

# РУССКИЙ НОВЕЛИР

октябрь-ноябрь | 2013 (6-7)



**БЕЛОКАМЕННАЯ**  
страховая компания

**12 лет нам доверяют**

**ДАЖЕ ТЕ, КТО НИКОМУ НЕ ДОВЕРЯЕТ**

Лицензия Министерства финансов РФ № 367377 на осуществление различных видов страхования

18+



9 771810 731002



# ДА

ДАНИАЛИС  
ювелирная косметика.рф



реклама

НА ТЕРРИТОРИИ РФ ТОРГОВАЯ МАРКА ЗАРЕГИСТРИРОВАНА ООО «РА «РУССКИЙ ЮВЕЛИР»  
ТОВАР СЕРТИФИЦИРОВАН

По вопросам сотрудничества обращаться в отдел продаж ООО «РА «РУССКИЙ ЮВЕЛИР» (ТМ «DANIALIS»)  
г.Санкт-Петербург (812) 327-75-65, 328-05-51, 328-05-61  
[www.danialis.ru](http://www.danialis.ru)

# РУССКИЙ ЮВЕЛИР

## РЕДАКЦИЯ

**главный редактор** Владимир Пилюшин  
**1-й заместитель главного редактора**  
Светлана Пилюшина — sveta@russianjeweller.ru  
**заместитель главного редактора**  
Татьяна Самойлова — ts@russianjeweller.ru  
**эксперт-геммолог**  
Михаил Чижов  
**дизайн и верстка**  
Екатерина Калинина  
**рисунки**  
Екатерина Калинина  
**корректор**  
Людмила Лебедева

## ОТДЕЛ РЕКЛАМЫ

**рекламный отдел**  
advert@russianjeweller.ru

## ОТДЕЛ РАСПРОСТРАНЕНИЯ

info@russianjeweller.ru

## МОСКОВСКОЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО

**директор**  
Виталий Пилюшин  
тел.: +7 (903) 599-59-97, +7 (921) 432-90-53  
e-mail: moscow@russianjeweller.ru

## АДРЕС РЕДАКЦИИ

199034, Санкт-Петербург, В. О., 16 линия, д. 7, оф. 59  
Тел./факс: (812) 327-75-65/66  
www.russianjeweller.ru  
e-mail: info@russianjeweller.ru

Для почтовой корреспонденции:  
199034, Санкт-Петербург, а/я 8,  
ООО «РА «Русский Ювелир»

**УЧРЕДИТЕЛЬ** ООО «РА «Русский Ювелир»

**ИЗДАТЕЛЬ** ООО «РА «Русский Ювелир»

## РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Александр Горыня  
Валерий Крылов  
Михаил Пиотровский  
Александр Рыбаков  
Татьяна Фаберже

## РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Марина Лопато  
Владимир Матвеев

## БУХГАЛТЕРСКАЯ ПОДДЕРЖКА

Центр учета и аудита

**ЖУРНАЛ «РУССКИЙ ЮВЕЛИР», № 6-7, 2013 год**

**ТИРАЖ** 5000 экз.

**СВИДЕТЕЛЬСТВО О РЕГИСТРАЦИИ** средства массовой информации ПИ № ФС77-35990. Выдано 22 апреля 2009 года Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)

**ПЕЧАТЬ** Типография «Премиум Пресс», Санкт-Петербург

«РУССКИЙ ЮВЕЛИР» © — зарегистрированная торговая марка

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



Журнал «Русский Ювелир» —  
кавалер ордена «Карла Фаберже» III степени  
Журнал «Русский Ювелир» основан в 1912 году,  
возрожден в 1996 году



## Страховая компания «БЕЛОКАМЕННАЯ»

Россия, 107031 Москва,  
Дмитровский пер., дом 4, стр. 2

Тел: (495) 730-5171

(495) 628-0942

(495) 628-3406

(495) 628-0234

Факс: (495) 628-3574

E-mail: inform@belokamennaya.ru

www.belokamennaya.ru

# содержание

## ОТ ИЗДАТЕЛЯ

5 Назад в будущее

## ВЫСТАВКИ

6 JUNWEX Москва 2013

34 Венчания на царство  
и коронации в Московском Кремле

## КОМПАНИИ

10 СК «Белокаменная» — страховая компания  
ювелирной отрасли России

## СОБЫТИЯ

12 Три составляющие ювелирной отрасли

16 Ювелирный рынок России.

Современное состояние и пути развития



Продолжение  
36 традиций



# 54

Победители  
всероссийского  
конкурса ювелиров  
«Лучшие украшения  
России 2013»



# 50

Стиль и техника  
в ювелирном искусстве



# 28

Шедевры  
микромеханики — 2013



Город  
золотой... **68**

## ЧАСЫ

- 20 Итоги часового дела за 1912 год
- 28 Шедевры микромеханики — 2013.  
10 самых дорогостоящих часов в мире

## ИНТЕРВЬЮ

- 22 Перспективы часового дела в России

## АНАЛИТИКА

- 24 Развитие ювелирного и часового дела  
в Германии

## ИНСТИТУТ ПОСТАВЩИКОВ ИМПЕРАТОРСКОГО ДВОРА

- 36 Продолжение традиций
- 40 Новый Свет — возрождение традиций

## ПОУЧИТЕЛЬНЫЙ ЮБИЛЕЙ

- 44 Переключка эпох. Россия 1913 – 2013

## ЮВЕЛИРНОЕ ДЕЛО И ИСКУССТВО

- 50 Стиль и техника в ювелирном  
искусстве
- 60 Национальная традиция как  
стилеобразующий фактор

## ЮВЕЛИРНЫЕ ЦЕНТРЫ РОССИИ

- 68 Город золотой...

## ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

- 74 Категорийный менеджмент в канале  
сбыта. Часть 2

## ПРОДАВЦЫ И ПОКУПАТЕЛИ

- 77 «Золотые правила» работы с  
персоналом
- 81 О системности и особенностях  
обучения торгового персонала в сети  
ювелирных салонов «ТУТАНХАМОН»

## НАГРАДЫ

- 84 Капитул орденов Мемориального  
фонда Фаберже

# 44

Переключка эпох.  
Россия 1913 – 2013



# 40

Новый Свет —  
возрождение традиций



**П**рекличка эпох — занятная штука: порой удается подметить то, что ускользает в ежедневной суете будней. 2013 год дает нам хороший повод порассуждать на разные темы. Например, сравнить мир начала прошлого столетия и начала нынешнего. В начале XX века известный французский экономист Эдмонд Тери провел исследование российской экономики по поручению своего министерства. Отмечая поразительные успехи во всех областях, он заключил: «Если дела европейских наций будут с 1912 по 1950 год идти так же, как они шли с 1900 по 1912, Россия к середине текущего века будет господствовать над Европой как в политическом, так и в экономическом и финансовом отношении». Но история, как известно, дама капризная и меняет свой облик по своему разумению...

1913 год был последним годом Старого мира. Если взглянуть на него с точки зрения экономических показателей, то перед нами предстанет картина необыкновенно динамично развивающейся России, темпы роста которой были сродни разве что современному Китаю. Для России 1913-й вообще особенно важен. Во-первых, это значимая властно-династическая дата — 300-летие дома Романовых, а следовательно, год подведения трехвековых итогов государства Российского. Во-вторых, по показателям именно 1913 года впоследствии оценивались достижения царской России, с ними же сравнивались достижения СССР. Среднегодовые темпы роста российской экономики опережали развитие всех других цивилизованных государств того времени. В этом контексте интересно будет рассмотреть состояние ювелирного дела России того периода в сравнении с сегодняшними реалиями. Что волновало наших коллег в 1913 году? Какие проблемы им представлялись наиболее значимыми? Какое место в мировой «табели о рангах» того времени они занимали? Листая подшивку старого «Русского Ювелира», приходится признать, что, несмотря на разделяющий нас век, проблемы остаются прежними, меняются лишь некоторые нюансы. К примеру, сегодня модные тенденции на российском рынке задают итальянские ювелиры, а в прошлом веке эту роль исполняли золотых дел мастера из Германии.

Или вот еще одно интересное наблюдение, с ювелирным бизнесом связанное лишь отчасти. В стране начала прошлого века шла активная индустриализация. Пусть не такими темпами, как советская, но и не так, как это происходит нынче. Важный факт, который не мешало бы взять на заметку нашим государственным мужам, состоит в том, что в финансировании этого жизненно важного для России процесса большое участие принимало само государство. В итоге с 1894 по 1913 год русская промышленность увеличила свою производительность в четыре раза. Или другой любопытный факт: в России экспорт превышал импорт. Так, в 1913 году общий внешнеторговый оборот Российской империи составил 2641,4 млн рублей, из которых экспорт — 1420,9 млн и импорт — 1220,5 млн рублей. Причем, в отличие от дня сегодняшнего, доля готовых изделий превышала 45%-ный рубеж. Если говорить о ювелирах, то нужно признать, что экспорт российских украшений и тогда был невелик: в 1911 году в другие страны было вывезено 515 кг изделий из серебра и 24 кг — из золота. Но в самой России российские ювелиры держали львиную долю рынка (цифры и подробности вы можете прочесть в материале этого номера «Переключка эпох: Россия 1913 и 2013»).

Предшествовавшее столетие для России обернулось многими испытаниями: нам пришлось пережить революции, мировые войны, смены формаций... И вот История, словно изогнувшись лентой Мебиуса, словно давая еще один шанс, возвращает нас в прежнюю точку. Как ни пафосно это прозвучит, но лишь от нас с вами зависит, как мы распорядимся предоставленным нам случаем — какую Россию построим и передадим нашим детям. И как знать, возможно, президент Франции Клемансо, предсказывавший, что к середине XX века Россия займет первое место в мире по своему экономическому развитию, ошибся в своих прогнозах лишь на 100 с небольшим лет? 

Владимир Пилюшин,  
главный редактор журнала

# JUNWEX Москва 2013



Во Всероссийском Выставочном Центре Москвы с 14 по 18 сентября в девятый раз проходила ежегодная Оптовая Ювелирная Биржа «JUNWEX Москва». Нынешней осенью выставку посетили свыше 40 000 человек, в том числе 18 854 аккредитованных специалиста оптовой и розничной торговли. 10 511 сотрудников из 718 компаний России и других стран стали гостеприимными хозяевами двух павильонов ВВЦ, представляя на своих стендах новые ювелирные коллекции сезона.

Организация такого серьезного мероприятия, как международная ювелирная выставка, — это очень большая и трудная работа. Скрупулезно анализируя каждую прежде проведенную выставку, «РЕСТЭК» делает все возможное для создания комфортных условий каждому экспоненту, а гостям выставки — приятной праздничной атмосферы.

На торжественном открытии выставки президент Группы Предприятий «РЕСТЭК» С. Н. Трофимов сказал: «Сегодня выставка — самый лучший показатель того, как мы много лет формировали отрасль. Здесь лучшим образом демонстрируются все достижения, проблемы и потенциал развития».

Руководитель Пробирной палаты А. В. Маркин в приветственном слове участникам выставки от-

*Всероссийский конкурс ювелиров  
«Лучшие ювелиры России 2013»  
ЮВЕЛИРНЫЙ ПОДЪЕЗД  
III место  
КОМПАНИЯ «ИСТРОЗОЛОТО». Каменецкая  
на улица «Ланьдас». Автор К. Виноградов*

метил, что проведение мероприятия такого уровня вносит особый вклад в развитие ювелирного сектора всей России. «Ювелирная выставка „JUNWEX Москва“ зарекомендовала себя не только как мероприятие, где представлены произведения ювелирного искусства России и мира, но и как эффективная площадка для установления новых деловых контактов и заключения договоров — все это является важной предпосылкой для развития бизнеса. Я также уверен, что участие представителей Пробирной палаты России в выставке будет способствовать развитию взаимодействия со всем ювелирным сообществом».

«РЕСТЭК JUNWEX» раздвигает горизонты сотрудничества. На церемонии открытия Дмитрий Чемакин, министр по промышленной политике,

МЕЖДУНАРОДНЫЕ  
ЮВЕЛИРНЫЕ  
ВЫСТАВКИ

**JUNWEX**

ПЕТЕРБУРГ

**5–9 февраля 2014**  
Санкт-Петербург, Ленэкспо

**JUNWEX**

НОВЫЙ РУССКИЙ СТИЛЬ

**28 мая — 1 июня 2014**  
Москва, ВВЦ, павильон 75

**JUNWEX**  
МОСКВА

**1–5 октября 2014**  
Москва, ВВЦ, павильоны 75, 69

**НОВЫЕ  
СРОКИ**

реклама

ЮВЕЛИРНЫЕ  
ВЫСТАВКИ  
ФОРМАТА CASH&CARRY

**JUNWEX**

ЕКАТЕРИНБУРГ

**14–17 ноября 2013**  
Екатеринбург, МВЦ «Екатеринбург-Экспо»

*Лучшие Украшения России*

**11–15 декабря 2013**  
Москва, ВВЦ, павильон 75

**JUNWEX**

ЕКАТЕРИНБУРГ

**10–13 апреля 2014**  
Екатеринбург, МВЦ «Екатеринбург-Экспо»

*Лучшие Украшения России*

**6–9 марта 2014**  
Москва, ВВЦ, павильон 75

**26–29 июня 2014**

*Ювелирный фестиваль*  
**БЕЛЫЕ НОЧИ**

**Санкт-Петербург**



развитию предпринимательства и торговли Калининградской области, анонсировал выставку «AMBER WORLD», которая впервые будет организована в Калининграде в июле 2014 года. Как сказал генеральный директор медиа-холдинга «РЕСТЭК JUNWEX» Валерий Будный, «AMBER WORLD» в Калининграде может быть включена в Единую Выставочную Программу «Ювелирная Россия», что обеспечит комплексное продвижение проекта и широкое привлечение участников со всего мира.

В рамках выставки проходили деловые встречи, заседания Совета Клуба Ювелирной Торговли, встречи с иностранными партнерами, презентации новых проектов, учебная программа и многое другое.

Перед ювелирной отраслью России стоят новые задачи, решать которые можно лишь сообща — чрезмерная индивидуализация, когда каждый сам по себе, очевидно тормозит развитие отрасли. Еще несколько лет назад задумывались о том, что ждет отрасль при вступлении России в ВТО. Теперь ВТО стало реальностью. И у ювелиров нет больше времени на размышления: когда на российский рынок идет плановое наступление внешних игроков, настает пора действовать — в тесном сотрудничестве с представителями властных структур, общественных организаций. Упрощение позиций ведущих российских торговых марок, разумная либерализация рынка ювелирных украшений, формирование и укрепление доверия покупателей к изделиям российских компаний, обеспечение леги-

*Всероссийский конкурс ювелиров  
«Лучшие украшения России 2013»  
ПР-АН-ПРИ  
ЮБЕЛЕРНЫЙ ДОМ «ХРИЗОС»  
Махалова А.М., Айвазов М. А., Ладонищев*

тимного товара на прилавках магазинов, внедрение новых механизмов маркетинга — все это может стать эффективным средством продвижения российских ювелирных брендов, поможет защититься от экспансии зарубежных производителей и торговых домов.

Специализированный технологический раздел на выставке «JUNWEX Москва» представил стопроцентное предложение товаров и услуг для ювелирной промышленности. В нем приняли участие все значимые предприятия отрасли. Компания «Сапфир», отпраздновавшая накануне 20-летний юбилей, принимала посетителей в своем «городке», на оживленных улочках которого можно было приобрести все что душа ни пожелает. Петербургская компания «ПРОМЫШЛЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ» представила механогайваническую установку EN-34 2 ЭТАП (СУПЕРФИНИШ), в которая предназначена для обработки внутренних, скрытых областей изделий, включая филигрань и литые с камнями. Процесс не оказывает никакого отрицательного воздействия на камни, эмали и другие нетокпроводящие поверхности.

На стенде компании «ГЛЕНДО-РУС» прошел мастер-класс Юрия Еремина, разработавшего уникальную алмазную технику закрепки микропапе. Уже несколько лет Юрия приглашают в США проводить мастер-классы по авторской методике закрепки, а сейчас он открыл собственную школу закрепки в Голландии. Интерес ювелиров к предложенным на выставке новинкам оборудования и тех-





Всероссийский конкурс ювелиров  
«Лучшие украшения России 2013»  
ЮВЕЛИРНЫЕ ОБРАЗЫ РОССИИ  
11 место

Караваев. «КАРАВАЕВСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ФАБРИКА».  
Коллекция «Ипатьевский монастырь – Кольдиль Царской Династии Романовых».  
Автор А. А. Бадин. Мастер-ювелир В. М. Рязов

нологий, расходным материалам дает основание для уверенности —  
отраслевой рынок чутко реагирует на технологические новинки.

В насыщенной деловой части выставочной программы нашлось время  
и для праздников. В ходе выставки состоялись вечерние приемы компани-  
ний, самым запоминающимся из которых, пожалуй, следует назвать шоу  
«Графский бал», который подготовила для гостей в честь своего 10-летия  
компания НИКА совместно с командой иллюзиониста Евгения Воронина.  
Благодаря необычному формату вечера — эксклюзивному dinner-show  
была создана незабываемая атмосфера. В представленном публике шоу  
«Графский бал» стена между сценой и зрителем была разрушена, и все  
волшебство фантастическим потоком заполнило зал... Гости вечера впо-  
следствии с теплотой вспоминали драгоценные мгновения юбилея НИКИ.

Главным же итогом выставки стало то, что российские ювелиры смогли  
показать образцы высокого ювелирного искусства, ведь «JUNWEX Мо-  
сква» из года в год собирает вместе представителей ювелирной отрасли со  
всех уголков России. Каждая компания стремится показать на выставке  
все то новое и интересное, что было создано ею, и всем экспонентам была  
предоставлена возможность принять участие во Всероссийском конкурсе  
ювелиров «Лучшие украшения России 2013».

В состав жюри под председательством Галины Николаевны Ковале-  
вой (президента Международного фонда поддержки ювелиров «Форма») во-  
шли: Елена Александровна Иванова (искусствовед, заведующая отде-  
лом декоративно-прикладного искусства Русского музея), Наталья Ива-  
новна Коровина (искусствовед, художественный критик), Ольга Григо-  
рьевна Костюк (кандидат искусствоведения, ведущий научный сотрудник  
Государственного Эрмитажа), Татьяна Николаевна Мунтян (искусство-  
вед, старший научный сотрудник Музеев Московского Кремля), Лари-  
са Николаевна Пешехонова (искусствовед, старший научный сотрудник  
Музеев Московского Кремля), Анна Владимировна Ратникова (ведущий  
научный сотрудник Российского Этнографического музея). Компетентное  
жюри оценивало более сотни работ, поступивших на конкурс от 58 компани-  
ний, выбирая те из них, что могут служить эталоном профессионализма и  
художественного вкуса.



РУБРИКА



ГРИНГОР  
St. Petersburg

Мода проходит —  
драгоценное вечно



СЕРЕБРО С БРИЛЛИАНТАМИ



ПОСТАВЩИК РОССИЙСКОГО  
ИМПЕРАТОРСКОГО ДОМА

191124, Санкт-Петербург,  
пл. Растрелли 2  
Тел.: (812) 318-18-99, 318-19-39

октябрь-ноябрь 2013 | Русский ювелир | 7

реклама



**БЕЛОКАМЕННАЯ**  
страховая компания

# 12 лет нам доверяют

СК «Белокаменная» является одной из наиболее динамичных универсальных страховых компаний России. В связи с двенадцатилетием СК «Белокаменная», мы встретились с первым заместителем генерального директора компании Алексеем Харитовым, для того, чтобы узнать, чем сегодня живет главная страховая компания ювелирной отрасли.



