.О., ул. Железнодорожная, д. 68, м. «Приморская»
тел. (812) 323-33-61

Контур-Центр

классический выбор

- * Витринное оборудование для ювелирных магазинов со склада и на заказ (собственного производства)
- * Ювелирная упаковка
- * Ювелирная косметика
- * Аксессуары для ювелирной торговли

Тел./ факс: (095) 933-73-25
121170, Москва, Хуторский проезд 36, стр. 3, подъезд 2
e-mail: contur-centr@narod.ru, http://www.contur-centr.narod.ru



Оптическая схема Mantis



Семейство Mantis



Стереувеличитель Mantis на универсальном штативе



Стереувеличитель Mantis на настольном штативе

мерные изображения и дают большое поле обзора, что обеспечивает максимальный комфорт наблюдения. Стереоизображение достигается путём проецирования изображения контролируемого объекта отдельно для каждого глаза через две независимые линзы. Далее полученное изображение объединяется на интегрирующей линзе. В итоге появляется возможность видеть объект не только сверху в плоскости, а как бы наблюдать его ещё и с торцов, просто немного поворачивая голову слева направо, ни на минуту не теряя объект из поля зрения.

Эффективный контроль объектов и проведение различных работ обеспечивают:

1. чёткое по краям стереоизображение с высокой разрешающей способностью;
2. большую глубину резкости;

3. идеальную цветопередачу;
4. широкое поле обзора;
5. бестеневое регулируемое освещение с белым светом (в проходящем и отражённом свете);
6. УФ-подсветку;
7. низкую утомляемость и максимальную свободу движения оператора;
8. большой диапазон увеличений от 4 до 20.

В ювелирной промышленности стереувеличитель Mantis можно использовать как для визуальной инспекции камней, так и для проведения сложных ювелирных работ: закрепки камней, пайки изделий, художественных работ и т. д. Все эти операции легко проводить за счёт большого рабочего расстояния от объектива до объекта. Подобные оптические приборы незаменимы для реше-

ния сложных задач, требующих идеального качества изображения при непрерывной работе. Новое поколение стереувеличителей объединяет в себе передовые оптические разработки, современный дизайн и идеальное освещение.

Семейство MANTIS

Область применения стереувеличителей Mantis обширна: от ювелирной промышленности и точного машиностроения до медицины. В ювелирной промышленности основными направлениями применения стереувеличителей являются:

1. диагностика драгоценных камней;
2. оценка огранки драгоценных камней;
3. выполнение закрепки камней и сложных сборочных операций;
4. выполнение сложных художественных работ;
5. пайка;
6. обнаружение дефектов ювелирных изделий и контроль качества.

Практика показывает, что предприятия, единожды купившие безокулярную систему, продолжают оснащать ею все свои производственные участки. Работа со стереувеличителем Mantis позволяет специалисту, полностью концентрируя внимание на своих действиях, повысить качество выполняемых операций. Отличные технические характеристики и высокая эффективность делают стереувеличитель идеальным оптическим прибором для производителей ювелирных произведений искусства, заботящихся об уменьшении технологических потерь, совершенствовании качества и эстетического облика своей продукции.

О технических характеристиках стереувеличителей речь пойдет в следующем выпуске журнала. Продолжение следует...


SIGNITY[®]

Elements of Beauty



Signity Star

Блеск SIGNITY – сияние звезд



Звезды всегда манили человека. Сияние этих далеких светил очаровывает и увлекает. В каждом камне SIGNITY Star таится звезда, подтверждающая его высокое качество. Бриллиантовый блеск SIGNITY – это блеск звезд – чарующий и не оставляющий равнодушным.

Подробную информацию Вы найдете на сайте www.signity.com. Используйте его как источник вдохновения и новых идей.

Блеск очарования

SIGNITY «старскоп» — посетите внутренний мир камня

В магазинах, где представлены ювелирные изделия с камнями SIGNITY Star, отмечен рост продаж: бриллиантовый блеск камней



очаровывает покупателей. С помощью микроскопа «старскоп» SIGNITY раскрывается тайна блеска. Увлекательное путешествие внутрь камня, которое предлагает совершить «старскоп», никого не оставляет равнодушным.

Получите бесплатно дисплей SIGNITY

Дисплей SIGNITY поможет объяснить покупателю причину бриллиантового блеска фианитов SIGNITY Star, применяемых в ювелирных изделиях партнеров SIGNITY. Вы в числе первых получите новости акции SIGNITY и бесплатные POS материалы для повышения продаж изделий с камнями SIGNITY Star.

Заинтересованы? Закажите бесплатный дисплей прямо сейчас:

Российская Федерация:

Кристалит Корп.
а/я 4, 111116, Москва
Телефон (095) 981 05 55
starscope@crystalit.net

Украина:

Телефон 8 800 50 168 50
(звонки бесплатные по всей Украине)
starscope@crystalit.net

Спешите,
количество
дисплеев
ограничено

В ювелирном салоне «Плаза» (г. Нижний Новгород) успех и увеличение продаж во многом связывают с тем, что покупателям демонстрируется, чем обусловлено высокое качество камней. Помогает в этом «старскоп» SIGNITY. Восьмиконечная звезда, которую видно в «старскоп», лучше любых слов говорит о качестве камней SIGNITY. Она интригует и очаровывает, потому что только в камнях идеальной огранки можно увидеть восьмиконечную звезду. Бриллиантовый блеск SIGNITY — это сияние звезд.

Концентрация блеска

Сверкающий блеск камней является первым показателем качества. Именно поэтому его ищут покупатели. Как Вы могли заметить, появляется все больше и больше ювелирных изделий, снабженных ярлычками качества SIGNITY Star. С их помощью ведущие производители сообщают покупателям о бриллиантовом блеске камней в их изделиях. Сгруппировав эти ювелирные шедевры на одной витрине и правильным образом установив освещение, Вы добьетесь максимальной концентрации блеска. Камни SIGNITY «заиграют» волшебным светом и ни один покупатель не сможет пройти мимо. Специальный дисплей способствует еще большему росту продаж. Он наглядно объ-



Компания SIGNITY®
всемирно известный эксперт

Швейцарская компания SIGNITY — это совместное предприятие мировых лидеров Swarovski и Gola. Компания является ведущим поставщиком точно ограненных камней для ювелирной отрасли. Гордость компании — натуральные и искусственные камни, Cubic Zirconia и альпиниты SIGNITY — результат 200-летнего совместного опыта прецизионной огранки. Использование собственной современной технологии позволяет компании SIGNITY устанавливать и следовать самым строгим мировым стандартам пропорций, полировки, размера и формы.

яняет, чем обусловлено идеальное качество огранки SIGNITY. Получите дисплей бесплатно, расположите его рядом с витриной, и эффект концентрации максимального блеска не заставит себя ждать.

Встречайте новые коллекции с камнями SIGNITY

«Алмаз Холдинг», «Ювелиры Урала», Московский ювелирный завод «Элит» — эти компании сделали свой выбор в пользу камней SIGNITY. Уже сейчас Вы можете заказать у этих производителей ювелирные изделия с камнями SIGNITY Star. Встречайте новые, эксклюзивные по исполнению, но доступные по цене модели с камнями SIGNITY Star: бесцветными круглыми фианитами, искусственно выращенными корундом и шпинелью необычных цветов и огранок. Ждите оригинальные коллекции от известных производителей — партнеров SIGNITY, таких как: «Эстет», «Ювелирный Дом», «Киевский Ювелирный Завод». Все компании-партнеры SIGNITY представлены в нашем каталоге, который выйдет этой осенью.

«Покупатели не проходят мимо изделий с камнями SIGNITY — проверено»

Генеральный директор ювелирного салона «Плаза» (г. Нижний Новгород),
Тельнова Ирина



SIGNITY®

Elements of Beauty

BULLNHEIMER & CO

GmbH & Co. KG

Import · Export · Großhandel · Fabrikation

Bullnheimer & Co. GmbH & Co. KG
Im Tal 12, D-86179 Augsburg
Postbox 211148, D-86171 Augsburg
phone: +49 821 80850-0, fax: +49 821 80850-90
e-mail: info@bullnheimer.de; http://www.bullnheimer.de

КОМПАКТНАЯ ЛИТЕЙНАЯ УСТАНОВКА

- ▶ центробежная литейная установка для получения разнообразных заготовок, производимых способом литья
- ▶ малые затраты материала

на восковой конус

- ▶ возможно переоборудование установки на опоки различной высоты
- ▶ метод литья основан на запатентованном процессе производителя Ti-Research
- ▶ установка компактна и проста в использовании
- ▶ работа на установке отвечает всем нормам техники безопасности
- ▶ установка соответствует современным техническим стандартам (имеет все сертификаты соответствия)

■ **ВОЗМОЖНО
ПРИБРЕТЕНИЕ
У НАШИХ ДИЛЕРОВ:
КОМПАНИЙ**

СЮТ, САПФИР

■ **СПРАШИВАЙТЕ
НАШ РЕКЛАМНЫЙ
ПРОСПЕКТ!**

■ КОМПАКТНАЯ ЛИТЕЙНАЯ УСТАНОВКА

Габаритные размеры: диаметр 170 мм, высота 270/320 мм

Масса: 8,5 кг

Напряжение питания: 230 Вольт и 115 Вольт

Рабочая частота: 50 Гц и 60 Гц

Потребительная мощность: 30 Вт и 40 Вт

Кол-во оборотов: 930/ 850 об/мин

Соответствующая комплектация позволяет моментальный запуск установки в работу.

Номер для заказа: 5629.1010-00

■ МАТЕРИАЛ ДЛЯ МОДЕЛИРОВАНИЯ:

NoWax Start-up Kit от производителя Ti-Research

Номер для заказа: 5629.000

- ▶ Материал для моделирования различных видов и твердости.
- ▶ Этот эластичный материал идеален для создания различных форм и конфигураций.
- ▶ При отверждении No-Wax меняет цвет и затем отлично поддается обработке фрезеровкой, расточке или шлифовке. После обработки материал может снова многократно подвергаться термическому упрочению. Корректировки модели с легкостью выполняются с помощью специального клея.
- ▶ NoWax гарантированно не дает усадки и полностью выгорает не оставляя зольных остатков.

№ ДЛЯ ЗАКАЗА	ОБОЗНАЧЕНИЕ	КОЛ-ВО
5629.301	НАКАТАННАЯ ПЛАСТИНА 0,35 ММ	1 ЛИСТ
5629.303	НАКАТАННАЯ ПЛАСТИНА 0,55 ММ	1 ЛИСТ
5629.305	НАКАТАННАЯ ПЛАСТИНА 0,75 ММ	1 ЛИСТ
5629.403	ПОЛОСА ПОЛУКРУГЛАЯ 1,7 X 5,0 X 140 ММ, 6 ШТ В ЛИСТЕ	1 ЛИСТ
5629.406	ПОЛОСА ПОЛУКРУГЛАЯ 2,2 X 1,2 X 140 ММ, 6 ШТ В ЛИСТЕ	1 ЛИСТ
5629.501	КЛЕЙ BOND (NOWAX) В ТЮБИКЕ	5 Г
5629.504	ИЗОЛЯЦИОННАЯ ЖИДКОСТЬ F	30 МЛ
5629.505	МАТЕРИАЛ ДЛЯ МОДЕЛИРОВАНИЯ NOWAX, МЯГКИЙ	10 Г

■ ЛАМПА ТЕРМИЧЕСКОГО ОТВЕРЖДЕНИЯ

NoWax, № по кат.: 5629.500

- Ⓜ 4 люминесцентные лампы на 36 Вт
- Ⓜ регулятор переключения на 5 мин., 10 мин. и на режим без ограничения времени
- Ⓜ простота при замене ламп
- Ⓜ оптимальное освещение деталей



NEW

Перспективы изготовления отливок из драгоценных сплавов методом биметаллического литья

Сергей Черныш, главный металлург Киевского ювелирного завода
Евгений Иванкович, главный технолог Белоцерковского ювелирного завода

При изготовлении современных ювелирных изделий для передачи художественного замысла часто требуется изготавливать изделие из нескольких частей, как правило, из драгоценных сплавов разных цветов и оттенков. Решением проблемы может стать биметаллическое литьё. Существует несколько методов производства биметалла: совместная прокатка двух разнородных сплавов, гальваническое покрытие, металлизация и наконец заливка элементов изделия из одного металла сплавом другого состава.

Известны два основных метода получения биметаллических отливок: последовательная заливка двух разных сплавов в одну и ту же форму и заливка расплавленным металлом заранее изготовленных частей изделия. Более прост в осуществлении и поэтому более широко применяется в промышленности второй метод.

В настоящее время отливки, изготовленные из двух и более различных по составу сплавов, называют биметаллическими, двухслойными, армированными или комбинированными. Несмотря на значительное сходство этих терминов, при пользовании ими всё же нужно учитывать некоторые специфические особенности каждого из них.

Комбинированной отливкой целесообразно называть изделие, одна часть (изго-

товленная литьём, ковкой, прокатом и т. д.) которого залита сплавом другого состава, причём между частями изделия имеется только механическая связь при помощи пазов, выступов или отверстий.

Изделие с залитыми внутрь металлическими стержнями (для образования каналов), механически зажатými закристаллизовавшимся металлом, можно назвать армированной отливкой.