**Первый заместитель генерального директора  
СК «Белокаменная» Алексей Харитов**

**1. За двенадцать лет существования компании СК «Белокаменная» наша страна пережила глубокий экономический кризис 2008 года, выбивший с рынка очень многих игроков. Как удалось пережить этот сложный период вашей компании?**

Конечно, с одной стороны, в кризис было небольшое падение, связанное с падением объемов ювелирной торговли. С другой стороны, работа нашей компании диверсифицирована на рынке, и естественное в кризисные времена увеличение доли ломбардов в общем объеме страхования компенсировало падение оборотов в ювелирном производстве и торговле. Ломбарды в этот период росли как грибы!

Эта ситуация продолжалась недолго. Рынок не терпит пустоты: на смену одним игрокам пришли другие, кто-то ужался, кто-то расширил сферы деятельности, производства начали развивать ритейл, розница организовывать производства. Ювелирный бизнес не остановился, он стал жить в новых экономических условиях и продолжает адаптироваться в существующем сегодня рынке громадного количества товарозаменителей!

**2. Кто ваши конкуренты?**

В основном это компании, занимающиеся залоговым страхованием металла в банках, а также ряд страховых компаний, осуществляющих имущественное страхование без особого понимания специфики отрасли. Они, конечно же, занимают определенную долю рынка, но конкурентами в полном смысле их не назвать. Узкая специализация и глубокое знание всех нюансов ювелирного бизнеса позволяет нам предлагать участникам этого рынка оптимальные условия страхования и программы, максимально учитывающие бизнес-интересы наших клиентов.

**3. Не превратилась ли за двенадцать лет ваша работа в зарегламентированную скучную рутину?**

В связи с тем, что каждое ювелирное производство, магазин, сеть всегда индивидуальны, мы осу-

ществляем персонифицированный подход к их обслуживанию. Ювелирный бизнес на всех этапах — это искусство, и мы просто обязаны подходить творчески к такой, казалось бы, прагматичной работе, как страхование.

#### **4. Одна из важных последних тенденций ювелирного рынка России в том, что многие крупные игроки сейчас начали расширять свой бизнес в сторону интернет-торговли. Это каким-то образом изменит подходы в работе страховой компании?**

Здесь есть несколько аспектов. И самое тонкое место — доставка. Если логистика осуществляется специализированной организацией, то это можно страховать. Но, как правило, интернет-магазины прибегают к услугам курьерских компаний, работающих на аутсорсинге. И здесь начинаются чудеса: курьер не выходит на работу или пропадает, курьера на адресе ждут не совсем «покупатели» и т. д. и т. п. Мы не умеем страховать чудеса и поэтому не страхуем.

---

**Справка. Страховая Компания «Белокаменная» сегодня страхует полный цикл: перевозку металла, камней; металл и камни, полуфабрикаты; готовые изделия на складе; перевозку готовых изделий; изделия в розничных точках; возврат изделий.**

---

#### **5. Какие сложности у вас бывают в работе с клиентами и чего нам ожидать от СК «Белокаменная» в ближайшем будущем?**

На протяжении многих лет с целью улучшения качества обслуживания мы тщательно анализируем информацию по сделкам, клиентам, страховым выплатам. Ни для кого не секрет, что основная задача страхового бизнеса — защита финансовых интересов клиента в непредвиденной ситуации. И мы с этой задачей успешно справляемся. Однако бывают случаи, когда недобросовестные клиенты страхуются с целью поправить собственное финансовое положение или заработать за счет страховых выплат. Это могут быть и ошибки в учете, и работа нерадивых сотрудников, и ошибки персонала. Подобные схемы и страховые случаи изучены и глубоко проанализированы нашим специальным департаментом (существует примерно пять-шесть таких схем мошенничества в области страхования). Результатом этого стала комплексная система мер по предупреждению подобных схем, которая вводится с января 2014 года.

#### **6. Почему клиенты выбирают продукты СК «Белокаменная»?**

Очень просто: адекватные тарифные ставки (в некоторых случаях в разы отличающиеся от предложений неспециализированных страховых компаний) и программы, разработанные с учетом специфики ювелирного бизнеса.

#### **7. Что, по Вашему мнению, имеет в вашей компании наибольшую ценность?**

Доверие!!!

#### **8. И традиционно. Ваши пожелания участникам ювелирного рынка.**

Стабильной работы без страховых случаев и много хороших покупателей!



# Три составляющие ювелирной отрасли

13 сентября 2013 года в преддверии выставки «JUNWEX Москва» прошел Международный ювелирный экономический форум «Развитие ювелирной отрасли России и укрепление ее роли на международном рынке».

Организатором мероприятия выступала Гильдия ювелиров России совместно с Торгово-промышленной палатой Российской Федерации.



Представители ювелирного сообщества из России, Канады, Франции, США, Украины, Турции, Ливана, Индии встретились в Торгово-промышленной палате РФ, чтобы обсудить наиболее актуальные проблемы отрасли, вопросы международной интеграции участников ювелирного рынка, профильного образования, а также художественной значимости произведений ювелирного искусства.

Особенно ценным стал прямой диалог ювелиров с представителями государственной власти, министерств и ведомств.

Вице-президент ТПП РФ Александр Рыбаков, выступая перед участниками форума, напомнил, что Россия занимает первое место в мире по добыче алмазов, палладия, платины, одно из первых мест по добыче золота. Перспективы роста рынка ювелирных изделий значительны, ибо оборот драгоценных металлов и камней занимает пока не более 1,5% в объеме отечественной экономики, а ювелирный рынок — менее 0,5%. По официальным данным Росстата, рентабельность ювелирной отрасли невелика. Она составила в 2012 году при производстве ювелирных изделий около 6%.

При этом Александр Рыбаков отметил, что, по данным Пробирной палаты России, с 2000 по 2012 год отечественное производство золотых изделий выросло в четыре раза в количественном выражении, а импорт — в 8 раз. По серебряным украшениям показатели роста составляют 6 и 16 раз соответственно. Произошла настоящая интервенция на российский ювелирный рынок низкокачественного импорта, отметил он.

В настоящее время соотношение отечественного и импортного в ювелирной отрасли — 3:1. К сожалению,

при существующих темпах роста импорта через десять лет пропорция может поменяться в обратную сторону.

Чтобы этого избежать, необходимо гармонизировать положения отечественного законодательства с законодательством ведущих стран, с резидентами которых российские предприятия находятся в деловом контакте, полагает Александр Рыбаков. Ведь до сих пор отдельные статьи федерального закона «О драгоценных металлах и драгоценных камнях», Уголовного кодекса и других нормативных актов ущемляют права собственника и не соответствуют принципам рыночной экономики.

Необходимо также поработать над введением налогов, стимулирующих развитие отрасли, и сокращением фискальных положений. Россия является крупным импортером ювелирных вставок из драгоценных и полудрагоценных камней, поскольку промышленных месторождений этих пород у нас нет или они практически не разрабатываются.

После заседания участники разделились по трем секциям: «Произведения ювелирного искусства. Формирование инвестиционной привлекательности продукции ювелирной отрасли России», «Федеральный пробирный надзор: защита прав и интересов производителей ювелирных изделий, потребителей, государства» и «Профессиональное образование в ювелирной отрасли».

В секции «Федеральный пробирный надзор...», которую вел руководитель Российской пробирной палаты Александр Маркин, главным предметом обсуждения стало определение путей дальнейшего развития пробирного надзора и роли Пробирной палаты в целом. Большой интерес вызвал доклад руководителя «Лазер-



ного центра» Сергея Георгиевича Горного о разработке системы, которая в ближайшем будущем будет способна обеспечить глобальный электронный учет каждого ювелирного изделия, выходящего на рынок, с указанием всех его параметров по весу, доле драгметалла и т. п. Эту разработку целиком поддерживает руководство Пробирной палаты, и если она будет внедрена, то у каждого покупателя, будь он оптовик или обычный покупатель, будет возможность моментально определить практически все параметры конкретного ювелирного изделия, в том числе и легальность его происхождения.

Большой интерес вызвала выставка ювелирных изделий «Традиции и современность», которая была организована в фойе Конгресс-холла Торгово-промышленной палаты РФ, в рамках которой были представлены ювелирные изделия компании «Алмаз-холдинг», Ювелирного дома «Эстет», «Смоленских бриллиантов», Творческой фирмы «Сирин», компании «Драгоценное кольцо Урала», ювелирных фабрик «Рифеста», «Ринго», компании Алексея Помельникова, художника-ювелира Ильгиза Фазулзянова, Творческой мастерской «Николай Балмасов», бренда Gevorgian, Ювелирной фирмы «Гуриати», Творческого Союза художников декоративно-прикладного искусства, Торгового дома «НИКА», ООО «Кавида».

А на другой день в рамках Международного форума состоялся Всероссийский благотворительный бал «Во славу ювелиров России!». Проводимый в год 400-летия Дома Романовых бал посвящен ювелирам — Поставщикам Двора Его Императорского Величества, 100-летию Союза ювелиров России и 15-летию Гильдии ювелиров России.

Более 800 гостей собрались под сводами великолепного Зала торжеств Гильдии ювелиров России, среди них — представители органов власти, деловых и политических кругов. В качестве почетных гостей на бал приглашены: директор канцелярии Ее Императорского Величества Марии Владимировны Романовой Александр Закатов; праправнук главы фирмы, Поставщика Двора Его Императорского Величества Павла Овчинникова, Алексей Овчинников; президент Ювелирного дома «Маршак» Доминик де Бланшар (Франция); президент Торгово-промышленной палаты РФ Сергей Кацырин, Глава Старшин Общества купцов и промышленников Александр Дударенко, член комиссии при Президенте РФ по делам инвалидов Надежда Белькова. Во время Ювелирного бала состоялась благотворительная лотерея, собранные средства от которой направлены на приобретение мультимедийного компьютерного класса для детей-инвалидов, обучающихся ювелирной профессии в колледже № 13 им. Павла Овчинникова в Москве.

По словам председателя ассоциации «Гильдия ювелиров России» Гагика Гургенович Геворкяна, ювелирная промышленность и торговля России имеют благоприятные перспективы развития. Но при этом важно не столько экстенсивное развитие отрасли, сколько качественное изменение роли ювелирной промышленности в национальной экономике. Этому должно способствовать создание сбалансированной системы мер регулирования и поддержки отрасли, внедрение самых современных технологий, улучшение качества изделий и повышение доверия к российской ювелирной продукции.



# ЭКСКЛЮЗИВ от «Алмаз-Холдинга»

88994015  
**Колье «Тени  
тающей ночи»**  
Золото 750°,  
бриллианты аметисты,  
морганит  
413 084 руб.



28994015  
**Серьги «Тени  
тающей ночи»**  
Золото 750°,  
бриллианты  
аметисты, морганит  
329 876 руб.

## От эскиза до готового изделия

Драгоценности ручной работы — гордость любой ювелирной компании. Эти коллекции удивляют изысканными формами, уникальным дизайном и роскошным декором из драгоценных камней лучших характеристик, привезенных геммологами предприятия со всех концов света. Эксклюзивные коллекции выполнены по авторским эскизам из золота и платины. Эксклюзив — не только драгоценная роскошь камней и металлов, но и настоящие произведения искусства, изготовленные в единственном экземпляре.

# «Мода проходит, стиль остается...»

Коко Шанель

Купив однажды понравившееся украшение от «Алмаз-Холдинга», вы можете в последующем обновлять у нас свой «ювелирный гардероб», приобретая новые модные вещи и формируя изысканную коллекцию в стиле, присущем только вам одной. В таком случае к вашим услугам накопительные скидки и особое внимание нашего персонала. Помните: без украшений женщина не одета!



18598812  
**Кольцо «Paradize»**  
Золото 750°,  
бриллианты,  
турмалин  
205 907 руб.

28598812  
**Серьги «Paradize»**  
Золото 750°,  
бриллианты, турмалин  
265 136 руб.



28998754  
**Серьги «Фрейя»**  
Золото 750°, бриллианты,  
турмалины, халцедон  
164 887 руб.



18998754  
**Кольцо «Фрейя»**  
Золото 750°, бриллианты,  
турмалины, халцедон  
184 749 руб.

КОМПАНИЯ ИЗГОТОВИТ  
ЭКСКЛЮЗИВНОЕ УКРАШЕНИЕ  
С УЧЕТОМ ВАШИХ ПОЖЕЛАНИЙ.  
УСЛОВИЯ ВЫПОЛНЕНИЯ  
ИНДИВИДУАЛЬНЫХ  
ЗАКАЗОВ УТОЧНИТЕ  
В ФИРМЕННЫХ САЛОНАХ  
«АЛМАЗ-ХОЛДИНГА».

**СЛУЖБА VIP-ЗАКАЗОВ:**  
**(495) 956-89-89, ДОБ. 290, 235.**



# Ювелирный рынок России

## СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПУТИ РАЗВИТИЯ

23 октября в Renaissance Moscow Olympic Hotel состоялась конференция «Ювелирный рынок России. Современное состояние и пути развития».

**В** ней приняли участие председатель совета Гильдии ювелиров России Гагик Геворкян, руководитель Пробирной палаты России Александр Маркин, зам. руководителя Гохрана России Андрей Жарков, председатель Союза потребителей России Петр Шелищ, исполнительный директор компании «Адамас» Максим Вайнберн, художник, ювелир, геммолог Константин Крюков, совладелец ювелирно-часового холдинга NIKA GROUP Алексей Богданов и другие.

Конференцию посетил глава Гохрана России Андрей Юрин, руководители и топ-менеджеры ювелирных предприятий, главные редакторы ведущих отраслевых изданий и другие важные представители ювелирного сообщества. Модератором конференции выступил член Совета Федерации по экономической политике Вячеслав Шверикас. Организатор мероприятия — B2B Event Company.

Открылась конференция выступлением председателя совета Гильдии ювелиров России Гагика Геворкяна на тему «Пути развития ювелирного рынка», в котором он рассказал об эволюции ювелирной отрасли, ее настоящем и будущем, а также об инициативах Гильдии по укреплению имиджа российской ювелирной отрасли как внутри страны, так и на международном уровне. В этой связи г-н Геворкян подчеркнул, что «только целенаправленная государственная политика по поддержке ювелирной отрасли, подкрепленная усилиями отраслевого делового сообщества, способна реализовать тот огромный потенциал, который имеется у российских

ювелиров. И Гильдия ювелиров России со своей стороны всегда открыта для конструктивного диалога, предложений и совместных эффективных действий».

Андрей Маркин и Андрей Жарков в своих докладах осветили вопросы нормативно-правового регулирования рынка ДМДК, а также рассказали о динамике развития российского ювелирного рынка. Было отмечено, что ювелирный рынок в его нынешнем состоянии достаточно молод и нуждается во всесторонней поддержке, особенно после вступления России в ВТО.

В целом, сегодня ювелирный сектор занимает, увы, только 0,1% от ВВП России. Объем ювелирного рынка составляет около 250 млрд рублей, или 0,8% от всего оборота розничной торговли страны.

Оживленную дискуссию вызвало выступление исполнительного директора компании «Адамас» Максима Вайнбернга, который обозначил ряд острых моментов в состоянии отрасли:

«На сегодняшний день российский ювелирный бизнес существует скорее вопреки существующей государственной политике, чем благодаря ей. По многим критериям мы уже сегодня не в состоянии конкурировать с мировыми ювелирными лидерами — Турцией, Таиландом, Китаем и Индией, и вступление России в ВТО при существующей ситуации поставит отрасль в критическое положение. В то время как в обозначенных странах существует развитая система финансирования производства, поддержка внедрения современных технологий,

## РАСЧЕТ СРАВНИТЕЛЬНОЙ СЕБЕСТОИМОСТИ

### 1. Трудоемкие изделия (кольцо с множеством вставок)

В качестве примера рассмотрим кольцо со следующими характеристиками:

вес металла — 1,79 г;

вес бриллиантов — 0,25 кар;

кол-во бриллиантов — 33 шт.

	Производство в России 2013	Производство в России 2017	Импорт 2013	Импорт 2017
Цена металла, LME	1360	1360	1360	1360
Цена бриллиантов	4650	4650	4650	4650
Работа	902	902	421	421
Таможенная пошлина	930	465	1 286	643
НДС	1411	1328	1389	1273
<b>Итого, включая НДС</b>	<b>9253</b>	<b>8704</b>	<b>9106</b>	<b>8347</b>

#### **Вывод:**

**Стоимость производства в России больше барьеров таможенной пошлины.  
Трудоемкие изделия выгоднее производить за рубежом.**

### 2. Менее трудоемкие изделия (кольцо с одной крупной вставкой)

В качестве примера рассмотрим кольцо со следующими характеристиками:

вес металла — 3,2 г;

вес бриллиантов — 0,4 кар;

кол-во бриллиантов — 1 шт.

	Производство в России 2013	Производство в России 2017	Импорт 2013	Импорт 2017
Цена металла, LME	2433	2433	2433	2433
Цена бриллиантов	9000	9000	9000	9000
Работа	750	750	700	700
Таможенная пошлина	1800	900	2427	1213
НДС	2517	2355	2621	2402
<b>Итого, включая НДС</b>	<b>16 500</b>	<b>15 438</b>	<b>17 180</b>	<b>15 749</b>

#### **Вывод:**

**Менее трудоемкие изделия с крупными бриллиантами  
выгоднее производить в России.**



*Работа конференции*

экспорта, вплоть до компенсации участия в выставках, мы в России преодолеваем сложности системы. Все это отражается увеличением издержек и в конечном итоге — на стоимости изделий для потребителя» (см. табл.).

Максим Вайнберн выступил с рядом предложений, которые, по его мнению, позволят существенно повысить конкурентоспособность ювелирного производства в России: создание специальных ювелирных кластеров с льготным режимом налогообложения; создание системы государственного образования; частичное компенсирование расходов на продвижение и популяризацию отечественных ювелирных изделий в мире; снижение таможенных барьеров на ввоз вставок драгоценных камней и производственного оборудования, не производимых в России; выведение ювелирных изделий из перечня стратегической продукции и применение к ним обычных норм товарного оборота; пересмотр стандартов государственного регулирования в интересах потребителя и отечественных производителей ювелирных изделий; создание системы отраслевого маркетинга и поддержки потребления отечественных ювелирных изделий.

Особое внимание на конференции было уделено вопросу по борьбе с контрафактной продукцией, контрабандой и теневым бизнесом. Речь шла также об отношениях ювелирной отрасли с банками и страховщиками. Начальник управления клиентских отношений Российского агентства по страхованию экспортных кредитов и инвестиций Константин Ак-

сенов выступил с докладом о новых возможностях для российского экспорта, а Евгений Зяблов, председатель совета директоров группы компаний «Арт Консалтинг», рассказал об обеспечении ликвидности, вторичном рынке и особенностях ювелирной экспертизы.

Спикерами сессии «Как закалялся ювелирный рынок? Современные методы развития бренда в конкурентной среде» стали Ольга Еремеева, генеральный директор PANDORA, Константин Крюков, художник, ювелир, геммолог. Они рассказали о том, как им удалось стать полноправными участниками рынка и завоевать любовь потребителей. На секции были затронуты также вопросы маркетинга в ювелирном ритейле, современные каналы привлечения и другие.