Если литое изделие состоит из двух или более частей (из сплавов различного химического состава), соединённых между собой металлической связью, то его целесообразнее называть биметаллической отливкой.

Встречающийся в литературе термин «двухслойная отливка» означает то же, что и понятие «биметаллическая отливка», эти термины могут применяться как равнозначные.

История биметаллических отливок

Возможность соединения различных металлических сплавов в одном изделии была известна человеку несколько тысячелетий назад; раскопки древних поселений дают нам удивительные примеры древнего литейного искусства.

Первые комбинированные литые изделия, найденные при раскопках в европейских странах, относятся ко второму тысячелетию до н. э.

Раскопки показывают, что первоначально литьё производилось в открытые формы, выдолбленные в камне или вылепленные из глины. Несколько позже появились разъёмные формы, состоящие из двух и более частей; примерно в это же время был найден способ получения отливок с внутренними полостями, получаемыми с помощью стержней из обожжённой глины и других материалов. Конфигурация найденных при раскопках отливок и расположение литников показывают, что многие из них были отлиты в глиняных формах, изготовленных по выплавляемым восковым моделям.

Материалом для изготовления комбинированных отливок в то время служили медь и бронза с различным содержанием олова, сурьмы и серебра. Ввиду того, что ещё не были найдены способы обработки изделий путём снятия стружки, литейщики того времени стремились изготавливать восковые модели и формы как можно тщательней, чтобы для отливок не требовалось значительной обработки.

Современное производство биметаллических отливок

С развитием промышленного производства возникла новая потребность в биметаллических отливках, определились более высокие требования к их качеству и соответственно с этим началась разработка процессов изготовления литого биметалла.

Существенное значение в развитии применения биметаллического литья имеет производство так называемых армированных отливок. Этим методом получают сложные замкнутые внутренние полости, криволинейные внутренние каналы, резьбовые отверстия и т. п.

Из общих физико-химических и термодинамических представлений следует, что процесс возникновения связи между частями биметаллической отливки состоит из нескольких связанных между собой стадий:

1. смачивания поверхности твердого металла расплавом;
2. растворения и взаимной диффузии (если она возможна по диаграмме состояния) на



Всё для ювелиров



*Рута. Профессиональная
поддержка*

г. Екатеринбург, ул. Посадская, д. 23
Тел.: (343) 212 56 56, 234 61 89
Факс: (343) 212 58 68
E-mail: info@ruta.ru

г. Москва, ул. Нагатинская, д. 10
Тел.: (095) 730 14 12, 111 00 01, 111 00 06
Факс: (095) 111 01 52
E-mail: moscow@ruta.ru

бесплатная горячая линия для заказов
8-800-200-RUTA (7882)

техническую возможность дозвона обеспечивает ОАО "РОСТЕЛЕКОМ"

www.ruta.ru

границе раздела твёрдого металла и расплава;

3) кристаллизации расплава.

Физико-химическая природа процессов смачивания

Для возникновения сцепления между частями биметаллической отливки необходимо прежде всего, чтобы атомы расплавленного металла вступили в непосредственный контакт с поверхностными атомами твёрдого металла, т. е. чтобы произошло смачивание.

В соответствии со вторым законом термодинамики расплав способен самопроизвольно смачивать поверхность твёрдого металла лишь в том случае, если этот процесс будет сопровождаться уменьшением свободной энергии системы. Если величина сил взаимодействия между атомами расплава и твёрдого металла больше сил притяжения между соседними атомами расплава, то процесс смачивания будет протекать с выделением тепла, т. е. с уменьшением свободной энергии системы, а следовательно, смачивание будет хорошим. Факт выделения тепла при смачивании, свидетельствующий о происходящем при этом энергетическом взаимодействии атомов твёрдого тела и жидкости, был ещё в начале прошлого столетия экспериментально установлен М. Пауле.

Растекание расплава по поверхности твёрдого металла

В непосредственной связи со смачиванием находится растекание металлического рас-

плава по поверхности твёрдого металла; чем лучше расплав смачивает твёрдую поверхность, тем лучше он растекается по ней.

Экспериментально растекание определяется площадью, занимаемой каплей расплава, растёкшейся по поверхности твёрдого металла, и выражается в квадратных сантиметрах. Это понятие, таким образом, является величиной относительной, зависящей от первоначального объёма капли расплава а также от жидкотекучести расплава (в том случае, если растекание происходит при температуре ниже точки начала кристаллизации (точка ликвидуса). Наиболее сильно влияние жидкотекучести проявляется у расплавов, кристаллизующихся в широком интервале температур. Заметное влияние на растекаемость оказывает сила тяжести расплава, а также наличие на поверхности его прочной окисной плёнки. Под влиянием перечисленных причин растекаемость при низких температурах зависит от состава жидкого сплава; при более высоком перегреве расплава выше температуры ликвидуса эта зависимость исчезает.

Критерием растекаемости в физической химии считается так называемый коэффициент растекания, значение которого можно вывести из соотношения величин работ адгезии и когезии.

Поверхностное натяжение металлических расплавов

Свободная энергия поверхности вещества определяется силами межатомных свя-

зей. Учитывая, что эти силы весьма высоки, можно ожидать наличия у жидких металлов больших значений поверхностных натяжений. Действительно, поверхностное натяжение металлических расплавов значительно выше, чем у расплавленных окислов и солей, и на целый порядок больше, чем у органических жидкостей.

Исследованием поверхностного натяжения различных жидкостей занимаются очень давно. Подробно эти вопросы изложены М. К. Адамом.

Теория методов измерения поверхностного натяжения металлических расплавов и конструкция применяемой для этой цели аппаратуры подробно описаны В. К. Семенченко, Л. Л. Куниным.

Наличие теории и методики эксперимента дало возможность изучить поверхностное натяжение расплавов всех наиболее широко применяемых в технике чистых металлов.

Величина поверхностного натяжения, как и многие другие физико-химические свойства простых веществ, в том числе металлов, находится в периодической зависимости от атомного номера элемента (рис. 1) и уменьшается с увеличением атомного объёма (рис 2).