Завершающим этапом конференции стало обсуждение интернет-торговли и современного дизайна ювелирных изделий. Игорь Лебедев, основатель и управляющий партнер компании «Голдси», и Алексей Богданов, совладелец группы компаний NIKA GROUP, рассказали о своем видении ситуации и попробовали прийти к единому мнению о современных каналах продвижения и продаж.

Участники конференции пришли к мнению, что современный ювелирный рынок России требует поддержки государства, прежде всего в сфере законодательной и нормативно-правовой базы, но вместе с тем имеет огромный потенциал и свои уникальные особенности, которые могли бы быть конкурентоспособными и на мировом рынке.





Сегодня ювелирные изделия ОАО «Красцветмет» широко представлены во всех регионах России. Нашим партнерам гарантирован стабильный и выгодный бизнес, построенный на многолетнем опыте и новейших технологиях. Фирменную продукцию вы можете приобрести у наших региональных дилеров.

По вопросам сотрудничества обращаться в отдел продаж.  
Менеджеры: тел.: +7 (391) 259-33-33 (многоканальный)  
факс: 259-39-22, 259-39-42  
[www.krastsvetmet.ru](http://www.krastsvetmet.ru), [orc@krastsvetmet.ru](mailto:orc@krastsvetmet.ru)

### Дилеры ОАО «Красцветмет»

**ООО ТПК «Русское золото»**  
660077, г. Красноярск  
ул. 78-й Добр. бригады, д. 14а  
тел.: (391) 216-02-07, 216-02-08  
[aikum585@mail.ru](mailto:aikum585@mail.ru)

**ООО «Компания ИФК»**  
630108, г. Новосибирск  
1-й переулок Пархоменко, д. 6  
тел.: (383) 351-53-34,  
355-86-50, 355-80-95  
[ifk\\_nsk@mail.ru](mailto:ifk_nsk@mail.ru)

**ООО «Ювелир-опт»**  
620014, г. Екатеринбург  
ул. Хохрякова, д. 746, 15-й этаж  
тел./факс: (343) 379-99-92  
[www.j-opt.ru](http://www.j-opt.ru)  
[info@j-opt.ru](mailto:info@j-opt.ru)

**ООО «Бест Ювелир»**  
109147, г. Москва  
ул. Марксистская, д. 34, корп. 4  
тел.: (495) 788-54-07  
факс: (495) 788-54-08  
[www.best-jew.ru](http://www.best-jew.ru), [www.bestgold.ru](http://www.bestgold.ru)  
[info@best-jew.ru](mailto:info@best-jew.ru)

**ООО «Эльтон»**  
127549, г. Москва  
ул. Бибиревская, д. 10, стр. 1  
тел.: (495) 225-92-55, 225-92-50  
факс: (495) 225-92-51  
[www.elton-zoloto.ru](http://www.elton-zoloto.ru)  
[info@elton-zoloto.ru](mailto:info@elton-zoloto.ru)

**ООО «Русская платиновая компания»**  
119017, г. Москва  
Пыжевский переулок, д. 5, стр. 3  
Институт Цветметобработка  
тел. (495) 783-52-20, 517-74-46  
[www.rpc-platina.ru](http://www.rpc-platina.ru)  
[rpc77@yandex.ru](mailto:rpc77@yandex.ru)

**Ювелирная компания «Национальное Достояние»**  
111033, г. Москва  
ул. Золоторожский вал, д. 32  
тел.: (495) 287-47-40  
факс: (495) 287-47-39  
[www.nd-gold.ru](http://www.nd-gold.ru), [sales@nd-gold.ru](mailto:sales@nd-gold.ru)

**ООО «Системы эксплуатации»**  
125362, г. Москва  
ул. Свободы, д. 35, стр. 5  
тел.: (495) 744-03-07  
[info@kameya.ru](mailto:info@kameya.ru)

**ООО «Санкт-Петербургский ювелирный завод „Ювелиры Северной столицы“»**  
194100, г. Санкт-Петербург  
ул. Кантемировская, д. 5, кор. 8, лит. Д  
тел.: (812) 677-84-70  
факс: (812) 677-84-72  
[www.uss-spb.ru](http://www.uss-spb.ru), [uss@uss-spb.ru](mailto:uss@uss-spb.ru)

**ИП Шевелев Евгений Климентьевич (сеть магазинов ТД «Золотая Русь»)**  
680030, г. Хабаровск  
ул. Ленина, д. 446  
тел.: (4212) 45-40-75, 40-83-38  
8 909 804-63-41  
[www.zolrus.ru](http://www.zolrus.ru), [sale@zolrus.ru](mailto:sale@zolrus.ru)

**Целицентр (ООО «Торговый дом „Золотая линия“»)**  
156002, г. Кострома  
ул. Ерохова, 4д  
тел.: (4942) 37-17-22, 31-89-81  
[www.целицентр.рф](http://www.целицентр.рф)  
[rdm950@yandex.ru](mailto:rdm950@yandex.ru)

**ООО «Торговый дом „Дондрагмет“»**  
346880, Ростовская область  
г. Батайск, ул. Половинко, д. 39  
тел.: (86354) 5-10-12  
[dondragmet@dondragmet.ru](mailto:dondragmet@dondragmet.ru)



## ИТОГИ ЧАСОВОГО ДѢЛА ЗА 1912 ГОДЪ

Тяжелый годъ пережилъ нашъ часовой рынокъ, а будущее зловѣще темно. Въ будущемъ можно ожитать ухудшенія, на которое такъ много шансовъ. Такое положеніе дѣла больше всего сказывается въ Варшавѣ, какъ центрѣ часовой торговли: въ теченіе года здѣсь закрылись нѣсколько заграничныхъ конторъ, прекратили свое существованіе одна за другой фабрики шаблонистовъ, купцы и вояжеры апатичны къ сдѣлкамъ по случаю обилія неплатежей в центральнѣхъ губерніяхъ Россіи, а въ довершеніе всего — къ дѣлу приплели политику и, долго державшіеся мѣстные часовщики, раззоряемые бойкотистскимъ движеніемъ, также прекращаютъ платежи.

Если ко всему этому прибавить препятствія, чинимыя съ одной стороны министерствомъ финансовъ (таможенные недоразумѣнія) съ другой — министерствомъ промышленности и торговли (пробирный налогъ), то станеть яснымъ, почему гибнетъ часовое дѣло.

Только недавно открывшаяся здѣсь фабрика для выдѣлки серебряныхъ корпусовъ вынуждена бездѣйствовать, т.к. съ русскихъ издѣлій пробирная пошлина взимается въ томъ-же размѣрѣ, какъ и съ заграничныхъ — 50 коп. съ корпуса, а не по вѣсу серебра, на что уже мы имѣли случай указать.

Выходитъ нелѣпость: за предметы роскоши уплачивается по 2 коп. съ золотника, а съ часовыхъ корпусовъ вѣсомъ, в среднемъ, 6 золотниковъ, по 50 коп. со штуки.

Можно подумать, что министерство торговли поощраетъ не интересы русской промышленности, а далекой намъ Швейцаріи, наводняющей нашъ рынокъ легковѣсными корпусами.

Эта пошлина проведена и въ новый пробирный уставъ и виситъ тяжелымъ кошмаромъ надъ развитіемъ часовой промышленности у насъ.

Такимъ ненормальнымъ положеніемъ отлично пользуются швейцарцы.

Что касается до министерства финансовъ, то и оно къ концу года начало бросать палки въ колеса, наложеннаго было дѣла съ шаблонными часами.

До настоящаго времени таможенная пошлина на черные часы была опредѣлена въ 1 р. 50 к. и, чтобы достигъ ихъ удешевленія, варшавскіе «фабриканты» выписывали отдѣльныя части шаблонныхъ часовъ (форнитуры), уплачивая по вѣсу, по 75 к съ фунта. Этимъ способомъ въ Варшавѣ довели стоимость черныхъ шаблонныхъ часовъ, от рубля до рубля пятидесяти копеекъ со штуки т.е. ниже стоимости самой пошлины.

Такимъ образомъ, мы во первыхъ, отучили иностранцевъ посылать намъ простые часы т.к. при пошлинѣ 1 р. 50 к. со штуки, они не могли конкурировать съ варшавскими шаблонистами, продающими таковые отъ рубля, и, во вторыхъ, сборка часовъ создала заработокъ нѣсколькимъ сотнямъ рабочихъ, занятыхъ ремонтомъ. Но таможенное вѣдомство, преслѣдующее интересы фиска, спохватилось, что такой способъ оплаты пошлиной по вѣсу для нея не выгоденъ — пусть, молъ, страдаетъ развившаяся отрасль торговли, пусть сотни рабочихъ останутся безъ хлѣба и пусть, наконецъ, иностранцы наводнятъ нашъ рынокъ миллионами часовъ, оплачивая ихъ по 1 р. 50 к. со штуки, — лишь бы не пострадали интересы министерства финансовъ.

И вотъ, въ концѣ 1912 года, варшавское таможенное вѣдомство задержало всѣ заграничныя посылки съ форнитурами, требуя оплатить ихъ не по вѣсу, а со штуки. Новость эта громомъ разразилась надъ шаблонистами и средніе фабриканты начали ропсускать рабочихъ, внезапно передъ праздниками очутившихся безъ хлѣба.

Бросились хлопотать и вѣдомство согласилось вернуться къ прежней пошлинѣ по вѣсу, если... съ пластинокъ будутъ удалены не только всѣ винтики и штифтики, но даже «зубчики», при помощи которыхъ укрѣпляется въ корпусъ механизмъ. А такъ какъ ручнымъ способомъ нельзя выполнить съ точностью машинное заклепываніе, то «согласіе» вѣдомства равносильно отказу и если оно своего распоряженія не отмѣнитъ, то въ Варшавѣ послѣдуетъ полная ликвидація шаблоннаго производства.

## Лазерные волоконные маркировщики Citizen CFM 10, CFM 20



### Лучший выбор

Маркировщики CFM - лучший выбор там, где нужна глубокая, быстрая и точная маркировка

### Применение

Центры пробирования ювелирных изделий, ювелирные заводы; автомобильные запчасти, электронные компоненты, часы, очки, электронные компоненты; металл, пластик, резина, керамика

### Технология

На основе импульсного иттербиевого волоконного лазера

### Параметры, гибкость

Мощность: CFM 10 – 10 Вт, CFM 20 – 20 Вт. Точность ориентировки 0,002 мм. Минимальный размер знака 0,3 мм. Максимальная скорость гравировки 15000 мм/сек. Имеется поворотное устройство для точной и непрерывной маркировки на 360° внутри или снаружи браслетов и колец.

### Совместимость

ПО для WINDOWS, чтение CORELDRAW, AUTOCAD, PHOTOSHOP и других графических файлов (AI, PLT, DXF, BMP, JPEG). Поддержка автоматического кодирования, серийный номер, номер партии, штрих-код с датой и двумерные коды.

### Компактность

Эргономический дизайн, возможность размещения на рабочем столе, 40 кг.



Лучшая  
цена!

Официальный представитель в России  
Москва, ул. Люблинская, 18А,  
тел.: (495) 739 4311, info@sapphire.ru  
www.sapphire.ru

# Перспективы часового дела в России

Изменились ли проблемы часового рынка спустя столетие? Каковы вызовы нынешнего времени для часовых компаний России? Обо всем этом любезно согласился побеседовать с нами совладелец ювелирно-часового холдинга NIKA Group Алексей Богданов. Поскольку встреча прошла во время проведения конференции «Ювелирный рынок России» (подробнее об этом событии читайте на странице 18 этого номера), то первый вопрос был связан с деловыми мероприятиями.

**Ж. Ш.:** Алексей, какая из секций конференции «Ювелирный рынок России» для Вас наиболее интересна? В чем, на Ваш взгляд, польза для отраслевого сообщества в подобных мероприятиях?

**А. Б.:** Хочу заметить, что конференция организована весьма профессионально. Она включает в себя как стратегические вопросы отрасли — пути дальнейшего развития ювелирного рынка, разработку долгосрочной стратегии, так и локальные: борьбу с контрафактом и контрабандой. Достаточно сложно выбрать какую-то одну, наиболее интересную, секцию. На мой взгляд, все темы, предлагаемые для обсуждения, актуальны. На подобных мероприятиях есть возможность узнать что-то новое, расширить свои деловые знакомства, обменяться с коллегами опытом, новыми идеями. Встречи отраслевых специалистов всегда полезны: есть общие вопросы, которые объединяют всех. Кроме того, мы надеемся, что эта конференция привлечет государственные структуры: они лучше поймут, какие проблемы существуют в нашей отрасли, и смогут учесть пожелания бизнес-сообщества при разработке законов, документов, которые регулируют ювелирный и часовой рынки.

**Ж. Ш.:** Как известно, второго августа этого года вступило в силу Соглашение между Правительством Российской Федерации и Федеральным Советом Швейцарской Конфедерации о взаимном признании официальных клейм на изделиях часовой промышленности, изготовленных из драгоценных металлов.

**Как усиливающаяся конкуренция влияет на производство и продажи? За счет чего удается конкурировать с зарубежными поставщиками?**

**А. Б.:** Для компании НИКА эта проблема на сегодняшний день неактуальна, поскольку в нашей нише — производство изделий, часов из золота и серебра среднего ценового диапазона — нет серьезных конкурентов как в Швейцарии, так и во всем мире. Нашу жизнь это соглашение не усложняет. Но если посмотреть на ситуацию шире, то, к сожалению, я вынужден констатировать, что современная Россия многое унаследовала от СССР. Как в старые времена, у нас говорится одно, а на деле происходит совершенно другое. С высоких трибун мы слышим о том, что надо поддерживать отечественного производителя: развивать, расширять отечественное производство. Нельзя сидеть только на ресурсной игле, надо развивать другие направления — переработку, высокотехнологичные отрасли и так далее. Но реальность, в частности это Соглашение, говорит об обратном. Даже не станем сравнивать количество экспортируемых российских часов в Швейцарию и импортируемых от них в нашу страну. Рассмотрим наш внутренний рынок. Швейцарские изделия поставляются к нам, минуя Пробирную палату, так как, согласно Соглашению, действует взаимное признание клейм. Но нас-то данный документ не освобождает от клеймения, а это определенные затраты — как финансовые, так и временные. Таким образом, на своей родной земле мы заведомо попадаем в худшие условия, чем наши зарубежные конкуренты. Это и есть забота о российском производстве?



**Ж. Ш.:** Бренду НИКА исполнилось десять лет. За это время помимо производства открыта сеть фирменных салонов, интернет-магазинов. Как удается интегрировать все каналы в рамках одного бренда?

**А. Б.:** Мы изначально приняли решение развивать розничную сеть только в Москве и следуем этому принципу. Поскольку розничная сеть у нас выведена в отдельное подразделение, в которой собраны специалисты высокого класса, то и проблем никаких не возникает.

**Ж. Ш.:** Что заставляет покупателя совершать покупку часов в интернет-магазине?

**А. Б.:** Исследование покупательского поведения в реальной и виртуальной розничных сетях НИКИ показало, что спрос мало различается: средний чек в интернет-магазине примерно такой же, как и в офлайн-рознице. Нами был составлен портрет online-покупателя. Обычно человек совершает покупку в интернет-магазине, когда определенно знает, какая конкретно модель ему нужна, либо когда он выбирает часы «НИКА» в качестве подарка для своих родных или друзей... Важным фактором в том и другом случае выступает возможность дистанционно заказать товар и воспользоваться услугами курьерской доставки. Плюс цена в этом случае будет чуть ниже, хотя мы твердо придерживаемся правила, что в интернет-магазине цены должны отличаться от офлайна не более чем один-два процента.



*1 место в номинации  
"Благородная фантазия конкурса  
"Лугиные украшения России".  
Торговая марка «Лорие»,  
группа компаний НИКА.  
Часы Allors («Стрекоза».  
Автор В. Исасенко.  
Мастер-ювелир М. Калинин*

**Ж. Ш.:** Каковы перспективы развития у российской часовой компании в сегменте luxury? Есть ли у российских часов перспектива стать престижнейшей маркой в глазах российского потребителя?

**А. Б.:** Перспектива есть. Но, на мой взгляд, работать над этим придется, к сожалению, долго. Мы постепенно эту работу начинаем. Для того чтобы российский бренд (впрочем, это касается практически любого бренда сегмента luxury) с нуля стал котироваться, нужны время — как минимум пять, а то и семь лет, определенные инвестиции в раскрутку бренда и продуманная рекламная кампания. В принципе ничего невозможного нет. 

# Развитие ювелирного и часового дела в Германии:

## ФАКТЫ И ЦИФРЫ

### ИТОГИ ПФОРЦГЕЙМСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ЗА 1913 ГОД

Немецкие журналы следующим образом характеризуют состояние Пфорцгеймской промышленности за истекший год: фабрики изящных ювелирных вещей работали непрерывно круглый год и только в последние летние месяцы несколько сокращали производство; только затягивание платежей стесняло эту отрасль. Фабрики золотых цепей, из-за отсутствия заказов, значительно сокращали производство и в этой отрасли обороты были значительно меньше прошлого года. На серебряные вещи уменьшился спрос и цены тоже

несколько понизились. Оптовая торговля предметами украшения уменьшилась и для самой Германии из-за отсутствия денег и для вывоза за границу из-за Балканской войны. Возрождение учетного процента, висевшая на политическом горизонте в течение всего года тучи и изменения таможенного договора с Америкой не могли не отразиться на всей отрасли пфорцгеймской промышленности.

Ежемесячный иллюстрированный журнал «Русский Ювелирь» № 3, март 1914

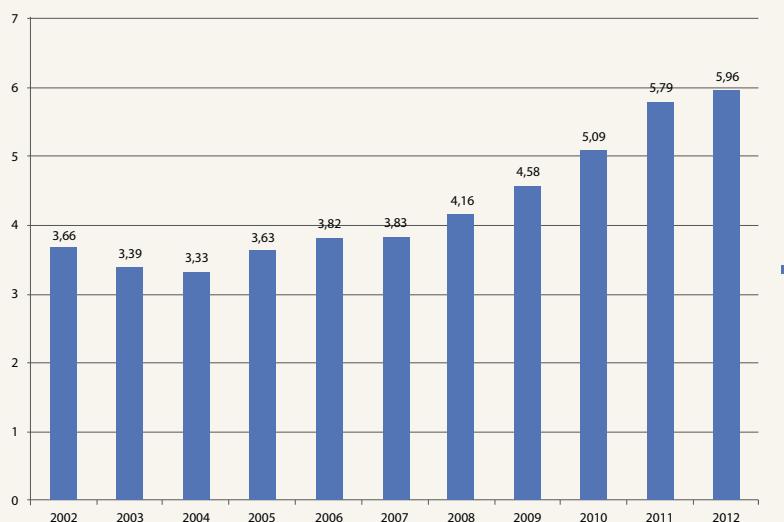
Мировая экономика по-прежнему нестабильна: продолжается корректировка процессов для преодоления финансового кризиса в еврозоне, динамика стран с развивающейся экономикой ухудшилась, американская экономика, вероятно, вырастет не так сильно во второй половине года, как ожидалось ранее, а текущий бюджетный кризис представляет реальную опасность. Но для Германии все складывается неплохо: экономика страны умеренно растет. Немецкой ювелирной и часовой промышленности также ничего не угрожает: за последнее десятилетие оборот торговли ювелирными изделиями и часами в Германии увеличился на 60% и составил в 2012 году около 6 миллиардов евро.

## ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ТОРГОВЛЯ

Согласно данным Федерального статистического ведомства Германии, оборот в торговле ювелирными изделиями и часами за последнее десятилетие увеличился на 60% — с €3660 млн в 2002 году до €5960 млн в 2012 году. Значительный рост был достигнут в 2010 и 2011 годах, когда оборот от продаж впервые преодолел барьер в пять миллиардов евро. А в 2012 году достиг своей высшей точки за последнее десятилетие.

По мнению исполнительного директора выставочной компании Messe München, организатора ювелирной выставки INHORGENTA Клауса Дитриха, немецкий сектор ювелирных изделий и часов очень сильно прибавил в последние годы, и Клаус совершенно уверен, что этот рост продолжится. Он отмечает также большую роль в успешном развитии ювелирного бизнеса выставки «Иноргента», на которой заключается основная часть сделок, а также устанавливаются тенденции рынка на год вперед.

## Торговый оборот ювелирных изделий и часов в Германии (в млрд евро)



Источник:  
Федеральное статистическое управление, Висбаден, 2013

## Оборот ювелирной продукции в Германии



Источник:  
Bundesverband Schmuck und Uhren, 2013

## Оборот часовой продукции в Германии



Источник:  
Bundesverband Schmuck und Uhren, 2013

# ЮВЕЛИРНОЕ ПРОИЗВОДСТВО

Немецкое производство ювелирных изделий за прошедшее десятилетие испытало те же проблемы, что и в других странах: экономический кризис не пощадил никого. В 2002 году выручка от производства ювелирных изделий составила 949 млн, в последующие годы она неумолимо сокращалась, и к 2009 году оборот составил 650 млн. Однако уже в следующем, 2010 году, спад прекратился, отрасль набирала темпы, и в 2011 году оборот вырос до 849 000 000. 2012 год показал результат немного скромнее: оборот зафиксирован на отметке 803 000 000, в первой половине 2013 года общий оборот компаний сократился на 2,5% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и составил приблизительно 385 миллионов.



## Анализ ювелирной отрасли Германии

		2012	2011
1	Оборот ювелирных изделий и столового серебра в €1.000	803.000	849.000
	Оборот по группам продуктов:	в %	в %
1.1	ювелирные изделия из золота и платины	75	76
1.2	ювелирные изделия из серебра	10	10
1.3	позолоченные ювелирные изделия	5	3
1.4	бижутерия	7	6
1.5	столовое серебро	3	4
2	Количество фирм	345	350
3	Число сотрудников	5.850	5.900
4	Общий экспорт ювелирных изделий и столового серебра в € 1.000	1.099.620	1.047.091
	Оборот по группам продуктов:	в %	в %
4.1	экспорт в Европу	84	84
	в т.ч. в Евросоюз (EU)	59	64
	в т.ч. в страны Европейской ассоциации свободной торговли (EFTA)	25	20
4.2	экспорт в Азию	9	9
4.3	в другие страны	7	7
5	Импорт ювелирных изделий и столового серебра в €1.000	1.522.698	1.448.293
	Оборот по группам продуктов:	в %	в %
5.1	импорт из Европы	46	44
	в т.ч. из стран Евросоюза (EU)	28	29
	в т.ч. из стран Европейской ассоциации свободной торговли (EFTA)	18	15
5.2	из Азии	52	53
5.3	из других стран	2	3

Источник: Федеральное статистическое управление

**По сообщению Федерации немецких производителей ювелирных изделий и часов, около двух третей всего немецкого производства ювелирных изделий сосредоточено в районе Энци, центром которого является город Пфорцхайм. В 2012 году в Германии зарегистрировано 90 предприятий, занятых часовым производством, с численностью сотрудников около 3300 человек. В ювелирной промышленности насчитывается 355 предприятий, число сотрудников — около 5850.**



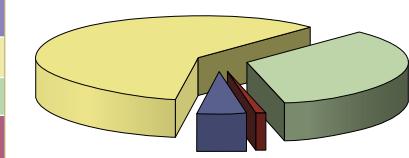
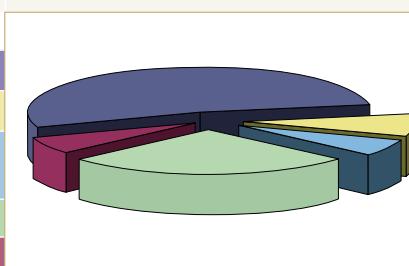
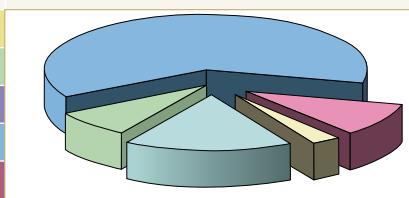
# ПРОИЗВОДСТВО ЧАСОВ

В часовом производстве наибольший спад также отмечен в 2009 году. В то время как 2002 год показал валовую прибыль в размере €614 млн, через семь лет она была лишь €390 000 000. И, как в ювелирной отрасли, подъем в часовом секторе зафиксирован в 2010-м. Со следующего года оборот

достиг более €500 миллионов, а в прошлом году практически вышел на докризисный уровень и составил €570 000 000. В первой половине 2013 года оборот часовой промышленности Германии вырос на 15% и составил около €266 млн.

## Часы и механизмы

		2012	2011
1	Оборот в €1.000	570.000	580.000
	Оборот по группам продуктов:	в %	в %
1.1	наручные часы	63	59
1.2	часы	10	10
1.3	запчасти	3	4
1.4	механизмы для часов	17	20
1.5	иное	8	8
2	Количество фирм	90	87
3	Количество сотрудников	3.300	3.200
4	Общий экспорт в €1.000	1.568.006	1.454.584
	Оборот по группам продуктов:	в %	в %
4.1	экспорт в Европу	67	66
	в т.ч в Евросоюз (EU)	53	52
	Швейцария	8	9
	в т.ч. в страны Европейской ассоциации свободной торговли (EFTA)	6	5
4.2	экспорт в Азию	27	28
4.3	в другие страны	6	6
5	Импорт в €1.000	2.052.529	1.738.285
	Оборот по группам продуктов:	в %	в %
5.1	импорт из Европы	65	65
	в т.ч из стран Евросоюза (EU)	5	7
	Швейцария	60	58
5.2	из Азии	34	34
5.3	из других стран	1	1



В целом, статистические и экономические показатели позволяют позитивно смотреть на развитие как ювелирной, так и часовой промышленности Германии. По прогнозу Института маркетинговых исследований GfK Group, общий объем розничной покупательской способности в 2013 году для Германии составит 450 100 000 000 евро, что представляет собой номинальное увеличение на 1,7% по сравнению с прошлым годом. Какую часть из этой суммы немцы потратят на по-

купки ювелирных украшений, предсказать сложно, но то, что, согласно данным исследования, многие немецкие граждане наряду с недвижимостью запланировали покупку драгоценностей в этом году, внушает оптимизм ювелирной промышленности Германии.

(В статье использованы данные, предоставленные редакции Messe München GmbH, BV Schmuck + Uhren)

Фото: Messe München GmbH



# Шедевры микромеханики — 2013: 10 САМЫХ ДОРОГОСТОЯЩИХ ЧАСОВ В МИРЕ

В канун Нового года принято подводить итоги старого. Именно поэтому мы решили рассказать вам о наручных часах, которые, по данным ведущих мировых экспертов на 2013 год, являются сегодня наиболее выдающимися по своему ценовому эквиваленту.



**Л**юбопытный факт. Предшественники современных ювелирных наручных часов, которые еще в эпоху Возрождения стали стараниями гениальных мастеров единично появляться во Франции, Швейцарии, Англии, Австрии и т. д., были далеки от технического совершенства. Стать владельцем таких часов мог позволить себе даже не каждый аристократ, которому в дальнейшем, естественно, приходилось постоянно открывать их, чтобы осмотреть, завести, откорректировать показания и установить точное время. Именно поэтому абсолютно все сохранившиеся до наших дней самые ранние образцы часового искусства свидетельствуют о том, что в первых персональных ювелирных часах, распространенной конструкцией которых был парный корпус с двумя дополнительными защитными крышками, практически всегда украшались и внешние детали, и сам часовой механизм: моты, платины, колеса, узлы и др.

В наш век высокопрецизионных электронных измерителей времени многое изменилось. Однако спустя столетия всевозможных научных открытий, творческих поисков, технических решений, значительных внедрений и видоизменений микромеханика вновь стала предметом, предназначенным прежде всего для искушенных ценителей прекрасного. А знаменитые компании — создатели элитных наручных часов по-прежнему в равной степени уделяют внимание и незаурядной идее, и внешнему облику, и великолепию внутреннего содержания своих произведений. Шаг за шагом эволюция часового мастерства постепенно достигла уровня, при котором легендарные часовые бренды стали сначала обнажать механизм, открывая его для созерцания с помощью специально придуманного сапфирового окошка на задней крышке часов. А затем еще и придавать технически сложному часовому механизму эстетическую ценность с помощью профессиональных художников, дизайнеров и ювелиров.

Ювелирные механизмы в наше время становятся все не обязательно отсчитывающими это самое время. Два искусства — часовое и ювелирное — сливаются воедино, даря человечеству совершенно новые и удивительные коллекции ювелирных механических аксессуаров, таких как роскошные перстни, авторучки, запонки со встроенными каретками турбийонов (дополнительными часовыми устройствами стоимостью в десятки тысяч долларов) или восхитительные кулоны с указателями текущей фазы Луны. При этом главные методы украшения изысканных ювелирных механизмов остались теми же, что и несколько веков назад: это гравировка (резьба) и гильоширование деталей, использование различных драгоценных камней и эмали, добавление таких дополнительных подвижных элементов, как жакемары и турбийоны, а также полная или частичная скелетонизация механизмов.

Кроме традиционных технологий в наиболее дорогих часах с прозрачным корпусом для изготовления мостов, платин, колес и роторов автоподзавода применяются драгоценные металлы или сапфир. Современные создатели лучших в мире часов пользуются также высокотехнологичными материалами, металлами и сплавами, специальной термообработкой деталей и т. д. И хотя большинство операций по изготовлению часов производится сейчас с помощью автоматизированного оборудования, фирмы-изготовители самых дорогостоящих часов проводят ручную обработку каждой детали и, безусловно, ручную сборку своих уникальных механизмов.

Итак, какие же часы считаются сегодня самыми дорогими в мире?

Этот шедевр стоит столько, что всем, кроме таинственного покупателя, известна лишь приблизительная стоимость. Настоящая гордость швейцарской часовой мануфактуры Jaeger-LeCoultre — восхитительная часовая модель Manchette, которая стала новым изданием в коллекции Joallerie 101. Когда-то одни часы из этой серии полюбили будущей королеве Великобритании Елизавете II: 2 июня 1953 года левое запястье молодой королевы, которая выбрала для своей коронации ювелирное изделие фирмы Jaeger-LeCoultre, украшала именно бриллиантовая модель 101 Calibre Joallerie.

Крошечный механизм этих часов, Calibre 101, был изобретен мастерами швейцарской компании еще в 1929 году, и, надо отметить, по сей день он считается самым маленьким механизмом в мире. В собственном мануфактурном музее Jaeger-LeCoultre выставлены несколько старых часовых моделей с этим крошечным чудо-калибром, в том числе полностью бриллиантовая модель 1938 года выпуска, а также редкие часы-кулоны (символично, что экспозицию 101 Calibre Joallerie завершает знаменитая черно-белая фотография с коронации Елизаветы II).

Часы Jaeger-LeCoultre Joaillene 101 Manchette выглядят как браслет и представляют собой сочетание полированных и инкрустированных бриллиантами квадратных пластинок, выполненных из белого золота 750 пробы. Миниатюрные женские ювелирные наручные часы с механическим ручным подзаводом Jaeger-LeCoultre Calibre 101, серебристым циферблатом, сапфировым стеклом и головкой подзавода, расположенной на задней части часового корпуса, инкрустированы 576 бриллиантами и 11 ониксовыми кабошонами.

## I место

**женские наручные часы-браслет  
Jaeger-LeCoultre Joaillene 101 Manchette  
\$26 000 000 +**

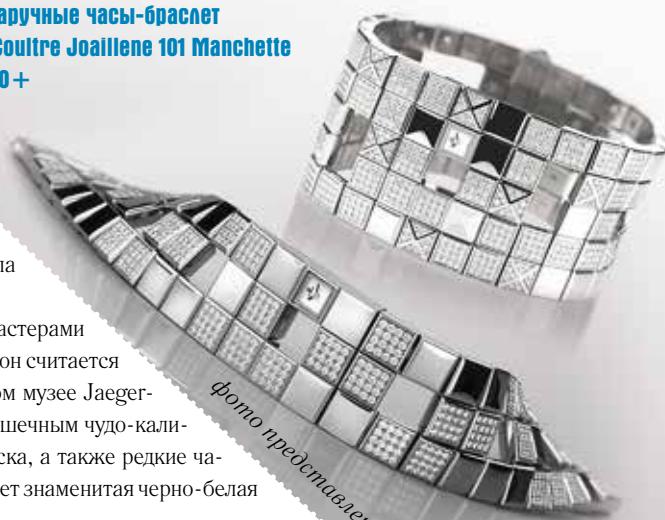


фото представлено на сайте Juxist.com

## 2 место:

**женские наручные часы-браслет  
Chopard 201 Carat Watch  
\$25 000 000**

Часы 201 Carat — самое впечатляющее произведение искусства, созданное в единственном экземпляре швейцарским ювелирным домом Chopard, самые дорогие в мире часы 2012 года. Браслет из белого золота инкрустирован 874 белыми, желтыми, голубыми и розовыми бриллиантами сложной огранки различной формы и размеров. Общий вес драгоценных камней этого грандиозного украшения достигает 200 карат. Цветные фантазийные кристаллы собраны здесь в виде прекрасных цветов, сердцевин и стебли которых

выполнены из желтых камней, а лепестки драгоценных нарциссов созданы из идеальных белых алмазов.

В середине браслета скрыт маленький золотой циферблат, окруженный тремя большими бриллиантами редкой огранки сердцевидной формы: самый крупный из них, розовый, весит 15 карат, голубой — 12 карат, а белый — 11 карат. Специалисты Chopard, фирмы, начинавшей свою деятельность в середине XIX века в качестве часового производителя, объединили в этом ювелирном изделии все самые лучшие традиции компании, благодаря чему часы 201 Carat обладают уникальным дизайном, позволяющим смотреть на циферблат, как на распускающийся цветок, а также идеальным устройством часового механизма.

фото представлено на www.chopard.com



фото представлено на [www.patek.com](http://www.patek.com)



### 3 МЕСТО

**старинный карманный хронограф  
Patek Philippe Henry Graves Super  
Complication Pocket Watch  
\$11 000 000**

Раритетные часы Patek Philippe Henry Graves Super Complication Pocket Watch были изготовлены в 1932 году по специальному заказу для банкира Генри Грейвза. Работа над этим экземпляром, корпус которого сделан из 18-каратного золота, заняла у мастера 4 года скрупулезной работы. Часы были проданы за 11 миллионов долларов с аукциона в 1999 году.

### 4 МЕСТО

**фамильные наручные часы  
Patek Philippe Reference 1527 Wristwatch  
\$5 000 000**

Эти часы из 18-каратного золота с вечным календарем, 23 драгоценными камнями, серебряным циферблатом, золотыми арабскими цифрами и астрономической стоимостью Patek Philippe Reference 1527 Wristwatch представляют собой ценность главным образом потому, что принадлежали членам семьи Stern, непосредственным владельцам Patek Philippe.



фото представлено на [www.patek.com](http://www.patek.com)

### 5 МЕСТО

**старинный карманный хронограф  
Breguet & Fils Paris Precision  
Stop Watch  
\$4 700 000 +**

фото представлено на [www.breguet.com](http://www.breguet.com)



Самый дорогой хронограф за всю историю существования часовой марки Breguet. Возможно, поэтому в 2012 году их покупателем стало не частное лицо, а музей Breguet. Редчайшие часы в золотом корпусе и с двумя механизмами, которые создал сам Авраам-Луи Бреге, который первый раз продал их в 1814 году частному клиенту из Лондона по фамилии Гарсиас за 5000 франков.

Часовая марка Louis Moinet носит имя талантливое, выдающегося часового мастера, который наряду с великим изобретателем и мастером Авраамом-Луи Бреге (недаром его называли «Королем часовщиков и Часовщиком королей») создавал миниатюрные шедевры для самых знаменитых людей и важных исторических деятелей, в частности таких, как Наполеон Бонапарт, император Александр I, американских президентов Томаса Джефферсона и Джеймса Монро. При производстве серии, к которой относятся эти потрясающие мужские наручные часы с турбийоном (помимо Meteoris Asteroid она включает в себя целый паноптикум: модели Mars, Rosetta Stone и Moon), использовались осколки различных по своему происхождению и составу космических тел — редких метеоритов, астероидов и лунных камней. Корпус часов изготовлен из 18-каратного золота.

фото представлено на [www.louismoinet.com](http://www.louismoinet.com)



### 6 МЕСТО

**мужские наручные часы  
Louis Moinet Meteoris Asteroid Watch  
\$4 600 000**

## 7 место

мужские наручные часы

**Patek Philippe 1939 Platinum World Time Watch**

**\$4 100 000**

Эти эксклюзивные, единственные в мире платиновые часы мануфактуры Patek Philippe Platinum с функцией World Time, указывающей текущее время для 42 разных городов мира, были сделаны в 1939 году. Модель 1939 Platinum World Time Watch является частью знаменитой и хорошо известной искушенным ценителям и знатокам коллекции Patek Philippe's World Time Collection. На одном вращающемся кольце находятся названия 24 городов, в то время как второе вращающееся кольцо имеет 24-часовые метки. Благодаря им в любой момент можно узнать и местное время, и время различных городов, расположенных в других часовых поясах. Последний раз эти часы показывались широкой публике в 2002 году, во время аукциона, видимо, поэтому лучшего их фотоизображения так и не нашлось.



*фото представлено на [www.patek.com](http://www.patek.com)*

## 8 место

мужской наручный хронограф

**Patek Philippe 1928 Single-Button Chronograph Watch**

**\$3 700 000**

Эти дорогие мужские наручные часы, практически полностью изготовленные из 18-каратного белого золота, были сделаны в 1928 году мастерами фирмы Patek Philippe в единственном экземпляре. Сапфировое стекло, посеребренный матовый циферблат, золотые стрелки и оформление в стиле Breguet — вот она та самая классика, которая всегда вне моды и всегда вне конкуренции. Patek Philippe 1928 Single-Button Chronograph Watch интересны тем, что работа их хронографа осуществляется с помощью единственной кнопки, функцию которой в данном случае выполняет... да-да, речь идет о заводной головке.



*фото представлено на [www.christies.com](http://www.christies.com)*

## 9 место:

наручные часы-браслет

**Piaget Emperador Temple Diamonds Watch**

**\$3 300 000**

Блеск и роскошь этих уникальных и поистине ослепительных часов Piaget Emperador Temple Diamonds с двумя передними крышками, верхняя из которых выполнена в виде пирамидки, буквально завораживают. Бесспорную принадлежность Emperador Temple Diamonds к произведениям высокого ювелирного искусства определяют 481 бриллиант круглой огранки, 207 багетной огранки, а также бриллианты изумрудной огранки: сияющий перламутровый циферблат инкрустирован 162 круглыми и 11 багетными драгоценными камнями, а дополнительными 350 багетами усыпан весь браслет. Под второй потайной крышечкой этих часов с 40-часовым запасом хода спрятаны турбийон и часовой механизм — а это уже область высокого часового искусства.