Поверхностное натяжение на границе «твёрдый металл — расплав»

Непосредственное измерение величины межфазного поверхностного натяжения на границе раздела твёрдый металл — расплав очень затруднительно. Сравнительно достоверные в первом приближении результаты

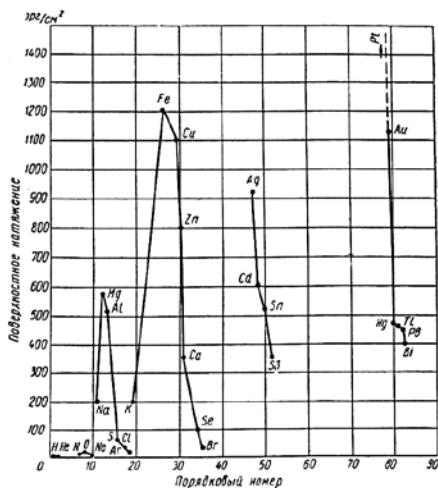


Рис. 1. Зависимость поверхностного натяжения от атомного номера элемента

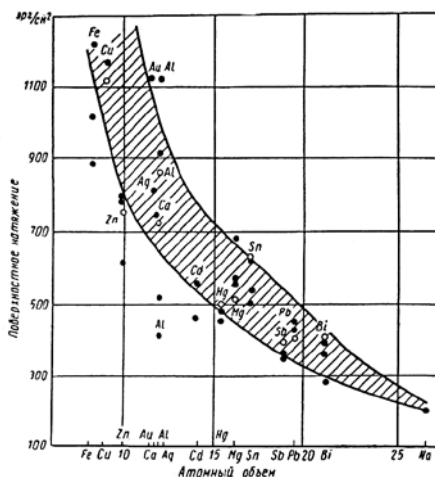


Рис. 2. Зависимость поверхностного натяжения от атомного объема элемента

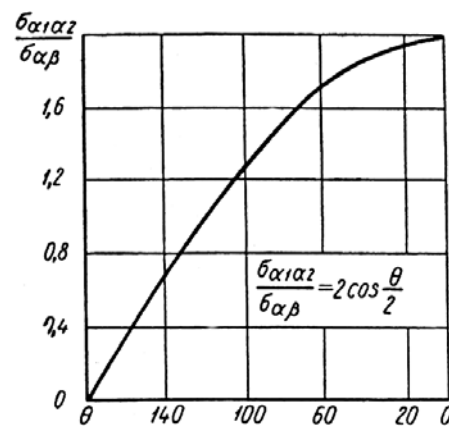


Рис. 3. Определение межфазного поверхностного натяжения: зависимость краевого угла θ от отношения поверхностных натяжений двух фаз



ВАЛЬЦЫ ЭЛЕКТРОМЕХАНИЧЕСКИЕ CHINETTI, Италия

Вальцы электромеханические напольные LM100 CHINETTI двухсторонние (220 V)

Диаметр валов (мм) - 55
Рабочая длина валов (мм) - 100
Максимальная толщина проката (мм) - 14
Ширина ручьев - 1,0 - 6,5 мм
Скорость прокатки (об/мин) - 18
Номинальное напряжение сети (В) - 220
Габаритные размеры: ДхШхВ (мм) - 730x350x1200
Вес (кг) - 210

Цена _____ 162 850 р.

Вальцы электромеханические напольные LM120 CHINETTI двухсторонние (380 V)

Диаметр валов (мм) - 65
Рабочая длина валов (мм) - 120
Максимальная толщина проката (мм) - 16
Ширина ручьев (мм) - 1,0 - 8,0
Скорость прокатки (об/мин) - 18...36
Номинальное напряжение сети (В) - 380
Габаритные размеры: ДхШхВ (мм) - 730x350x1300
Вес (кг) - 230

Цена _____ 203 100 р.

Вальцы электромеханические напольные LM160 CHINETTI двухсторонние (380 V)

Диаметр валов (мм) - 90
Рабочая длина валов (мм) - 160
Максимальная толщина проката (мм) - 28
Ширина ручьев (мм) - 1,0 - 9,0
Скорость прокатки (об/мин) - 18...36
Номинальное напряжение сети (В) - 380
Габаритные размеры: ДхШхВ (мм) - 1020x380x1460
Вес (кг) - 480

Цена _____ 395 800 р.



На все цены для владельцев дисконтных карт фирмы «Сапфир» распространяются накопительные скидки до **16%**



Интернет-магазин: www.sapphire.ru

Москва, М Текстильщики, тел.: (095) 739-4311, e-mail: info@sapphire.ru

Москва, М Полежаевская, тел.: (095) 508-6665, e-mail: mag3@sapphire.ru

Москва, М Щелковская, тел.: (095) 163-0361, e-mail: mag1@sapphire.ru

даёт предложенный К. Смитом метод измерения на микрошлифах углов пересечения граней кристаллов различных фаз.

Если два различно ориентированных кристалла одной фазы α_1 и α_2 встречаются с кристаллом другой фазы β , то для равновесных условий векторная сумма поверхностных натяжений трех кристаллов, соприкасающихся в точке 0, будет равна нулю. Графически эта зависимость изображается кривой (рис. 3).

Измерив на микрошлифе большое количество углов в стыках кристаллов, можно методами математической статистики определить истинную величину угла θ , по нему вычислить искомое значение $\sigma_{\alpha_1\alpha_2}/\sigma_{\beta} = 2\cos(\theta/2)$, а затем, если известно одно из поверхностных натяжений, определить второе.

Прочность связи в биметаллических отливках

Систематическое изучение физической природы связи в биметаллических отливках начато в 1970-х годах и рассматривается не во всех литературных источниках. Многие авторы, которые всё же касаются этого вопроса, обычно считают, что для получения надёжного соединения необходимо образование на границе между соприкасающимися металлами сплошной равномерной диффузионной зоны.

Анализ современных представлений о механизме связей в поликристаллических металлах даёт достаточные основания высказать положение о возможности возникновения металлических связей при изготовлении биметаллических отливок без обязательного образования промежуточной зоны интерметаллических соединений. Выяснение правильности или ошибочности этого положения имеет большое практическое значение, поскольку от этого зависит направление поисков оптимальных параметров технологического процесса производства биметаллических отливок.

Связи между двумя металлами в биметаллической отливке по своей природе весьма сходны с межкристаллическими связями в многофазных сплавах. Поэтому прочность сцепления в обоих случаях должна подчиняться одним и тем же законам.

Актуальность биметаллического способа изготовления отливок в ювелирном производстве

Внедрение биметаллического литья в процесс изготовления ювелирных изделий внесёт множество положительных результатов, начиная от экономических показателей производства и заканчивая повышением уровня эстетического вида изделий из сплавов драгоценных металлов.

С внедрением в ювелирное производство литья биметаллических отливок удастся решить множество конструктивных и технологических проблем, например:

1. увеличить прочность отдельных частей отливки;
2. получить изделия сложной конфигурации, изготовление которых простой заливкой в форму невозможно;
3. получить отливки со сложными внутренними полостями и криволинейными полостями без применения стержней;
4. соединить несколько деталей в единый узел без сборки;
5. облегчить последующую механическую обработку изделия путём заливки предварительно обработанных вставок;
6. повысить качество отливок за счёт регулирования направленности кристаллизации при помощи вставок;
7. уменьшить расход дорогих ювелирных припоев;
8. уменьшить трудоёмкость изготовления изделия за счёт исключения операций приготовления припоев и сборки изделия посредством пайки либо сварки.