*фото представлено на [www.luxist.com](http://www.luxist.com)*



## 10 место

мужские наручные часы

**Patek Philippe 1953 Model 2523 Heures Universelles Watch**

**\$2 900 000**

14 мая 2012 года аукционный дом Christie's провел торги Important Watches, на которые было выставлено 414 лотов. Это был второй по величине вырванных средств результат за всю историю аукциона: выручка аукциона составила \$32 700 000. Первым самым дорогим лотом оказались вышеупомянутые Breguet & Fils Paris Precision Stop Watch. А вот вторым стали эти

раритетные мужские наручные часы, выпущенные компанией Patek Philippe в 1955 году. Золотая часовая модель Patek Philippe 2523 Heures Universelles Watch, разноцветный эмалевый циферблат которой украшает картографическое изображение континента Северная Америка, оснащена двумя заводными головками и в 24-часовом формате отображает время для 24 временных зон. Тем не менее стоимость шедевра ошеломляет. Как в 1748 году писал в «Совете молодому купцу» Бенджамин Франклин: «Time Is Money».

*фото представлено на [www.patek.com](http://www.patek.com)*



# Citizen®

ISO 9001 : 2008 CERTIFIED

Анализатор каратности  
Серия GT



#### Применение

- Пункты скупки старого золота, платины и серебра
- Ювелирные демонстрационные залы
- Банки
- Финансовые учреждения
- Ломбарды

[www.citizenscales.com](http://www.citizenscales.com)  
[www.citizeninc.com](http://www.citizeninc.com)



## Анализатор драгоценных металлов



**Citizen**<sup>®</sup>  
ISO 9001 : 2008 CERTIFIED

### Технология

Оценка чистоты золота и прочих металлов с помощью измерения удельной плотности образца для определения подлинности драгоценного металла.

### Легкость

Легкость использования.  
Простое измерение в течение 10 секунд.

### ОГРАНИЧЕНИЯ

Анализаторы каратности не гарантируют точности измерения образцов, которые:

- имеют отверстия или являются полыми
- имеют камни или бриллианты
- содержат примеси металлов, близких по плотности с золотом, платиной или серебром.

### Преимущества

- Определяет ювелирные изделия из ненастоящего золота.
- Анализатор каратности драгоценных металлов оценивает чистоту ЗОЛОТА в процентах/каратах.
- На Ваших изделиях не остаются пятна или царапины после проведения исследования.
- При помощи Анализатора Каратности можно исследовать прочие драгоценные металлы, такие как платина, белое золото и серебро.
- Может быть использован в качестве обычных весов или измерителя плотности.
- Определяет чистоту металла для подтверждения подлинности пробы на золоте (платине).
- Определение изделий, покрытых сверху настоящим золотом (платиной), а изнутри – прочими металлами.
- Возможность измерения золотого лома и определения средней чистоты.

### ФУНКЦИИ :

#### ЗОЛОТО / БЕЛОЕ ЗОЛОТО

- Позволяет проводить измерения чистоты в пределах 9-24 каратов с шагом в 1 карат. Возможность одновременного отображения результатов в %.
- Возможность самостоятельного выбора меди или серебра в качестве металла, с которым было смешано ЗОЛОТО.

#### ПЛАТИНА / СЕРЕБРО

- Позволяет проводить измерения чистоты в пределах 600 – 1000 с шагом в 50. Возможность одновременного отображения результатов в %.
- Возможность самостоятельного выбора палладия, рутения или кобальта в качестве металла, с которым была смешана ПЛАТИНА.

Модель	CY 323GT	CY 613GT	CG 612GT	CG 3102GT
Мощность	320 г	610 г	610 г	3100 г
Точность измерения веса	0,001 г	0,001 г	0,01 г	0,01 г
Точность измерения плотности	0,001 г / см <sup>3</sup>	0,001 г / см <sup>3</sup>	0,01 г / см <sup>3</sup>	0,01 г / см <sup>3</sup>
Чистота	9-24-каратное золото с шагом в 1 карат / Платина 600-1000 пробы с шагом в 50 % и чистотой 99,9%			
Минимальный вес образца	2 г	2 г	5 г	10 г
Вес в воздухе	108 x 100			160 x 140
Вес в воде	100 x 92			160 x 140
Наличие ветрозащиты	Ветрозащитный экран открытый сверху		Нет	Нет
Дисплей	Яркий ЖК-дисплей со светодиодной подсветкой			
Рабочая температура	10°C - 30°C			
Габариты (ШxГxВ)	342 x 212 x 270			342 x 212 x 230
Электропитание	Адаптер переменного тока 100-240 В +/- 20% 50-60 Гц			
Вес нетто с упаковкой	8,0 кг			8,0 кг
Габариты упаковки	500 x 380 x 510			500 x 380 x 230

Официальный представитель в России  
Москва, ул. Люблинская, 18А,  
тел.: (495) 739 4311, info@sapphire.ru  
www.sapphire.ru

# Венчания на царство и коронации в Московском Кремле

В конце сентября в Музеях Кремля открылась выставка, посвященная главной церемонии российской монархии — венчанию на царство и коронациям российских государей. 467 лет назад, 16 января 1547 года в Успенском соборе Кремля прошла торжественная церемония венчания на царство Великого князя московского Ивана IV (Грозного). «Се от Бога ныне поставляешися и помазуешися, и нарицаишися князь великий Иван Васильевич, боговенчанный царь и самодержец всеа Великия России», — объявил митрополит Макарий в ходе церемонии. Так впервые на Руси был официально введен царский титул, а государство стало официально называться «Российское царство». В те времена утвердилась идея об особой роли Руси в православном мире, владыка которой является преемником византийских царей, получившим от них царское достоинство.



Экспозиция выставки делится на два раздела: о венчаниях на царство с XVI по XVII в., когда российские правители носили царский титул, рассказывается в Успенской звоннице, а об истории коронаций императорской эпохи XVIII–XIX вв. — в Патриаршем дворце. Обряд венчания на царство являлся главной государственной церемонией и состоял из нескольких следовавших друг за другом этапов, самые важные из которых происходили в Успенском соборе Московского Кремля. Кульминационным моментом всего действия было возложение регалий на будущего царя, благодаря чему он из претендента на престол превращался в законного властителя. На выставке демонстрируется полный комплекс государственных регалий, сформировавшийся в конце XVI в. и использовавшийся на протяжении всего XVII столетия: это Крест Животворящего Древа, бармы, Шапка Мономаха, цепь, скипетр и держава. Причем царских венцов в Успенской звоннице демонстрируются сразу три: важнейшая регалия русских государей — шапка Мономаха, которая в течение двух столетий участвовала в обряде их поставления на престол. Шапка Мономаха второго наряда, представленная на выставке, своим необычным названием обязана исторической ситуации, сложившейся в России после смерти бездетного царя Федора Алексеевича. На трон взошли сразу два его брата Иван и Петр Алексеевичи. Во время церемонии венчания на царство среди прочих регалий на братьев были возложены «...царские венцы, еже есть шапки, зовомы Мономаховы»: на Ивана — старинная шапка Мономаха, на Петра — специально сделанный по этому поводу новый венец, названный Шапкой Мономаха второго наряда. После присоединения к Московскому царству Казанского ханства в 1552 году был изготовлен еще один венец — Шапка Казанская в память о походе



Н. С. Самокин. Имперские регалии. 1896–1899. Картон; карандаш, акварель, дс.м.л. 47,7×32,9. Научная библиотека Российской академии художеств. Инв. № 60336/6



*Шляпка Казанская. Москва, мастерские Кремля (?), 1553 (?). Золото, серебро, сапфир, рубины, турмалины, бирюза, жемчуг; соболинй мех; чеканка, литые, резьба, чернь. Дл. окружности 65; в. 24,8. Музеи Московского Кремля. Инв. № Р-4/1-2*

*Шляпка Мономаха второго наряда. Москва, мастерские Кремля, 1682. Золото, рубин, сапфир, изумруды, турмалины, сердолик, жемчуг; бархат; чеканка, литые, резьба. Дл. окружности 61; в. 20,3. Музеи Московского Кремля. Инв. № Р-7*

*Шляпка Мономаха. Золотая Орда (?), первая половина XIV в. (?); крест. Москва, XVII в. (?); касты калиней на тулье. Москва, XVII в. Золото, сапфир, рубины, изумруды, желтый корунд, шпинель, жемчуг; серебро, бархат, атлас, мех; чеканка, литые, ковка, скань, зернь, резьба, просечная резьба, эмаль. Дл. окружности 61; в. 18,6. Музеи Московского Кремля. Инв. № Р-3/1-3*

на Казань, прошедшем под предводительством самого царя, который после этого события добавил к своему титулу дополнение — «царь Казанский».

Эпилогом первого раздела экспозиции и своеобразным прологом к ее второй части являются мемориальные предметы, связанные с именем царя Петра Алексеевича, ставшего впоследствии первым российским императором, в числе которых принадлежавший ему драгоценный наперсный крест. Здесь же представлен портрет цесаревича Петра Алексеевича работы неизвестного художника. В выставочных залах разместились около четырехсот экспонатов: от государственных регалий до архивных документов, гравюр и фотографий, позволяющих воссоздать величественную атмосферу коронационных празднеств в России, многие из которых представлены впервые. Один из них — Акт о престолонаследии, который император Павел I публично огласил во время своей коронации и собственноручно положил в серебряный ларец «для хранения на престоле Успенского собора». Долгое время документ был известен только в копиях, пока в ходе архивных изысканий в процессе подготовки выставки не обнаружился драгоценный подлинник.

Во втором разделе выставки, посвященном одиннадцати имперским коронациям XVIII—XIX вв., особое внимание уделено государственным регалиям, сменившим древние после принятия царем Петром Алексеевичем титула императора и превращения России в империю. Новый комплекс символов власти, в который из прежнего вошли скипетр и держава, формировался на протяжении XVIII столетия и включил в себя императорские корону и мантию (с 1724 г.), знак и цепь высшего российского ордена Святого апостола Андрея Первозванного (с 1730 г.), государственные меч, знамя и печать (с 1742 г.).

*Слева вверху: Скипетр. Западная Европа, конец XVII — начало XVIII в. Золото, бриллианты, рубины, изумруды, жемчуг; литые, чеканка, резьба, эмаль, канфарение. Дл. 70,5. Музеи Московского Кремля. Инв. № Р-18*

*Держава. Западная Европа, конец XVII — начало XVIII в. Золото, серебро, сапфир, изумруды, алмазы, рубины, жемчуг; литые, чеканка, резьба, эмаль. В. 42,4; диаметр основания 6,7. Музеи Московского Кремля. Инв. № Р-15*

Коронация представляла собою цепь торжеств, состоящую из въезда государя в Москву, коронация, поздравительных аудиенций и многих других специальных мероприятий. Вот как описывает события коронации Александра I, состоявшейся в сентябре 1801 года, литератор И. А. Второв: «Еще до прибытия Государя в Москву несколько дней продолжалось извещение о его коронации чрез герольдов. По всем улицам Московским с отрядом драгун ездил герольды в шитых мундирах, в суперверсах, в обложенных позументами шляпах с плюмажами и разноцветными перьями, с жезлами — пред ними трубачи и литавщик возвещали шествие, останавливались в разных местах и читали объявление о коронации, все улицы стекались тогда толпами народа, а по сему можно заключить о количестве онаго во время торжественного шествия Государя в Москву».

Коронация завершалась традиционным пиром в Грановитой палате, специально для которого из Оружейной палаты выдавалась древняя серебряная посуда. В Патриаршем дворце демонстрируется знаменитый Кремлевский фарфоровый сервиз, использовавшийся во время банкетов на коронациях Александра II, Александра III и Николая II.

В проекте приняли участие Государственный Эрмитаж, Государственный исторический музей, Государственный музей-заповедник «Павловск», Государственный архив Российской Федерации, Российский государственный архив древних актов, Российская государственная библиотека, Научная библиотека Российской Академии художеств, Российский государственный архив кинофотодокументов, Санкт-Петербургский государственный музей театрального и музыкального искусства. Продлится выставка до 22 января 2014 года.



# Продолжение традиций



В течение 2013 года в честь в 400-летия дома Романовых проходили юбилейные торжества в Екатеринбурге, Костроме, Санкт-Петербурге, Москве, Нижнем Новгороде и других городах. Удивительное совпадение — города, неразрывно связанные с историей императорской династии и важными вехами истории Государства Российского являются столицами ювелирных центров России.

**Кострома. Рождение династии. Сюда весной 1613 года в Ипатьевский монастырь прибыло посольство с приглашением на царство. В Троицком соборе монастыря было дано торжественное согласие на царство, и 19 марта юный царь отбыл в Москву. Кострома с тех пор стала пользоваться особым вниманием династии Романовых.**

**Москва — место коронации российских царей и императоров. Здесь взшел на русский престол Михаил Федорович Романов 11 июля 1613 года.**

**Петербург — 22 октября (2 ноября) 1721 года после победы в Северной войне в Троицком соборе Петербурга царю Петру I был поднесен титул Императора. Принято считать, что именно в этот день Российское царство, Московия, официально превратилось в Российскую империю и начался отсчет нового, имперского периода в истории страны.**

Представители императорского дома Романовых высказали пожелание, чтобы 400-летие династии в стране отмечали камерно. 1 марта 2012 года было опубликовано обращение Главы дома Романовых Е. И. В. Государыни Великой Княгини Марии Владимировны к соотечественникам о праздновании 400-летия преодоления смуты и восстановления российской государственности. В нем, в частности, говорится:

«Нам необходимо глубоко проникнуться мыслью, что мы празднуем 400-летие подвига нашего великого многострадального народа. В первую и главную очередь — это не чествование династии, иерархов, военачальников, дипломатов и аристократов, сколь бы ни был весом их вклад в общенациональную борьбу, но прославление мужества, самопожертвования и любви простых людей, освободивших и возродивших нашу страну... Нисколько не приуменьшая значение символических государственных, церковных и общественных актов, мы обязаны выделить и поставить во главу угла социальное и просветительское наполнение юбилея...»

В течение года открылось небывалое количество выставок в разных уголках Российской Федерации и за ее пределами, в том числе и государствах составляющих ранее Российскую Империю и СССР, посвященных юбилейной дате, прошли конференции, научные чтения, музыкальные и кинофестивали, изданы научные сборники, книги, альбомы...

По инициативе главного редактора журнала Владимира Пилюшина издательство «Русский Ювелир» к четырехсотлетию дома Романовых выпустило научно-популярное издание «Поставщики Российского Императорского Двора». Книгу написал В. А. Толмацкий, известный петербургский искусствовед, автор многочисленных научных публикаций по истории российского художественного и антикварного рынка.

# ПОСТАВЩИКИ РОССИЙСКОГО ИМПЕРАТОРСКОГО ДВОРА — ЛУЧШИЕ В ОТЕЧЕСТВЕННОМ БИЗНЕСЕ

В. А. Толмацкий

В дореволюционной России звание Поставщика Двора являлось для деловых людей: промышленников, крупных ремесленников, торговцев — исключительно престижным и значимым. Оно изначально, еще с середины XIX века, воспринималось как свидетельство высшей оценки за долгий и высококвалифицированный труд, служащее наиболее убедительным гарантом их безукоризненной профессиональной деятельности. И разумеется, сама привилегия использования эмблемы Поставщика царской семьи и великих князей (о перипетиях неизменно предшествовавшей тому жесточайшей конкурентной борьбе сегодня можно только догадываться; впрочем, все это в итоге лишь шло на пользу делу), изображение российского Государственного герба, воспринималась в этой среде в качестве самой почетной награды.

Все шесть десятилетий своего существования этот механизм определения лучших представителей российского промышленного и торгового бизнеса функционировал весьма эффективно. В основе же его успешной деятельности лежала простая и вместе с тем наиболее работоспособная схема: профессиональный контроль и долгий экзаменационный период, длившийся подчас до 10 лет, который фирма-соискатель, предлагавшая свою продукцию или услуги императорской фамилии, должна была пройти без каких-либо нареканий со стороны этих заказчиков. Важно заодно напомнить, что помимо собственно российских фирм в числе Поставщиков значилось также немало представителей иностранного бизнеса — один другого известнее. Так и сложился в итоге этот очень примечательный список, внимательное ознакомление с которым способно породить не одно емкое историческое исследование.

В этом внушительном документе, включающем многие и многие сотни номеров, нередко соседствуют фирмы и персоны, бывшие когда-то непримиримыми соперниками. Это часовщики Мозер и Буре, ювелиры Фаберже и Картье, Сазиков, Хлебников и Овчинников, знаменитые мастера музыкальных инструментов Блютнер, Бехштейн, Беккер, кондитеры Борман, Абрикосов и



Ландрин. Мебельщики, антиквары, фотографы, полиграфисты, парфюмеры, портные, парикмахеры, аптекари, виноделы и пивовары, булочники, производители табачных изделий, торговцы тканями, электротехники, каретные мастера и шорники... Поистине необъятное количество имен. Каждому из них отведено ныне свое, иной раз очень видное, но чаще — не слишком приметное место в истории. И вместе с тем каждый из входящих в этот почетный список в равной степени заслуживает и внимания, и искреннего уважения. Ведь в своем деле были они лучшими из лучших.

# ПОСТАВЩИКИ РОССИЙСКОГО ИМПЕРАТОРСКОГО ДОМА — ВОЗРОЖДЕНИЕ ТРАДИЦИЙ

В. В. Пилюшин

Мы постепенно возвращаем в нашу жизнь многие традиции и ценности многовековой истории страны. В 1991 году в связи с возвращением Северной столице ее имени Великий Князь Владимир Кириллович с супругой Леонидой Георгиевной впервые посетили Санкт-Петербург. И с тех самых пор связь наследников Дома Романовых с Россией не прерывалась. Говоря о роли Российского Императорского Дома в наши дни, его Глава — Великая Княгиня Мария Владимировна всегда

подчеркивает, что династия направляет все свои усилия на восстановление исторической преемственности, помощь соотечественникам в возрождении веры, патриотизма, национального единства, нравственности и всех лучших обычаев нашего многонационального народа.

Одним из этих обычаев является система поощрения лучших товаров. Звание «Поставщик Двора Его Императорского Величества» ценилось очень высоко — предприятия годами добива-



*Церемония вручения Указа Ее Императорского Высочества Великой Княгини Леониды Георгиевны о присвоении компании «Сентябрьевъ» почетного звания Официального Поставщика Российского Императорского Дома*



*Вручение знаков ордена Святого Станислава I степени А. С. Горыне Е. И. В. Государыней Великой Княгиней Марией Владимировной Романовой. Санкт-Петербург. Собор Петра и Павла. 25 апреля 2012 г.*



*Вручение А. П. Павленко Императорского ордена Святой Великомученицы Анастасии Е. И. В. Государыней Великой Княгиней Марией Владимировной*



лись получения этого почетного звания. Надо признать, что «правила игры» были весьма жесткие, и это звание действительно зарабатывалось и высочайшим качеством продуктов, и безупречной деловой репутацией.

Российский Императорский Дом возродил давнюю традицию, награждая лучших производителей высоким званием Официальных Поставщиков, удостоверяя таким образом высокое качество выпускаемых ими товаров.

Первым почетного звания удостоен был в ноябре 1999 года ведущий российский производитель художественной бронзы и элитной мебели в классических стилях петербургская компания «Сентябрьевъ», получивший высший «знак качества» от Ее Императорского Высочества Великой Княгини Леониды Георгиевны. В Указе говорится: «Принимая во внимание заслуги в деле возрождения российской культуры в области традиционной обработки ювелирных и интерьерных изделий из цветных металлов и полудрагоценных камней, учитывая их регулярные поставки „Российскому Императорскому Дому“, присваиваем торговой марке „СЕНТЯБРЕВЪ“ почетное звание „Официальный Поставщик Российского Императорского Дома“ с правом пользования оным как товарным клеймом на своих изделиях».

А 25 апреля 2012 года было удостоено почетного звания «Официальный Поставщик Российского Императорского Дома» петербургское производственное предприятие ЗАО «Грингор».

Е.И.В. Великая Княгиня Мария Владимировна пожаловала Грамоту №2 /П-2012 президенту ЗАО «Грингор» Александру Сергеевичу Горыне «За воздаяние выдающихся заслуг в деле сохранения и развития традиций русского православного церковного ювелирного искусства и во свидетельство особого благоволения».

Третьей компанией, удостоившейся великой чести, и первым предприятием, получившим это почетное звание в юбилейный год 400-летия Царственного Дома Романовых, стал завод шампанских вин «Новый Свет». Примечательно, что впервые государственное предприятие, каковым является завод, получило Высочайшее соизволение размещать на выпускаемой продукции логотип статуса Официального Поставщика Ее Императорского Высочества. Великая Княгиня Мария Владимировна поблагодарила директора предприятия Янину Павленко и весь коллектив завода, отметив, что «если бы не их труды, если бы не их самоотверженность, могло все это рухнуть, все распасться, все погибнуть — все то, что создавал князь Лев Голицын, то, чему покровительствовал наш святой Государь Николай II...».

Традиция является тем, что делает человека звеном в цепи поколений, соединяя в настоящем прошлое и будущее. Отрадno сознавать, что, как и в дореволюционную эпоху, в современной России, а теперь и в Украине, почетным остается звание Придворного Поставщика, подтверждающее самые высокие качества продукции.

# Зимняя сессия аукционов с 19 по 21 ноября 2013 года в Оснабрюке

**KÜNKER**

Coin and Gold Trading  
Auction House for Coins and Medals

**Каталог 240:** Ордена и наград –  
Наследство офицерской семьи  
Бальк, г.Оснабрюк (1119 лотов)

**Каталог 241:** Золотая чеканка •  
Монеты и медали средних веков  
и нашего времени • Немецкие  
монеты с 1871 года (1639 лотов)

**Каталог 242:** Исторические меда-  
ли пяти столетий (703 лотов)

**Каталог 243:** Античные монеты –  
специальная коллекция кельтов •  
греков, римлян • Коллекция Гер-  
харда Химмеля, г.Грац (1364 лотов)



Российская империя  
Портрет царя Александра II  
(1818 – 1881). Золото, бриллианты,  
эмаль, ок. 1860.



Российская империя  
Орден белго орла. Золото, эмаль.  
Работа фирмы Эдуард в Санкт-  
Петербурге между 1908 и 1917 г.



Османская империя  
Нагрудная звезда 1-го класса  
с бриллиантами, серебром,  
позолотой, золотом, эмалью,  
бриллиантами.  
Награждался датский принц  
Аксель в 1908 г.



Немецкая империя  
Листья дуба с бриллиантами к  
рыцарскому кресту железного  
креста 1939 г. Серебро, камни  
симилиита. Награждался генерал  
танковой группы Германн Бальк  
(1893 – 1982).

Закажите уже сегодня Ваши  
личные каталоги!

Телефон: +49 541 96 202 45

или + 49 541 96 202 68

Факс: +49 541 96 20 222

E-Mail: [service@kuenker.de](mailto:service@kuenker.de)

По всему миру всегда с Вами:  
[www.kuenker.com](http://www.kuenker.com)



Сотрудничайте с  
нами – выставляйте Ваши  
монеты у нас!

Более 10000 клиентов по всему  
миру доверяют нашему аукцион-  
ному дому. Мы гарантируем Вам  
профессиональную обработку  
Ваших монет и медалей, ссыла-  
ясь на новейшие экономические  
стандарты, а также на многолет-  
ний опыт более 230-ти успешно  
проведенных аукционов. На на-  
ших аукционах, проходящих ре-  
гулярно 4 раза в год, принимают  
участие тысячи клиентов.

Fritz Rudolf Künker GmbH & Co. KG  
Gutenbergstrasse 23 · 49076 Osnabrück  
Germany · [www.kuenker.com](http://www.kuenker.com)

Osnabrück · Berlin · Munich · Hamburg  
Zurich · Znojmo · Moscow

Владислав Пилькевич,  
советник Канцелярии Главы Российского Императорского Дома  
Ее Императорского Высочества Государыни  
Великой Княгини Марии Владимировны  
по взаимодействию с общественными организациями  
и органами государственной власти Украины  
и Автономной Республики Крым (Украина)

# Новый свет — возрождение традиций:

ИСТОРИЧЕСКАЯ СВЯЗ НОВОГО СВЕТА  
И ДОМА РОМАНОВЫХ ВНОВЬ ВОЗОБНОВЛЕНА



*Директор Канцелярии Е.И.В. Александр Закатов,  
Глава Российского Императорского Дома Е.И.В.  
Государыня Великая Княгиня Мария Владимировна,  
директор завода Зина Петровна Павленко*

Не секрет, что сегодня на рынке товаров и услуг очень активно используются в рекламе монархические идеи. Так, производители пытаются обратить внимание покупателей к своей продукции громкими названиями «Императорский», «Царский», «Великокняжеский» и т. д., опираясь на то, что такие названия ассоциируются у потребителей с высоким качеством, с престижностью, с аутентичностью продукта.

**Д**ля того чтобы эти маркетинговые ходы были не только лишь приманкой, а действительно давали гарантии качества товара, главой Российского Императорского Дома Государыней Великой Княгиней Марией Владимировной было принято решение о возобновлении исторической традиции сотрудничества с производителями.

В юбилейный для династии 2013 год Глава Российского Императорского Дома утвердила знак «Официальный Поставщик Главы Российского Императорского Дома Ее Императорского Высочества Государыни Великой Княгини Марии Владимировны».

Первым производителем, получившим в юбилейный год 400-летия Царственного Дома Романовых это почетное звание и Высочайшее соизволение размещать на выпускаемой продукции логотип статуса Официального Поставщика Ее Императорского Высочества, стал крымский завод шампанских вин «Новый Свет», который и до революции являлся Поставщиком Двора Его Императорского Величества. Знаменателен тот факт, что завод шампанских вин «Новый Свет» предприятие государственное и что этот новый свет в возрождении добрых традиций в Украине начинается с крымской земли.

Датой основания Дома шампанских вин «Новый Свет» принято считать 1878 г., когда князь Лев Сергеевич Голицын приобрел имение «Новый свет» и решил заняться здесь новым, перспективным делом — производством шампанского.

Князь Лев Голицын по праву считается основоположником крымского виноделия и промышленного производства шампанского. Первые партии шампанского, выпущенные им в 80-х гг. XIX в. под марками «Парадиз» и «Новый Свет», сразу же снискали широкую известность, получили множество медалей на российских и международных выставках. Голицын был первым виноделом, получившим право печатать Герб Российской империи на этикетке своих вин. В 1896 г. в честь коронации императора Николая II князь Голицын представил ко Двору партию своего шампанского под маркой «Коронационное». Это был первый случай в истории коронации российских императоров, когда ко Двору было подано нефранцузское вино.

Князь достиг своей цели — вывел крымское игристое вино на мировой уровень и добился его признания в лучших винодельческих странах Европы — Франции, Италии, Германии.

И вот спустя 135 лет со дня основания завода произошло знаменательное событие — правопреемница св. Царя-Страстотерпца Императора Николая II, правопреемница св. Царя-Страстотерпца Императора Николая II, Глава Российского Императорского Дома Е.И.В. Государыня Великая Княгиня Мария Владимировна вручила директору завода Янине Петровне Павленко свидетельство, удостоверяющее, что Дом шампанских вин «Новый Свет» отныне является Официальным Поставщиком Главы Российского Императорского Дома Ее Императорского Высочества Государыни Великой Княгини Марии Владимировны с правом изображать на этикетках с продукцией «Нового Света» свой родовой герб.

Это событие произошло в рамках празднования 400-летия Царственного Дома Романовых, когда Автономную Республику Крым Украины с официальным Высочайшим Визитом посетили глава Российского Императорского Дома Е.И.В. Государыня Великая Княгиня Мария Владимировна и Е.И.В. Государь Наследник Цесаревич и Великий Князь Георгий Михайлович.

Главной идеей празднования является неоднократно высказанная Великой Княгиней Марией Владимировной мысль, что 400-летие окончания Смутного времени и призвания на царство династии Романовых — в первую очередь юбилей подвига народа во имя спасения



*Глава Российского Императорского Дома Е.И.В. Государыня Великая Княгиня Мария Владимировна, Е.И.В. Государь Наследник Цесаревич и Великий Князь Георгий Михайлович, Высокопреосвященный Митрополит Феодосийский и Керченский Платон и директор Государственного предприятия «Завод шампанских вин «Новый Свет» Янина Петровна Павленко в храме святителя Луки*

Родины. Поэтому он не только и не столько династический, сколько всенародный праздник, имеющий огромное значение в сохранении культурного и исторического наследия всего цивилизационного пространства бывшей Российской империи, объединяющий граждан всех независимых государств, возникших после распада СССР, вне зависимости от их национальности, вероисповедания и общественно-политических убеждений.

Императорский Дом Романовых связан неразрывными историческими узами со всеми частями бывшей Российской империи, его основной задачей сегодня является способствование укреплению мира и дружбы между народами, составлявшими некогда единую державу. Визиты главы Дома Романовых всегда направлены на развитие духовного единства всех народов, связанных общей исторической судьбой.

Утром 21 сентября кортеж с Их Императорскими Высочествами направился в крымскую резиденцию Президента Украины. Там прошла дружественная и теплая встреча главы Российского Императорского Дома Ее Императорского Высочества Государыни Великой Княгини Марии Владимировны и Наследника Цесаревича Государя Великого Князя Георгия Михайловича с Президентом Украины Виктором Федоровичем Януковичем. Государыня возложила на Президента Украины знаки Императорского ордена Святого Благоверного Великого Князя Александра Невского и вручила памятные императорские медали «Юбилей Всенародного Подвига. 1613–2013» и «В память 400-летия Дома Романовых. 1613–2013». В церемонии награждения принял участие директор Канцелярии Е.И.В. А. Н. Закаев. После окончания встречи с Президентом кортеж с Их Императорскими Высочествами выдвинулся в поселок Новый Свет.

На красной дорожке на площади возле главного входа на завод шампанских вин «Новый Свет», основанный князем Львом Голицыным и когда-то переданный им во владение императору Николаю II, царственных гостей встречали директор Дома шампанских вин «Новый Свет», депутат Верховной Рады Автономной Республики Крым Янина Павленко и поселковый голова Нового Света Алексей Пугачев.



Шампанское "Коронационное Романовых"

В праздник Рождества Пресвятой Богородицы 8/21 сентября 1878 г. завод выпустил первую партию шампанского по классической французской технологии. С тех пор здесь ни разу не изменили традиции и продолжают ручным способом изготавливать одно из лучших в мире шампанских.

После октябрьского переворота 1917 г. и Гражданской войны имение в Новом Свете много раз подвергалось налетам и грабежам. В 1918–1920 гг. имение было разграблено. В 1920 г. энотека, которую всю жизнь собирал князь Лев Голицын, вывезена, а имение с заводом передано в собственность Крымревкома, в 1931 г. — в собственность Управления рабоче-крестьянской милиции. Восстановление производства началось в 1932 г., когда завод был включен в объединение «Крымвинпромтрест». На Всесоюзной дегустации вин 1940 г. «Советское Шампанское» из Нового Света получило высшую оценку комиссии. В годы Великой Отечественной войны отходящими германскими войсками штольни были частично разрушены, но уже в 1944 г. был заложен первый послевоенный тираж (131 тыс. бутылок). В 1966 г. тираж шампанских вин доведен до 704 тыс. бутылок.

Высочайшее качество новосветского шампанского подтверждено многочисленными наградами, а уже в 1997 г. шампанское «Новый Свет» повторило успех 1900 г.: в Париже крымское шампанское получило золотую статуэтку Международного европейского клуба торговли.

Сегодня Дом шампанских вин «Новый Свет» находится в государственной собственности. Его директор Янина Петровна Павленко стала первой женщиной-руководителем «Нового Света» за всю его историю. Под ее руководством готовится и претворяется в жизнь много современных нововведений, которые позволяют предприятию успешно конкурировать с ведущими европейскими производителями классического шампанского. Благодаря Я. П. Павленко на заводе сохраняются исторические традиции и преемственность поколений многих сотрудников. В настоящее время выпускается 17 марок шампанских и игристых вин под торговыми марками «Новый Свет», «Крым», «Князь Лев Голицын», «Красное игристое», «Новосветский сердолик». В производстве используются сорта винограда «Шардоне», «Пино-нуар», «Рислинг», «Алиготе», «Каберне Совиньон». Сбор винограда проводится исключительно вручную. Плоды собирают только в сухую погоду, по-

скольку роса может существенно понизить концентрацию сахаров и кислот в будущем вино материале. Период времени между сбором и переработкой винограда не превышает 4 часов. В «Новом Свете» шампанское производят по французской классической технологии, которая предусматривает выдержку напитка в бутылке при температурах +10–+15°C от 3 до 16 лет (шампанское «Новый Свет» «Коронационное»). Спектр продуктов включает брют-кюве, экстрабрют, брют, полусухие, сухие и полусладкие вина.

Общая протяженность тоннельного хозяйства — 7 км (20 штолен). Мощность — 1 миллион бутылок шампанских и 600 тысяч бутылок игристых вин в год.

Ко дню приезда Великой Княгини завод приурочил открытие линии по производству нового вида шампанского — «Коронационное Романовых». На этикетках шампанского изображен родовой Герб Романовых и надпись «Официальный Поставщик Главы Российского Императорского Дома».

Первую бутылку шампанского «Коронационное Романовых» в энотеку завода заложила Глава Императорского Дома Романовых. Этому же права удостоены главы и представители иностранных королевских домов и другие высокие гости, сопровождавшие Великую Княгиню. Многие из них расписались на этикетках, придав тем самым дополнительную историческую значимость каждому коллекционному экземпляру. Великая Княгиня Мария Владимировна поблагодарила директора предприятия Янину Павленко и весь коллектив завода, отметив, что «если бы не их труды, если бы не их самоотверженность, могло все это рухнуть, все распадаться, все погибнуть — все то, что создавал князь Лев Голицын, то, чему покровительствовал наш святой Государь Николай II...».

В свое время Император Николай II помог создать это предприятие, теперь его наследники возродили преемственность поколений и морально поддержали сохранение традиций производства классического крымского шампанского. Отныне завод шампанских вин «Новый Свет» вновь находится под Высочайшим покровительством Дома Романовых.

Так спустя век вновь была возобновлена историческая связь Нового Света и Дома Романовых. 

Император Николай II и князь Л. С. Голицын. Фото: Дом-музей «Завод шампанских вин "Новый Свет"»





2009



2010



2010



2011



2011



2012



2013

Разработка и изготовление  
высокохудожественных ювелирных  
изделий с применением техники эмаль-  
гильше, изготовление корпоративных  
орденов, медалей, знаков



*Большой и малый орден  
«Придворный ювелир Карл Фаберже»,  
посвящённый 400-летию Династии Романовых*



*«Сергей Квашнин»*  
ювелирная компания

Россия, Киров  
[www.kvashnin43.ru](http://www.kvashnin43.ru)  
e-mail: [kvashnin-55@mail.ru](mailto:kvashnin-55@mail.ru)



*Похран. Марские драгоценности, в том числе златца Фаберже, выставлены на  
обедение для иностранных послов и прессы перед аукционами. Россия, 1925 год.  
Sparanstad Photo ©*

# Перекличка эпох. Россия 1913-2013

Две даты в истории Государства российского: 1913 и 2013 — что связывает их? В год 300-летия императорской династии Россия была одной из самых быстро развивающихся стран мира. По мнению специалистов того времени, для полного расцвета нашей стране не хватало лишь нескольких десятилетий мира. Этого шанса, увы, история нам не предоставила...

За сто лет в нашей жизни изменилось очень многое: Россия пережила падение монархии, две мировые войны, построила первое в мире социалистическое государство, опыт которого не пришелся ей по вкусу, вновь вернулась на исходные капиталистические позиции. Проводя аналогии между днем прошлым и сегодняшним, нужно понимать, что они,

конечно же, относительно. Однако удивительно — как схожи проблемы вековой давности с нынешними реалиями!

Поскольку речь дальше пойдет о ювелирном деле, то нелишним будет напомнить о том, что историки дают за рубль 1913 года от 250 до 1100 современных рублей.

## ЗОЛОТО-СЕРЕБРЯНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ В 1912 ГОДУ

Золото-серебряная промышленность в России может быть приблизительно учтена; на основании поступления пробирных пошлин можно до некоторой степени судить о размерах производства в России золотых и серебряных изделий и о количестве ввозимых в Россию из-за границы этих вещей; на основании этих данных мы можем иметь лишь приблизительные понятия, так как известно, что не все представляется в пробирные учреждения для

клеймения, и в № I журнала за текущий год мы, между прочим, привели мнение одного управляющего Пробирной палатой, что для клеймения представляется лишь половина всех вещей.

Таим образом, все данные, которые нами будут приведены ниже, должны считаться лишь приблизительными.

В 1912 году представлено было для клеймения и уплачено пробирных пошлин:

	Внутреннего производства		Заграничного производства	
	количество	пошлина, руб.	количество	пошлина, руб.
<b>Изделий</b>				
золотых	536½ п.	1 234 006	39½ п.	90 514
серебряных	9588½ п.	903 872	450½ п.	51 916
<b>Часов и часовых корпусов</b>				
золотых	341 шт.	934	80 294 шт.	209 162
серебряных	34 231 шт.	17 115	175 269 шт.	87 639
<b>Сусальных металлов</b>				
золота	130½ п.	5025	127,5 п.	1065
двойника	22½ п.	438	¾ п.	5
серебра	11 п.	54	¼ п.	1
<b>Канительн. кусов.</b>				
золотых	3 п.	2182	—	—
серебряных	578¾ п.	26 678	—	—
<b>Слитков, листов и полос</b>				
золотых	1¼ п.	115	—	—
серебряных	4¼ п.	23	—	—
		2 190 442		440 302

Таким образом, в 1912 году получено:

- с золотых изделий и часов внутреннего производства — 47,22%
- с золотых изделий и часов заграничного производства — 11,43%
- с серебряных изделий внутреннего производства — 36,03%
- с серебряных изделий заграничного производства — 5,31%

Как видно из приведенных данных, пошлины с изделий внутреннего производства составили в 1912 году 83,26%, а с изделий заграничного производства — 16,76%.

По сравнению с 1911 годом количество пробирных пошлин с золотых изделий и часов внутреннего производства уменьшилось на 53 655 руб. 8 коп., то есть на 4,18%, а с серебряных изделий уменьшилось на 91 060 руб. 99 коп., то есть на 0,47%, а всего в 1912 году получено пробирных пошлин на 144 716 руб. 7 коп. меньше.

Что касается заграничных изделий, то с золотых изделий доход увеличился на 10 069 руб. 68 коп., а с серебряных уменьшился на 8537 руб. 15 коп.