Попытки изготовления биметаллов с участием драгоценных металлов известны более 200 лет.

Плакирование нейзильбера с двух сторон золотом использовали для изготовления украшений.

Принцип производства плакированной золотом заготовки одинаков независимо от металла основы. Заготовку с подслоем из припоя зажимают между двумя стальными пластинами и нагревают в печи до точки плавления припоя. После охлаждения заготовку деформируют с промежуточными отжигами до нужных размеров.

В настоящее время плакирование металлов производят на широкой промышленной основе, в больших количествах и

на современных высокопроизводительных установках.

При производстве и применении многослойных металлов стремятся использовать лучшие качества отдельных металлов в различных сочетаниях, придавая таким образом получаемому биметаллу новое качество, которое не может быть получено в монолитном металле.

Ниже приведены свойства, сочетания которых в монолитных металлах трудно, а иногда невозможно достичь, но которые могут быть получены у многослойных материалов: минимальные стоимость и масса, необходимые механические свойства и сопротивление износу, сопротивление коррозии и электрической эрозии, термическое расширение, способность к пайке, максимальные электропроводность и теплопроводность.

Как следует из этого, речь идёт не только о технических свойствах, но и об экономических преимуществах, которые всегда имеют большое значение для производства.

Многочисленные бесспорные преимущества, которыми обладают биметаллические отливки, дают возможность ожидать дальнейшего широкого развития их производства. Однако необходимо решать проблему получения надёжного сцепления между соединяемыми частями. Решение этой проблемы зависит прежде всего от правильного понимания физико-химической природы связи в биметаллических отливках и механизмов процессов, приводящих к её образованию.

Опубликованные до настоящего времени работы посвящены в основном армированным отливкам с механической связью. В некоторых работах, касающихся отливок с «металлургической» (точнее, металлической) связью, обычно указывается на необходимость получения так называемого диффузионного соединения. Однако систематизированных теоретических или экспериментальных данных о физико-химической природе процессов, происходящих при образовании литого биметалла, совершенно недостаточно. Поэтому целью моей предстоящей исследовательской работы считаю объяснение на основе физико-химических и термодинамических представлений процесса возникновения связи между частями биметаллической отливки из сплавов драгоценных металлов.



Компания ООО «Современные Ювелирные Технологии»



- ▶ Центробежно-дисковые финишные станки компании OTEC серии CF18, CF18EL позволяют сделать Ваше ювелирное производство максимально эффективным, получать большие объёмы готовой продукции со стабильно высоким качеством и существенно снизить процент ручного труда при массовом изготовлении ювелирных изделий.
- ▶ Специалисты компании обладают достаточным опытом настройки технологической цепочки отливка+финишный станок, а также осуществляют гарантийное и послегарантийное обслуживание установок.
- ▶ Всегда в наличии на складе расходные материалы для процессов отливки, непрерывного литья и финишной обработки драгоценных металлов.
- ▶ По желанию заказчика возможна организация выездных семинаров по ознакомлению персонала компаний с методикой процесса отливки, финишной обработки и вопросам, связанным с извлечением драгоценных металлов после обработки изделий в центробежно-дисковых финишных станках.



Дисковый финишный станок Eco-Maxi



Драг-финишный станок DF 35



Аппарат для точечной сварки PUK 111



Фурнитура и аксессуары для ювелирных изделий



Цифровые мини-студии для макросъемки ювелирных изделий. **Фотографировать стало ещё проще!**



ООО «Современные Ювелирные Технологии»

Россия, 197374,
Санкт-Петербург,
ул. Оптиков, д. 4
E-mail: ajt ltd@mail.ru
info@otecru.com
www.otecru.com
Тел./Факс: +7-812-718-76-02

ЭЛЕКТРОХИМИЧЕСКОЕ ПОЛИРОВАНИЕ И ГЛАНЦЕВАНИЕ ПОВЕРХНОСТИ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИМПУЛЬСНЫХ ТОКОВ — ТЕХНОЛОГИЯ ЗАВТРАШНЕГО ДНЯ

С. И. Галанин, заведующий кафедрой технологии художественной обработки материалов Костромского государственного технологического университета, доктор технических наук, профессор, М. В. Сорокина, заместитель генерального директора ОАО «Костромской ювелирный завод», А. Ю. Токмаков, главный инженер ОАО «Костромской ювелирный завод»

Возрастающая конкуренция среди производителей ювелирных изделий требует постоянного удешевления производства и повышения качества продукции. Непрерывно совершенствующиеся технологии и оборудования позволяют по-новому взглянуть на давно уже известные процессы обработки, которые ранее не были широко распространены по различным причинам. К одним из них относится электрохимическое полирование (ЭХП) поверхности заготовок и изделий из сплавов золота.

ЭХП — один из наиболее прогрессивных процессов металлообработки, несмотря на то что используется на протяжении много десятилетий. Объясняется это рядом существенных преимуществ по сравнению с механическим полированием с применением свободного или связанного абразива:

- возможность обработки деталей и изделий конфигурации любой сложности;
- возможность получения зеркальной поверхности;
- устранение в процессе обработки некондиционного поверхностного слоя и оста-

точных напряжений, что улучшает физико-механические свойства при поверхности;

- малая продолжительность процесса полирования (от десятков секунд до нескольких минут);
 - практически полное отсутствие ручного труда;
 - получение отходов обработки в ионном виде, удобном для последующей регенерации, что особенно важно при обработке драгоценных и дорогостоящих металлов и сплавов;
 - возможность обработки вязких металлов и сплавов (например, платины), обработка которых традиционными способами затруднена или является дорогостоящей.
- Традиционно ЭХП производится в анодном режиме в растворах кислот и щелочей с различными неорганическими и органическими добавками при подогреве до температуры 60–70°C. Недостатком ЭХП является зависимость режимов обработки и составов электролита от обрабатываемого сплава. При промышленном использовании ЭХП возникают определенные проблемы:

- применение электролитов при повышенных температурах вызывает значительную экологическую нагрузку на окружающую среду;
- встраивание ЭХП в существующий технологический процесс требует согласования с ним предварительных операций обработки поверхности во избежание брака и нежелательных эффектов, связанных со вскрытием приповерхностных литевых пор и механических повреждений, которые как бы «замазываются» на предварительных операциях механической подготовки поверхности к финишным операциям.

Промышленное ЭХП ювелирных сплавов золота в настоящее время отработано лишь в цианистых электролитах, которые являются дорогостоящими, ядовитыми и требуют утилизации. Нельзя использовать ЭХП на постоянном токе в качестве финишной операции, так как качество получаемой поверхности не удовлетворяет современным требованиям. Необходимость совершенствования процесса ЭХП с целью устранения указанных недостатков и расширения его технологических возможностей привело нас к необходимости использования импульсных токов прямоугольной формы длительностью в диапазоне $(0,1 - 3,0) \cdot 10^{-3}$ с.

Согласно теории высокое качество полированной поверхности достигается, когда скорости анодного растворения и пассивации поверхности соизмеримы и высоки. При этом обеспечивается ускоренное растворение активированных микровыступов анодной поверхности по сравнению с пассивированными микровпадинами, что в результате приводит к сглаживанию микронеровностей. Наши исследования показали, что эти процессы растянуты во времени, развиваются в микро- и миллисекундном диапазоне, причём с различной динамикой. Поэтому, варьируя амплитудой и длительностью импульсов тока в этом временном диапазоне, можно сформировать оптимальные условия полирования поверхности. Выбором длительности паузы между импульсами эти условия поддерживаются в течение обработки. Необходимо отметить, что для каждой пары «анодный материал — электролит определённого состава»



КЛИО

ПРЕДЛАГАЕТ ОДНУ ИЗ ЛУЧШИХ ФОРМОВОЧНЫХ
МАСС ФИРМЫ "RANSOM & RANDOLPH"



ВЫБОР ОЧЕВИДЕН!

ФОРМОВАССА:
для СЕРЕБРА - 999 рублей,
для ЗОЛОТА - 1099 рублей

г. Москва, Ленинский пр-т, д.6, тел. +7 095 237 3996, 237 4842, 237 6349, факс: +7 095 236 9456
г. Кострома, ул. Индустриальная, д. 37, тел./факс: (0942) 411 201, 344 233
<http://www.kliogem.ru>, e-mail: kliogem@dataforce.net



Установка для электрохимического полирования поверхности ювелирных изделий биполярными импульсами тока

скорости развития процессов разные, отличаются и амплитудно-временные параметры импульсов тока (амплитудная плотность тока, длительность импульса, длительность паузы между импульсами), обеспечивающие наивысшую скорость сглаживания микронеровностей поверхности.

Импульсный ток по сравнению с постоянным позволяет:

- обеспечить большую технологичность ЭХП за счёт сглаживания высоты микронеровностей поверхности в более широких диапазонах изменения условий процесса;
- осуществлять полирование в электролитах простых составов без органических добавок, что удешевляет и упрощает процесс;
- проводить ЭХП с большей эффективностью, при которой скорость сглаживания микронеровностей обрабатываемой поверхности, отнесённая к общему съёму металла, значительно возрастает;
- проводить ЭХП в холодных электролитах (20–40°C), что снижает экологическую нагрузку на окружающую среду, затраты электроэнергии и улучшает условия труда обслуживающего персонала.

В Костромском государственном технологическом университете разработаны высокопроизводительные технологические процессы финишного и промежуточного электрохимического полирования и глянцевого полирования ряда машиностроительных и ювелирных сплавов, внедрённые на ювелирных предприятиях г. Костромы, пос.

Красное-на-Волге, г. Казани и защищённые патентами РФ. Разработано соответствующее оборудование (см. рис. 1) с использованием современной элементной базы. Процессы осуществляются как при использовании униполярных, так и биполярных импульсов тока регулируемых амплитудно-временных параметров.

Любой технологический процесс, особенно экспериментальный, требует существенных усилий по адаптации его к условиям конкретного производства. Нами проводятся исследования в условиях ОАО «Костромской ювелирный завод» с целью демонстрации эффективности ЭХП импульсными токами по сравнению с полированием ручным и на ротационно-дисковых машинах (РДМ) и определения для него наиболее эффективного места в технологической цепочке производства ювелирных изделий.

Образцы из сплава ЗлСрМ 58,5-8 изготавливались литьём по выплавляемым моделям. Использованная лигатура исключает операцию электрохимического удаления обогащённого золотом поверхностного слоя с отливок. Форма их поверхности позволяет контролировать различия в качестве полирования участков, которые неравнодоступны для абразивного материала и полируются неодинаково вручную и при использовании РДМ. Для этого на образце совмещены параллелепипед и три каста.

Поверхность образцов предварительно обрабатывалась различно:

- механически ручным инструментом (надфиль № 4) до микрошероховатости поверхности $R_z = 0,84 \cdot 10^{-6}$ м;
- механически связанным абразивом (наждачной бумагой № 320) до $R_z = 0,59 \cdot 10^{-6}$ м;
- поверхность после литья предварительной обработке не подвергалась ($R_z = 0,3 \cdot 10^{-6}$ м).

Полирование осуществлялось в электролите (тиокарбамид и кислота серная) на униполярных и биполярных импульсах до стабилизации значения микрошероховатости поверхности, то есть до тех пор, пока высота микронеровностей ещё уменьшалась. В процессе обработки контролировалась микрошероховатость (по R_z), отражательная способность (блеск) поверхности и масса образцов. Эффективность процесса ЭХП при различных условиях обработки $\lambda_{ЭФ}$ определялась как отношение высоты растворившихся микровыступов к массе растворившегося слоя металла. Чем больше значение $\lambda_{ЭФ}$, тем эффективнее сглаживание. Если изменение отражательной способности характеризует полирующие свойства электролита, то относительное сглаживание в сочетании с $\lambda_{ЭФ}$ характеризует электролит и режим электролиза с точки зрения сглаживающей способности и технологичности.

Не все изделия одинаково технологичны по полируемости разными способами. Систематизация ювелирных изделий по критерию пригодности к финишной обработке с помощью РДМ позволяет разбить их на три

группы: легко-, средне- и труднообрабатываемые на указанных машинах.

Первая группа — изделия простой формы типа «обручальное кольцо» или им подобные, часто специально проектируемые под турбогалтовочные финишные операции. Эти изделия на 90–100% не требуют дополирования.

Вторая группа — изделия, в 50% случаев требующие дополирования труднодоступных мест после обработки на РДМ. Например, не прополировываются внутренняя сторона шинки, небольшие поднутрения, участки на оборотной стороне изделий возле выгнутого ранта.

Третья группа — изделия, имеющие поднутрения, сложные касты, сканные вставки, сквозные отверстия (в них забивается абразив), а также тонкие протяжённые, легкодеформируемые детали. Эти изделия требуют либо более 50% ручного дополирования после галтования, либо вообще к нему не пригодны из-за возможности деформирования.

Для изделий второй и третьей группы возможно и весьма эффективно использовать ЭХП в качестве промежуточной или финишной операции.