Вывоз за границу золотых и серебряных изделий с возвратом пробирной пошлины за последние два года составлял:

	1912 год (в пудах)	1911 год (в пудах)
Золотых	31 ф.	1 п. 7 ф.
Серебряных	40 п. 9 ф.	31 п. 34 ф.

Приведенные данные показывают, что вывоз за границу золотых изделий с возвратом пробирной пошлины в 1912 году уменьшился на 32,32%, вывоз же серебряных изделий по сравнению с предшествующим годом увеличился на 23,21%.

Поступление пробирных пошлин по отдельным округам представляется в следующем виде:

Поступило по округу	Рублей	%
Московскому	1 276 191	48,51
Петербургскому	446 443	16,97
Варшавскому	364 889	13,87
Одесскому	154 426	5,87
Киевскому	115 228	4,38
Рижскому	93 129	3,54
Костромскому	80 501	3,06
Закавказскому	40 250	1,53
Донскому	26 044	0,99
Виленскому	17 363	0,66
Казанскому	16 310	0,62

По сравнению с 1911 годом поступление пробирных пошлин увеличилось:

- в Закавказском округе - на 27,48%;
- в Донском округе - на 14,6%;
- в Рижском - на 8,5%;
- в Казанском - на 6,04%;
- в Петербургском - на 3,15%;

и уменьшилось:

- в Виленском - на 33,72%;
- в Киевском - на 24,33%;
- в Московском - на 4,96%;
- в Костромском - на 6,83%;
- в Варшавском - на 9,38%;
- в Одесском - на 9,46%.

За десятилетие 1903—1912 годов движение суммы пробирного дохода в тысячах рублей было следующее:

Годы Тыс. руб.

1903	1559
1904	1136
1905	1542
1906	1948
1907	1742
1908	1716
1909	2013
1910	2566
1911	1790
1912	2651

В заключение небезынтересно привести сведения о количествах заведений и мастерских, занятых производством золотых и серебряных изделий в России в 1912 году

	Заведения с I и более рабочих	Мастеров-одиночек	Подмастерьев и рабочих	Учеников
Ювелирных и золотых дел	2229	1247	4336	3199
Серебряных дел	2246	889	5090	2051
Часовых дел	1750	2848	1323	1516
Золотобойных дел	78	36	210	60
Канительных	186	16	3094	271
Аффинерий	18	14	122	15

Число заведений, торгующих золотыми и серебряными изделиями, в 1912 году достигло 6926, то есть увеличилось за год на 63 заведения.

Если сравнить эти данные с аналогичными данными за 1911 год, то получится следующая картина:

	Заведения с I и более рабочих	Мастеров-одиночек	Подмастерьев и рабочих	Учеников
Ювелирных и золотых дел	+250	-134	+848	+392
Серебряных дел	+230	-190	-199	+139
Часовых дел	+264	-422	-215	+234
Золотобойных дел	+39	-49	-20	-44
Канительных	+62	+3	+619	+86
Аффинерий	+1	-6	-22	-17

Из этой таблицы видно, что число мастеров-одиночек сокращается почти во всех производствах и наряду с этим возрастает число заведений.

(Въстн. фин.)

Некоторые факты о двух Россиях для сравнения:

	1913 год	2013 год
<b>Площадь</b>	21 736 053 кв. км	17 098 246 кв. км
<b>Субъекты</b>	101 часть: 78 губерний, 21 область и 2 самостоятельных округа	83 субъекта: 21 республика, 9 краев, 46 областей, 2 города федерального значения, 1 автономная область, 4 автономных округа
<b>Места поселений</b>	931 город, 599 281 сел и деревень	1100 городов, 18 833 сел и деревень
<b>Законодательство</b>	С 1891 года действовали таможенные тарифы, ограничивающие товарный импорт и благоприятствующие импорту капитала, направленного на развитие отечественного производителя	По данным Росстата  С 2012 года Россия — член ВТО

В начале XX века ювелирным делом, а также производством физических инструментов и часов было занято 43,2 тысячи человек, выпускающих продукцию на 16,2 млн рублей. В нашем распоряжении оказалась статья из журнала «Русский Ювелир»,

опубликованная в мае 1914 года (стр. 35–36). В ней приведены годовые сводки по ювелирной промышленности России 1912 года. Прочтите и сравните с днем сегодняшним — весьма увлекательное и полезное занятие, на наш взгляд!

# А теперь о современных реалиях

РОССИЙСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ  
В ЦИФРАХ В 2012 ГОДУ

В 2012 году занято в ювелирном секторе (по данным Росстата) 15 641 человек, из них:

Производство	10 304 чел.
Индивидуальных предпринимателей	4799 чел.
Оптовая торговля	538 чел.

## Поступление на российский рынок ювелирных изделий

В 2012 году общее количество опробованных золотых и серебряных изделий составило 89,35 млн штук, сообщается на официальном сайте Пробирной палаты России. Сюда входят как изделия, произведенные в России, так и импортные.

Из них по золоту — 38,47 млн, по серебру — 50,88 млн. В целом общий рост за 2012 год по отношению к 2011 году составил 6,7%.

## Торговля

Объем выручки от розничной продажи ювелирных изделий в 2012 году составил 163 млрд 283 млн рублей, при этом основная часть пришлась на продажи малых предприятий и индивидуальных предпринимателей. В сравнении с 2011 годом объем выручки вырос почти на 15%.

## Отечественное производство

Количество золотых изделий, выпущенных российскими производствами, составило 36,49 млн штук (в 2011 году — 31,71 млн шт.), количество серебряных изделий — 38,81 млн штук (в 2011 году — 38,85 млн штук). Опробовано и заклеено импортных ювелирных изделий: из золота — 1,98 млн штук (в 2011 году — 2,06 млн штук); из серебра — 12,07 млн штук (в 2011 году — 11,06 млн штук).

Общая масса изделий (золото и серебро) составила 285,17 т (2011 год — 270,17 т), рост составил 5%. Из них золото — 85,94 т (2011 год — 77 т), рост 11,6%; серебро — 199,23 т (2011 год — 193,17 т), рост 3%.

**Ведущие розничные ювелирные сети по данным РИА «РосЮвелирЭксперт»  
(более 100 магазинов)**

Название сети	Город	Число магазинов	География размещения
Яшма-Золото, Ваше золото, Art Diamond	Москва	411	29 регионов РФ
МЮЗ	Москва	249	56 регионов РФ, Украина
SUNLIGHT	Москва	237	50 регионов РФ
Ювелирная сеть 585, Ю!	Санкт-Петербург	271	36 регионов РФ
Адамас	Москва	219	48 регионов РФ
Алмаз-холдинг	Москва	201	36 регионов РФ, Казахстан, Беларусь
Pandora	Москва	132	Международная сеть, 18 регионов РФ
Магия золота	Москва	118	37 регионов РФ
Наше серебро	Москва	111	29 регионов РФ, Казахстан

**Рейтинг 10 крупных изготовителей по массе  
ЗОЛОТО**

2011	2012	Первое полугодие 2013
Адамас	Адамас	Адамас
Диамант (Кострома)	Диамант (Кострома)	Диамант (Кострома)
Топаз (Кострома)	Топаз (Кострома)	Юв. завод Адамант
Красцветмет	Красцветмет	Топаз (Кострома)
Эстет	Юв. завод Адамант	Красцветмет
Адамант	Платина (Кострома)	Камея
Платина (Кострома)	Аквамарин	Платина (Кострома)
Бронницкий ювелирный завод	Регион-Кострома	Эстет
Камея	Эстет	Бронницкий ювелирный завод
Аквамарин	Камея	Аквамарин

**Рейтинг 10 крупных изготовителей по массе по данным РИА «РосЮвелирЭксперт»  
СЕРЕБРО**

2010	2011	2012
Красносельский ювелирпром	Красносельский ювелирпром	Красная Пресня
Красная пресня	Красная Пресня	Красносельский ювелирпром
Интерсильверлайн	Адамант	Адамант
Сидан	Северная чернь	Диамант
Северная чернь	Интерсильверлайн	Сильвер плюс
Русские самоцветы	Диамант	Интерсильверлайн
Адамант	Бронницкий ювелирный завод	Сидан
Бронницкий ювелирный завод	Сидан	Бронницкий ювелирный завод
Мстерский ювелир	Сонир	Северная чернь
Приволжский ювелир	Приволжский ювелир	Ника



## Бриллиантовый сектор

По данным Росстата, в 2012 году в России производство ювелирных изделий с бриллиантами выросло на 13,7% по сравнению с 2011 годом и составило 1,7 млн штук.

## Обручальные кольца

Производство обручальных колец в 2012 году увеличилось на 1,0% и составило 741 тыс. штук. В декабре 2012 года производство обручальных колец увеличилось на 3,4% по сравнению с декабрем 2011 года и на 13,8% по сравнению с ноябрем 2012 года.

Лидирующие позиции на ювелирном рынке России в 2012 году занимали Центральный и Южный федеральные округа, совокупность их продаж составила 43%.

## Российская ювелирная и часовая промышленность в цифрах: первый квартал 2013 года

В первом квартале 2013 года российские ювелиры представили в инспекции Пробирного надзора 9,94 млн изделий из золота массой 22,21 т. Доля импорта в этом объеме составила 0,70 млн штук массой 1,82 т.

Серебряных украшений было предоставлено на клеймение 12,13 млн шт массой 47,50 т., а ввезено в Россию 2,81 млн шт. массой 13,32 т.

По данным РИА «РосЮВелирЭксперт», изделий из платины было апробировано за первый квартал 3,53 тыс. штук массой 29,78 кг. Из палладия 2,88 тыс. изделий массой всего 11,61 кг.

По данным Росстата, в январе — июле 2013 года производство ювелирных изделий без камня в сравнении с аналогичным периодом 2012 года сократилось на 1,6% и составило 6,4 млн штук. Производство цепей из золота и серебра сократилось на 19% — до 3,6 млн штук.

## Часы

По информации газеты «Ведомости», объем российского рынка наручных часов составляет примерно 20 млн штук в год. В 2012 году в страну официально было ввезено 2,25 млн штук часов и еще около 1 млн произведено внутри страны. То есть официальным путем на рынок попадает менее 4 млн штук часов.

**С вступлением России в ВТО и Таможенный союз у российских ювелиров прибавилось проблем — это очевидно. Однако, как сказал руководитель Пробирной палаты России Александр Владимирович Маркин во время выступления на Международном ювелирном форуме: «Несмотря на сравнительно скромные экономические показатели и целый спектр сопутствующих проблем, ювелирный сектор является лицом рынка драгоценных металлов и драгоценных камней». Вполне очевидно, что ювелирный рынок в России имеет очень широкие перспективы для развития и роста, важно лишь добиться того, чтобы государство обеспечило отечественным ювелирам режим наибольшего благоприятствования и способствовало продвижению российской ювелирной продукции на мировые рынки».**

**На сегодняшний день, по данным BusinessStat, Россия является чистым импортером ювелирных изделий, то есть в страну больше ввозят ювелирных изделий, чем вывозят за границу. В 2007–2011 годах импорт превышал экспорт в среднем в 7 раз. Изменения данной тенденции в ближайшие пять лет не ожидается. И еще немного цифр: экспорт ювелирных украшений из России в 2013–2016 годы, по прогнозу BusinessStat, составит 168,99; 195,23; 221,21; 253,12 млн долларов соответственно.**





Роман Мэроб. *Vamps, L'Empire*  
Фото: [www.wikipaintings.org](http://www.wikipaintings.org)

# СТИЛЬ И ТЕХНИКА В ЮВЕЛИРНОМ ИСКУССТВЕ

Каждый, кто знаком с ювелирными изделиями Франции и Германии, без сомнения, заметил, что между теми и другими есть существенная разница.

Броши, кулоны, браслетики, изготовленные во Франции, носят натуралистический характер рисунка, в котором значительную роль играет классический акант, а еще большую — растения, заимствованные непосредственно с натуры. В лучших изделиях нерыночного пошиба, скомпонованных известными мастерами-рисовальщиками, вкраплены фигурки и головки женщин, птиц и стилизованные насекомые.

Таким образом, с одной стороны, замечается направление классическое, обусловленное традициями и удобством сохранившихся способов выделки посредством подбора и спайки отштампованных со стали розеток, гирлянд или отдельных листиков в одно целое. С другой — непосредственное воспроизведение природы и применение ее слегка стилизованных элементов.

Совершенно иное наблюдается в Германии. Попытки следовать за французами по пути подражания природе выливаются в вульгарные, безвкусные формы. Наоборот, сочетание элементов отвлеченного характера дает более или менее удачные результаты.

Кроме того, именно в Германии возникает или, заимствованная извне, быстро развивается мода то на один, то на другой отживший стиль. Мы говорим о стилях империи или барокко, который теперь снова выдвигается.

В Германии же изготавливаются ювелирные вещи, носящие характер подражания древнерусскому стилю, которые в последнее время стали появляться на внутреннем русском рынке.

Одним словом, Германия, руководимая исключительно меркантильными принципами, охотно откликается на всякое движение моды, особенно в экспортируемых ей государствах.

Ювелирная техника этой страны, стоящая на завидной высоте и подвижная, ежеминутно готова к услугам изменяющихся обстоятельств. За новыми фасонами цепочек или затворов для запонок немедленно следуют машины новой конструкции, выбрасывающие этот товар массами. Многие вещи изготавливаются кооперативным способом на нескольких фабриках, посвященных выделке одной какой-либо части предмета. Поэтому изменение стиля Германии не стесняет.

Россия до последнего времени, а точнее сказать, даже до настоящего момента в отношении ювелирного стиля всецело зависит от ее дружественной соседки с Запада.

Германия — законодательница русской моды. Наготовила она круглых подвесок с осыпкой и пропилкой, длинных брошей, кулонов с громадными камнями, наши дамы щеголяют и тем, и другим, и третьим. Они приносят в мастерские старое золото, платину и говорят определенно: сделайте мне из этого то-то и то-то.

И никто из них не просит: сделайте мне что-нибудь самостоятельное, в русском стиле.

Поэтому — то мы и решаемся смело утверждать, что Германия и до настоящего момента управляет модой на ювелирные изделия в России.

Какие же меры принимает Россия, для того чтобы избавиться от наводнения своего рынка иностранными фабрикантами и заманить их изделиями собственного стиля, к чему она так стремится в последние годы.

В начале нашей статьи мы указали на то, что сохранением в значительной доле своего ювелирного производства классического стиля Франция обязана отчасти традиции, отчасти множеству имеющихся в каждой мастерской штампов с деталями аканта, из оттисков которых комбинируется мотив вещицы.

Новые же веяния, то есть натурализм в ювелирном деле даже в этой культурной и чуткой к искусству стране благодаря техническим неудобствам распространяется не так быстро, как этого хотелось.

Россия находится в еще более затруднительных условиях, чем Франция. Традиция родного стиля в ней уже давно заменена западничеством. Техника не сохранила никаких форм, за которые можно было бы зацепиться, для того чтобы восстановить былое искусство. Да, строго говоря, никаких особенных технических приемов в древнерусском ювелирном деле и не было. Была лишь незамысловатая ручная работа. Ясно, что



Матильда Ктесинская. Неизвестная фотомастерская, 1920-1930-е гг. Фото: Аукционный дом «Империал», [www.auction-impéria.ru](http://www.auction-impéria.ru)

от старого Россия отстала, для введения же нового силы ее слишком незначительны.

В настоящий момент наше ювелирное производство сосредоточено в нескольких пунктах: в Петербурге и Москве — в этих городах фирмы, вырабатывающие свежий товар, наперечет. В Киеве, Одессе, Варшаве, где таких мастерских еще меньше. А о провинции не стоит и говорить. Там мастерских в строгом смысле не существует. Магазины покупают и продают, а мастерские только ремонтируют, сплавляя на олово золото.

Следовательно, вопрос сводится к качеству товара, вырабатываемого немногочисленными русскими мастерскими, качеству, разумеется, не технического, а художественного свойства.

Пропагандируя национальный характер искусства в России, правительство устраивает специальные школы, уже представляющие собой значительную силу.

Мы спросим, где же лица, окончившие эти школы? Кто изготавливает рисунки для Фаберже, Тиландера, Риммера, Маршака, Киевской ювелирной артели и т. д.? Если в московских ювелирных фирмах, рассеянных «около Кремля» и развозящих товар по все России, работают питомцы Строгановского училища, почему же до сего времени все изделия этих фирм не в русском характере? Наконец, если ученики художественных училищ в частных мастерских не работают вовсе, то почему происходит это явление?

Когда мы подразумеваем над этими темами, то много для нас делается ясным. Обнаружится и исходный пункт, от которого следует шагнуть тому, кто заинтересован в развитии в России национального творчества.

Жюри на киевской выставке, к слову сказать, совершенно не компетентное в суждениях о том, что важно и что неважно для русской промышленности, до наивности просто отнеслось к вопросу о распространении национального искусства. Оно распределило русский стиль по районам: в Екатеринославле — местный, в Миргороде — местный и т. д. Когда же я спросил, какой же стиль должен быть в Нижичевани, где местного творчества не существует, то мне рекомендовали — древнесуздалский (наиболее близкий?). Конечно, из этой провинциальной затеи ничего путного не выйдет: никогда екатеринославская дама к миргородской даме в екатеринославской распахайке и под екатеринославским зонтиком не поедет, или, если поедет, то только для того, чтобы доказать самостийность Украины.

Но если мы взглянем на дело даже в более широком масштабе и предположим, что столичные худож.-пром. училища наготовят значительное число рисовальщиков, в совершенстве знакомых с общерусским стилем, то и тогда дело далеко не подвинется, если при этом не будут достигнуты результаты, о которых мы говорим ниже.

Мы затрудняемся указать худ.-пром. выставку, на которой в числе жюри выступали бы в достаточном количестве солидные представители ремесла. Почему, например, на всероссийской выставке в Киеве в группе жюри отсутствовал г. Маршак, а никому не известные лица выступали с авторитетными суждениями? Если были представители художества, то где же были знатоки рынка и техники? Между тем именно последним должно было быть предоставлено первенствующее место.

Стереотипные фразы о том, что ювелиры не понимают и не признают художественных требований в ремесле, едва ли должны иметь место в настоящее время. Известное число просвещенных ремесленников найдется в любом уголке России.

Если же профессионалы, даже имеющие материальную возможность, уклоняются от работы по рисункам натасканных на русском стиле рисовальщиков, то, очевидно, они имеют специальные по этому поводу соображения. Будь это им выгодно, они не упустили бы случая обогатиться.

И мы думаем, что именно в непригодности и непрактичности рисунков, изготавливаемых нашими художественными рисовальщиками, кроется одна из главных причин, почему на русском рынке так медленно прививается национальный стиль.

Недостаточно приготовить художественный стильный рисунок, нужно приготовить такой, чтобы по нему можно было выполнить вещь наименее сложным и наидешевым способом.

Художественные школы работают не для того, чтобы в их витринах появлялись уники, продаваемые за баснословные цены, а для того, чтобы на русском рынке появились художественные изделия для широкой публики.

Это последнее требование уже гораздо труднее достижимо. Составить рисунок для чеканного подстаканника одно, и составить рисунок для чеканного подстаканника в русском стиле весом в 15 золотников и стоимостью в 4 р. 50 к. уже совершенно другое. Нарисовать кольцо, не стесняясь в количестве золота, камней и эмалей, — одно, и придумать интересный фасон дешевого колечка с одним рубином — уже другое. Вот этого-то умения у нас пока нет, а в школах оно не развивается.