Исследования показали следующее.

1. При ЭХП невозможно производить одновременное шлифование и полирование поверхности, то есть бесконечно уменьшать её шероховатость в процессе обработки. В результате ЭХП улучшается отражательная способность (блеск) поверхности, даже если она не полностью «выглажена», то есть удаляются микронеровности на макронеровной поверхности.

2. ЭХП можно применять в качестве финишной операции при изготовлении изделий при обеспечении следующих условий:

- после литья и предварительной механической обработки перед ЭХП микрошероховатость поверхности не должна превышать $R_z = 0,3 \cdot 10^{-6}$ м для обеспечения конечной микрошероховатости $R_z = 0,01 \cdot 10^{-6}$ м после ЭХП;
- качество литья должно обеспечивать отсутствие большого количества пор на поверхности, что возможно при использовании современного литейного оборудования и строгом соблюдении технологических рекомендаций.

3. ЭХП можно использовать в качестве промежуточной операции после литья по

выплавляемым моделям (при обеспечении высокого качества отливок) с последующим приданием глянца в РДМ. При этом в результате ЭХП придаётся достаточный блеск (отражательная способность) труднодоступным местам на поверхности изделий, не обрабатываемых с помощью РДМ.

4. При высоком качестве литья касты при дальнейших монтажных операциях можно не обрабатывать, так как они доводятся до нужной кондиции в результате ЭХП. Форма и размер кастов при этом сохраняется, в отличие от обработки на РДМ.

5. Финишной обработке (придание окончательного глянца) можно подвергать изделия с каменными вставками (бриллианты, фианиты и др.). Выпадения камней не происходит в связи с незначительным съёмом металла на этой операции.

6. Биполярный режим ЭХП значительно эффективнее униполярного (в два раза быстрее происходит сглаживание микронеровностей и почти в два раза меньше относительный съём металла), однако и стоимость генератора биполярных импульсов по сравнению с униполярным больше.

SIRO-LASERTEC

ЛАЗЕРНЫЕ СИСТЕМЫ

Компания Siro-Lasertec — в течение 10 лет ведущий разработчик лазерных систем (объём продаж — 300 установок в год) — предлагает широкий спектр импульсных сварочных лазеров различной мощности (0,05–120 Дж) для сварки золота, серебра, платины, титана, стальных и различных композитных сплавов, а также лазеры для гравировки и маркировки изделий из различных металлов, их сплавов и искусственных материалов. В любое время вы можете получить исчерпывающую информацию по применению той или иной установки именно на вашем производстве, обучению персонала, техническому обслуживанию и ремонту.

Сварочные системы и сферы их применения (SL35T; ALC 35; ALO 35; ALS 35S; SL 50 Thunder; SL 50P Thunderstorm; SL 75 Tornado; SL 75P Hurricane) :

- современная высокотехнологичная заправка камней
- монтаж деталей из разных сплавов без гипса и проволоки
- исправление дефектов литья (подварка пор, непроливов)
- ремонт ювелирных изделий с камнями, не раскрепляя их
- сварка различной фурнитуры, напр. замков с пружиной
- сварка филигранны, полых, тонких, массивных цепей
- создание и ремонт штифтовых соединений на браслетах
- ремонт антикварных изделий
- ремонт оправ очков (в т. ч. из титана) и т. п.
- удаление гравировок (на кольцах, крышках часов)
- заварка слишком больших сверленных отверстий



Лазеры для гравировки и маркировки изделий (Nautilus; Firescan):

- глубокая гравировка на наружной поверхности кольца, кулона, медали и т. п.
- сложная сегментная гравировка на кольцах
- чёрная гравировка на наружной и внутренней поверхности колец
- нанесение узоров на полые изделия (напр., серьги 0,2 мм)
- гравировки на задней стороне корпуса часов
- изготовление штампов
- нанесение логотипов, названия бренда на крупные и мелкие детали
- клеймение (для пробирных инспекций)
- любые надписи и фото на визитках и табличках из металлов и искусственных материалов



Авторизованный продавец лазерных систем компании Siro-Lasertec в России компания «АТЛАНТА»
 Санкт-Петербург, тел.: +7 812 115-34-73, факс: (812) 328-05-51,
 e-mail: n_atlanta@skylink.spb.ru, na@russianjeweller.ru

В компании «АТЛАНТА» вы также можете приобрести любую фурнитуру и полуфабрикаты ювелирных изделий с вашим товарным знаком и без, а также именную и стандартную упаковку



Эксклюзивный дистрибьютер
лигатур ALPHA-PLUS в России

ALPHA PLUS
METALLE + LEGIERUNGEN

Россия 191180, Санкт-Петербург,
Наб. Реки Фонтанки, дом 90, корп. 1, пом. 015.
Тел. +7(812)7124630, факс +7(812)7124095.
E-mail: info@clad.ru www.clad.ru

Лигатуры ALPHA-PLUS : "Качество приносит прибыль!"



- Лигатуры ALPHA-PLUS для ювелирных сплавов золота, платины, палладия, серебра всех цветов и проб
- Производства Германии на базе фирмы "WIELAND Dental+Technik"- жесточайший контроль качества.
- Все преимущества немецких лигатур +Know-how - комплекс микродобавок измельчающих зерно, надежно защищающих от окисления
- Исключение операции анодного травления после литья
- Снижение трудоемкости финишных операций
- Особый нарядный блеск изделий
- Снижение потерь драгметаллов
- Постоянным Клиентам скидка -10%, отсрочка платежа (по договоренности)
- Доставка по всей России не более 4-х дней
- Технологическая поддержка по всем вопросам литья
- Всегда на складе
- Обучение "литью с камнями"
- Выбор и поставка оборудования, расходных материалов и инструмента
- Ежегодное снижение цен

www.clad.ru



JEWELLERNET.RU

РУССКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ СЕТЬ

ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ АГЕНТСТВО

Подписка

Бланк заявки на редакционную подписку

Я подписываюсь:

- 4 номера журнала «Русский Ювелир» 472 руб.
- 8 номеров журнала «Русский Ювелир» 944 руб.

Цена действительна только на территории РФ при оформлении редакционной подписки до 31.12.2005 г.

Подписка оплачивается в рублях. В цену включена доставка.

* Доставка почтой осуществляется ФГУП «Почта России». ООО «Русский Ювелир» не несёт ответственности за сроки прохождения корреспонденции.

А также на журнал можно подписаться в почтовых отделениях.

Индекс в каталоге «Роспечать»

46528

По вопросам доставки журнала обращаться в ЗАО «Аргументы и Факты. Экспресс-Сервис» Москва, ул. Можайский вал, д. 86, тел. (095) 240-57-27, 240-57-28

<p>Извещение</p>	<p>СБЕРБАНК РОССИИ Форма № ПД - 4сб (налог) <small>Основан в 1841 году</small> Наименование получателя платежа: _____ ООО "Русский ювелир" Налоговый орган*: ИНН 7801106570 Код ОКАТО: 40263561000 Номер счета получателя платежа: 40702810055050131387 Наименование банка: Северо-Западный банк Сбербанка РФ, ПОСБ №1879 БИК: 044030653 КОРСЧЕТ: 30101810500000000653 Наименование платежа: подписка за 2006 год на журнал "Русский ювелир" *или иной государственный орган исполнительной власти</p>
<p>Квитанция Кассир</p>	<p>Форма № ПД - 4сб (налог) Наименование получателя платежа: _____ ООО "Русский ювелир" Налоговый орган*: ИНН 7801106570 Код ОКАТО: 40263561000 Номер счета получателя платежа: 40702810055050131387 Наименование банка: Северо-Западный банк Сбербанка РФ, ПОСБ №1879 БИК: 044030653 КОРСЧЕТ: 30101810500000000653 Наименование платежа: подписка за 2006 год на журнал "Русский ювелир" *или иной государственный орган исполнительной власти</p>

<p>Плательщик (Ф. И. О.) _____ _____ Получатель _____ Адрес доставки: индекс: _____ область: _____ город: _____ улица: _____ дом: _____ корп.: _____ квартира (офис): _____ Контактный телефон: _____ Сумма к уплате: 944-00 рубля в т.ч. НДС 18% Плательщик (подпись): _____ Дата: _____ Просим выслать копию квитанции в редакцию по факсу (812) 327-7565/66</p>	
<p>Плательщик (Ф. И. О.) _____ _____ Получатель _____ Адрес доставки: индекс: _____ область: _____ город: _____ улица: _____ дом: _____ корп.: _____ квартира (офис): _____ Контактный телефон: _____ Сумма к уплате: 944-00 рубля в т.ч. НДС 18% Плательщик (подпись): _____ Дата: _____ Просим выслать копию квитанции в редакцию по факсу (812) 327-7565/66</p>	



St. Petersburg

«ГРИНГОР»

ЮВЕЛИРНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ • САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

193124, Россия, С.-Петербург, пл. Растрелли, 2

Мода проходит —
драгоценное вечно



Тел.: (812) 271-99-45
Факс: (812) 274-15-38

Дни рождения

Татьяна Фаберже

Татьяна Федоровна Фаберже, правнучка Карла Фаберже. Ее дед, Агафон Фаберже (1876–1951), работал в составе фирмы в 1895–1916 гг., с 1898 года хранитель Бриллиантовой комнаты Зимнего дворца, эксперт Ссудной казны, в 1922–1923 гг. член комиссии по описанию Российского алмазного фонда, эксперт Гохрана.

Татьяна родилась в Женеве, окончила гимназию, училась дизайну в Париже, работала со своим отцом, ювелиром Федором Агафоновичем Фаберже, является автором дизайна более 600 ювелирных изделий.

В 1957–1995 гг. — руководитель секре-

тариата Европейского института ядерных исследований. Автор публикаций: «История фирмы Фаберже» (1992), «Императорские пасхальные яйца фирмы Фаберже» (1997 и 2000), «Фаберже и петербургские ювелиры» (1997), «Петербург Карла Фаберже» (2004) и многочисленных статей. Почетный председатель Международного мемориального Фонда Карла Фаберже, хранитель архива Фаберже, единственный представитель семьи Фаберже, поставившая себе целью жизни мемориализацию памяти Карла Фаберже.

В июле 2005 года Татьяна Федоровна Фаберже посетила Санкт-Петербург. Вме-

сте с исполнительным директором фирмы «Юнилевер» (обладателя товарного знака Фаберже). Она посетила ювелирный завод «Альфа».

Фирма «Альфа» — продолжатель дела и традиций Карла Фаберже. Маленькие пасхальные яйца от «Альфы» продавались на выставке «Фаберже» в г. Вилмингтон (США, 2000). Сейчас компания готовится к юбилею — 100-летию петербургского пробирного знака «альфа» для ювелирных изделий (март 2008 года)

Г-жа Татьяна Фаберже согласилась принять участие в юбилейных мероприятиях завода «Альфа».



Дни рождения

Поздравляем!

СЕНТЯБРЬ

- 1 сентября Шачнева Светлана, администратор баз данных, «Русский Ювелир»
- 4 сентября Симонов Василий Анатольевич, генеральный директор, «Сувениры Балтики»
- 11 сентября Горыня Александр Сергеевич, генеральный директор, ООО «ГринГор»
- 12 сентября Кондрашов Георгий Валерьевич, генеральный директор компании «Рута»
- 15 сентября Пилюшина Светлана Анатольевна, первый заместитель главного редактора, журнал «Русский Ювелир»
- 21 сентября Слатин Александр Борисович, коммерческий директор, ПЮЗ «Красная Пресня»
- 22 сентября Иванюк Александр Григорьевич, генеральный директор, МЗОСС
- 24 сентября Дризин Геннадий Михайлович, генеральный директор, ООО «СевЗапЮвелирпром»
- 24 сентября Платонов Александр Александрович, генеральный директор, ЭДЕМ
- 26 сентября Владимир Васильевич, ЮМО
- 27 сентября Миронова Ольга, генеральный директор РИА «Росювелирэксперт»
- 27 сентября Кузьмин Сергей Владимирович, генеральный директор, страховая компания «Мегарусс-Д»
- 30 сентября Аитов Александр Иванович, управляющий производством, «Чорон Даймонд»
-
- 1 сентября ЗАО ПКФ «Сапфир»
- 2 сентября ООО «Арина», фирма
- 18 сентября «Соната», фирма
- А также Марию Игошину, компания «Лассо»!



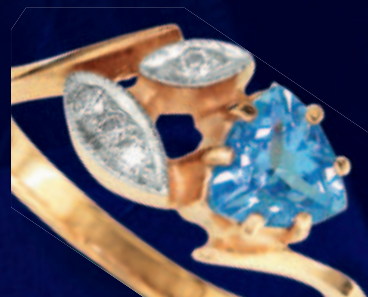


Драгоценные мгновения жизни ...



ООО ТПП "РегионЮвелир"

115230, г. Москва, Каширское шоссе, д.55, корп.4
Тел.: (095) 393-3838, 344-6563; E-mail: regionu@mail.ru



191180, Россия, Санкт-Петербург, наб. реки Фонтанки, 92
тел.: (812) 713 2378, 764 7392, 764 8956, e-mail: manager@jewelland.ru, www.jewelland.ru



ЮВЕЛЭНД[®]
Х О Л Д И Н Г