А в этом вся суть торговли и худож.-промышленного образования. Пока мы не добьемся этой цели, на нашем рынке будут главенствовать немцы и, может быть, не далеко то время, когда именно немцы, уже и теперь экспортирующие изделия в стиле, похожем на древнерусский, введут этот стиль и во всей России.

С. Недлеръ. Журнал «Русский Ювелирь» № 4, апрель 1914 г.

# SWAROVSKI GEMS™

*Уникальный Блеск*  
ПРИРОДНОГО ТОПАЗА  
SWAROVSKI



реклама



**CRYSTALIT**  
corporation

ОФИЦИАЛЬНЫЙ ДИСТРИБЬЮТОР  
SWAROVSKI GEMS  
НА ТЕРРИТОРИИ РФ –  
КОМПАНИЯ КРИСТАЛИТ КОРП.

**[www.crystalit.ru](http://www.crystalit.ru), 8-800-200-22-28**  
(звонок с любого телефона бесплатный)



Специальные бирки на ювелирных украшениях идентифицируют партнеров Swarovski и дают гарантию, что вы приобретаете изделия только с камнями высшего качества

МОСКВА • КОСТРОМА • КРАСНОЕ-НА-ВОЛГЕ • ЕКАТЕРИНБУРГ • РОСТОВ-НА-ДОНУ

# ПОБЕДИТЕЛИ ВСЕРОССИЙСКОГО КОНКУРСА ЮВЕЛИРОВ «ЛУЧШИЕ УКРАШЕНИЯ РОССИИ 2013»

## Столица империи

«..Петроград построен на болотах и так далеко отстоит к северу, что его месторасположение сравнимо лишь с расположением южной оконечности Гренландии. Его воды полностью замерзают до наступления Дня Благодарения и не оттаивают до конца апреля, и весь его торговый поток должен проходить в обоих направлениях лишь через узкий канал из Кронштадта, глубина которого 23 фута (около 7 м), а длина 17,5 миль (около 28 км). Петроград возведен на том месте, где раньше простирались болота, наполовину затопленные водой. Уму непостижимо, сколько труда было затрачено для того, чтобы привезти сюда тысячи и тысячи

огромных строительных блоков и поставить их на место. Площадь перед Исаакиевским собором как раз лежит на таких болотах, и говорят, что только фундамент этого здания стоил миллион долларов. Бостон, Нью-Йорк и Филадельфия были процветающими общинами, когда Петр забил первый колышек для строительства своего города, превратившегося в великолепную столицу с широкими красивыми улицами и огромными открытыми площадями».

Из статьи Гилберта Гросвенора «Молодая Россия – страна неограниченных возможностей». National Geographic, ноябрь 1914



*ПУТЕШЕСТВИЕ ВО ВРЕМЕНИ*  
1 место  
КОМПАНИЯ «РУССКИЕ САМОУВЕТЫ».  
Кольцо «Византизм», серьги «Версаль»



*ДРАГОЦЕННАЯ ФАНТАЗИЯ*  
1 место  
КОМПАНИЯ «РУССКИЕ САМОУВЕТЫ».  
Украшение интерьера, изделие камнерезной  
пластики «Искусение».  
Автор И. В. Игнатова



*РЕМИМИЗНЫЕ МОТИВЫ*  
1 место  
«ЮВЕЛИРНЫЙ ДОМ «САДКО».  
Корона для Торы.  
Автор А. А. Суханова  
Мастер-ювелир А. Иванов



*ПУТЕШЕСТВИЕ ВО ВРЕМЕНИ*  
1 место  
КОМПАНИЯ «РУССКИЕ САМОУВЕТЫ».  
Карниз для «Ноктюрн»



**ПРИРОДНЫЕ МОТИВЫ**  
II место  
КОМПАНИЯ FILLART.  
Подвески «Московские подносы».  
Автор А. В. Фролова.  
Мастер-ювелир Ф. А. Колоницкий



**ЛУЧШАЯ КОЛЛЕКЦИЯ  
МАССОВОГО ПРОИЗВОДСТВА**  
II место  
«ЗАВОД «КАСП»». Коллекция украшений «Каприз».  
Авторы: В. В. Чернова, О. В. Павлович.  
Мастера-ювелиры: М. А. Селернина, О. Филь



**ПУТЕШЕСТВИЕ ВО ВРЕМЕНИ**  
I место  
ЕКАТЕРИНА КОСТРИЦИНА.  
Гарнитур «Откровение», колье «Возрождение»

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ**  
I место  
ЮВЕЛИРНЫЙ ДОМ «ХРИЗОС».  
Сет из двух колец «Морской бой»  
Автор И. А. Ушаков



**РЕЛИГИОЗНЫЕ МОТИВЫ**  
III место  
КОМПАНИЯ «ЕЛИЗАВЕТА».  
Браслет «Святой Георгий Победоносец».  
Автор А. Филимонов



**МОМЕНТ ПРЕСТИЖА**  
I место  
ЮВЕЛИРНЫЙ ДОМ «НЕВСКИЙ БРИЛЛИАНТ».  
Гарнитур из коллекции «De Jardin»  
Автор Э. Манашеров  
Мастер-ювелир О. Сермак, закрепка З. Манашеров

# ПОБЕДИТЕЛИ ВСЕРОССИЙСКОГО КОНКУРСА ЮВЕЛИРОВ «ЛУЧШИЕ УКРАШЕНИЯ РОССИИ 2013»

## Сокровищница

«..Уральский регион, по-видимому, является главной природной сокровищницей различных минералов. Здесь добываются почти все мировые запасы платины, годовая добыча ее составляет около 200 000 унций (5,67 т). Этот край богат драгоценными камнями; в твердых породах Уральского массива найдены алмазы, сапфиры, изумруды, турмалины, топазы и аметисты, а также гранаты, жадеиты, бериллы, аквамарины и хризобериллы. Большинство

порфиоров, яшм и малахитов, использованных в отделке наиболее важных зданий в Петрограде и Москве, которые придают этим зданиям неподражаемую красоту, отмечаемую каждым туристом, завезены туда из этой великой сокровищницы».

Из статьи Гилберта Гросвенора «Молодая Россия - страна неограниченных возможностей». National Geographic, ноябрь 1914.



*ПРИРОДНЫЕ МОТИВЫ  
II место  
КОМПАНИЯ «ЮВЕЛИРЫ УРАЛА».  
Коллекция брошей и подвесок «Белые ноги»*



*КОЛЛЕКЦИЯ СЕЗОНА  
II место  
«РИФЕСТА-ХОЛДИНГ».  
Коллекция Eridna*



*СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ  
I место  
КОМПАНИЯ «ЭРМИ», ТОРГОВАЯ МАРКА «РИНЮ».  
Кольцо «Алмаз».  
Автор Е. Дунина. Мастер-ювелир А. Федосков*

*БЕНЕФИС КАМНЯ  
I место  
ЮВЕЛИРНЫЙ ДОМ «МУЛТОВ».  
Серьги и подвес «Лагуна»,  
кольцо «Милюзис»*



*ПУТЕШЕСТВИЕ ВО ВРЕМЕНИ  
III место  
ЮВЕЛИРНАЯ ФАБРИКА «КАРАТ».  
Гарнитур «В плену огня»*

*ЮВЕЛИРНЫЕ ОБРАЗЫ РОССИИ  
III место  
КОМПАНИЯ «ЮВЕЛИРЫ УРАЛА».  
Сувенир к году Лошади 2014  
«Конек-Горбунок».  
Автор О. Марменкова  
Мастер-ювелир А. В. Сидоров*



ПОБЕДИТЕЛИ ВСЕРОССИЙСКОГО КОНКУРСА ЮВЕЛИРОВ  
«ЛУЧШИЕ УКРАШЕНИЯ РОССИИ 2013»

# Россия

«..Целью этой статьи было описать необъятность этой великой империи, территория которой в четыре раза превышает территорию Римской империи во времена ее процветания; наглядно показать некоторые общие взгляды и обычаи этой доброй и благородной страны».

Из статьи Гилберта Гросвенора «Молодая Россия – страна неограниченных возможностей». National Geographic, ноябрь 1914.



*БЕНЕФИС КАМНЯ  
II место  
Беларусь, г. Ломель  
«ЛОМЕЛЬСКОЕ ПО «КРИСТАЛЛ».  
Комплект «Белорусская весна»*



*ЛУЧШАЯ КОЛЛЕКЦИЯ  
МАССОВОГО ПРОИЗВОДСТВА  
III место  
Ростов-на-Дону, КОМПАНИЯ «НЕФРИТ».  
Серьи «Манго вдвоем» и «Брызги шампанского»*





**БРАЮЦЕННАЯ ФАНТАЗИЯ**

1 место  
Новосидирск. КОМПАНИЯ «АЗУРИТ-Н».  
Гарнитур «Белладонна».  
Автор М. Балдин  
Мастера-ювелиры: Л. Мигуров, М. Балдин



**БЕНЕФИС КАМНЯ**  
II место  
Беларусь, г. Ломель  
«ЛОМЕЛЬСКОЕ ПО «КРИСТАЛЛ»».  
Кольцо «Ледник»

**ЮВЕЛИРНЫЙ ПОДАРОК**

1 место  
Павлово (Нижегородская область).  
КОМПАНИЯ «КИРИЛЛОВ».  
Трость-стилет. Автор В. С. Кириллов



**КОЛЬЦО**

1 место  
Нижний Новгород. КОМПАНИЯ «АНТАЛ».  
Кольцо «Загадка фараона»

**ЮВЕЛИРНЫЕ ОБРАЗЫ РОССИИ**

1 место  
Великий Устюг. КОМПАНИЯ «СЕВЕРНАЯ ЧЕРНЬ».  
Винный набор «Золотая лоза».  
Автор О. А. Петрова. Мастер-ювелир М. А. Раздолов



И. Перфильева, кандидат искусствоведения,  
ведущий научный сотрудник НИИ Российской академии художеств

# Национальная традиция как стилеобразующий фактор

МОСКОВСКАЯ ШКОЛА ЮВЕЛИРНОГО ИСКУССТВА  
СЕРЕДИНЫ XX ВЕКА



А. И. Колобанова. Брошь

На протяжении полутора десятилетий, с начала 1960-х до середины 1970-х годов, российские художники-ювелиры одновременно решали две принципиально важные задачи, определившие основные векторы дальнейшей эволюции отечественного искусства. Первая, внутренняя эволюция — выстраивание собственной, внутригосударственной концепции становления российского ювелирного дела как искусства. Вторая, революционная — развитие в контексте основных художественных западноевропейских тенденций в этом виде пластических искусств.

**В** послевоенное десятилетие, с конца 1940-х и до конца 1950-х годов для советской школы важно было, что называется, обрести себя, понять, кто мы есть! Поэтому развитие темы национальных художественных традиций имело приоритетное значение. Она актуализировалась на волне национально-патриотического подъема, с одной стороны, и потребностью государства обеспечить население страны товарами насущной необходимости, с другой. Но и позднее, когда принцип ориентации на национальные художественные традиции впервые был с успехом представлен на Выставке прикладного и декоративного искусства РСФСР в Брюсселе (Бельгия), и далее на протяжении нескольких десятилетий это направление сохраняло свою витальность.

Тому был ряд как субъективных, так и объективных причин и факторов.

Именно тогда перед художниками-ювелирами открылись две возможные тенденции развития — национальная, или традиционалистская, и западная, или дизайнерская. Одна позволяла артикулировать особенности национальной художественной культуры, другая — осознать себя как часть мирового художественного сообщества. Эти тенденции нашли отражение во всех областях творчества. Но для ювелирного искусства они имели особое значение.

Проблема в том, что за все предшествующие годы советской истории, пожалуй, ни один из видов искусства не подвергался хотя и негласному, но от того не менее жесткому политическому остракизму, как ювелирное дело, традиционно ассоциировавшееся у «власть предержащих» с буржуазным образом жизни. В результате чего, по существу, была прервана традиция бытования, а значит, и культуры ювелирного дела как вида пластических искусств. Критика тех лет указывала на то, что при сохранении высокого уровня ремесла в стилистике массового производства ювелирных изделий доминировали «образцы дурного вкуса» второй половины XIX века<sup>1</sup>.

Среди лидеров авторского ювелирного искусства были художники и ювелиры Ленинграда — Ю. Паас-Александрова и С. Березовская, Москвы — М. Тоне, Н. Гаттенбергер, И. Бешенцева, Н. Белякова, М. Розанова (Синявская), Свердловска — Л. Устьянцев, В. Храпцов и другие. Общей чертой, объединявшей их поиски, был творческий, а не эпигонский подход к традициям. Но каждый из них по-своему понимал и интерпретировал национальный художественный опыт, иногда довольно далеко уходя от ювелирного искусства, обращаясь то к ткачеству, то к кружеву, часто беря за основу традиционные формы украшений, декорируя их современными орнаментами или опираясь на традиционные техники.

На этих различиях в отечественном искусствознании и было принято условное разделение на Московскую, Ленинградскую и Свердловскую региональные школы.

В отличие от Ленинградской и Свердловской, преимущественно отталкивавшихся от классицистических традиций, в Московской школе еще в 1950-е годы очевидно обозначился приоритет традиционной нацио-

нальной стилистики. Значительную роль в становлении этого направления сыграл потомственный ювелир и просветитель Ф. Я. Мишуков, ученики которого в начале 1960-х годов вошли в искусство. Под его руководством молодые художники-ювелиры, выпускники МВХПУ<sup>2</sup> (бывшее Строгановское) участвовали в выполнении КПИ МО ХФ РСФСР<sup>3</sup> заказа Московской ювелирной фабрики. Ф. Я. Мишуков входил в Художественный совет комбината. Его советы и консультации, роль в знакомстве молодых художников-ювелиров с коллекцией ювелирных произведений из собрания Государственного Исторического музея и сотрудниками музея, с которыми сам он дружил и сотрудничал многие годы, в значительной мере повлияли на выбор их индивидуальной стилистической манеры — авторского стиля и почерка. Благодаря его поддержке они жадно изучали историю русского ювелирного дела на шедеврах древних мастеров, получали бесценные знания, чтобы вписать свою страницу в великую историю русского ювелирного искусства.

Их произведения в традиционной стилистике не были репликами шедевров старых мастеров. Они являлись собой современные произведения ювелирного искусства, представляющие некие реминисценции по поводу тех или иных форм и декоративных мотивов ювелирных изделий Древней Руси.

Можно проследить некую стихийно сложившуюся закономерность в творческом переосмыслении исторического опыта национальных традиций.

Первоначально традиционным орнаментальным мотивам отводилась роль композиционной основы для создания новой художественно-образной системы. Они накладывались на вполне современные, несколько брутальные формы, в эпоху «сурового стиля» популярные во всех областях декоративно-прикладного искусства. К этому приему обращались художники разных сфер: и «свободные», и профессионально связанные с народными ювелирными центрами. Иногда можно наблюдать откровенную игру художника с орнаментальным мотивом, будь то «накладная сетка» в комплекте «Бирюза» М. Розановой (Браслет и кольцо. Напайная скань. 1964. Исп. Петров. КПИ МО ХФ РСФСР) или «пейзажный» орнамент из веток и хлопьев снега в гарнитуре В. Кабина (Браслет и брошь.



Рис. 46. П. Уткин, А. Ефимов. Филигранные брошь, серьги. Серебро. 1959 г. НИИХП



Н. Гаттенбергер.  
Серьги по мотивам жемчужного плетения и шитья



Н. Гаттенбергер.  
Серьги «Лучевые колты»



Н. Гаттенбергер.  
Серьги-двойчатки



Кольцо «Щит». 1969

М. Бешенцева.  
Кольцо «Щит». 1969

Н. Гаттенбергер.  
Брошь «На беду»



Биметалл, травление. 1961. НИИХП<sup>6</sup>). В обоих случаях декор, условно воспринимаемый как традиционный, по существу, просто наложен на лаконичные дизайнерские формы.

Ученицы Ф. Я. Мишукова Н. Л. Гаттенбергер и И. Б. Бешенцева первоначально не только использовали традиционный орнаментальный мотив, но и сохраняли традиционную форму украшений. Таковы «Лучевые колты» Н. Г. Гаттенбергер, выполненные в технике зерни, и кольцо И. Б. Бешенцевой, восходящее к украшениям Петровской эпохи, когда для изготовления украшений стали использовать вышедшие из употребления пуговицы с древнерусской одежды.

В 1964 году на выставке «Москва — столица нашей Родины» Н. Гаттенбергер представила комплекты женских украшений по мотивам жемчужного плетения и шитья, выполненные в сложном сочетании современных техник и материалов: нейзильбер, латунь, серебро, перламутр, жемчуг, ажурная скань, просечка. В продолжение темы в следующие годы художником были созданы гарнитуры «Пирамидки» (1965), «Серебряное кружево» (1968), «Хозяйка Медной горы» (1971), пленившие публику изысканным сочетанием традиционных техник и современных форм.

Иногда художники-ювелиры откровенно повторяли декоративный мотив, характерный для другого материала. Т. Чистякова в подвесе «Кони» (1967) экстраполировала в украшение образ, типичный для резьбы по дереву. Ювелирность изделия раскрывается в детализированном графическом рисунке скани, декорирующей четкий силуэт изделия. А З. М. Зенкова в комплекте 1967 года опирается на выразительность самого сканого орнамента, выделяя его как доминанту декоративного решения острой и современной формы гривны и браслета.

Оригинальные и вместе с тем очень функциональные произведения З. М. Зенковой заставляют вспомнить о взаимодействии в этот момент ювелирного искусства и моделирования одежды. В модном костюме 1960-е годы озаменовались стремлением к разнообразию. Женский костюм дифференцируется на повседневный и нарядный. Это было время творческого взлета советских модельеров одежды. Важную роль в развитии модной индустрии сыграл Международный конгресс моды, проходивший в 1967 году в Москве<sup>5</sup>. Советские участники конгресса сделали ставку на национальные традиции. Конгресс не только прошел с большим успехом, но и оказал некоторое влияние на развитие модных направлений следующего десятилетия — стиль «этно», в котором важной составляющей была русская тема. В следующем году советские модельеры (ОДМО<sup>5</sup>) впервые и с успехом показали свою коллекцию в Париже.

Естественно, аналогичные задачи вставали и перед художниками-ювелирами. И они начали создавать изделия, которые синтезировали народные традиции и современные формы, позволяли мгновенно менять характер повседневного костюма. Брошь, подвеска или браслет легко превращали будничное платье в нарядное.

Но помимо доминирующего эмоционально-восторженного отношения к национальному художественному наследию в отечественном авторском ювелирном искусстве уже в 1960-е годы сложилось аналитическое его осмысление. Здесь безусловным лидером была художник-ювелир из НИИХП<sup>6</sup> М. А. Тоне.

Как и ее коллеги, она начала с переосмысления роли традиционного орнаментального декора. Уже в начале 1960-х годов, при разработке образцов для фабрики «Северная чернь», она поставила перед собой задачу: вернуть великоустюжским черневым изделиям пластическую объемность предметных форм — под-



Браслет и кольца из комплекта «Русь». 1985

И. Б. Бешенцева.  
Браслет и кольца из комплекта «Русь». 1985



И. Б. Бешенцева. Комплект «Птички»



рис. 50. В. Кабин. Браслет и брошь. Вилметалл, травление. 1961. НИИХП

И. Б. Бешенцева. Комплект «Птички»

чинить декор форме, выявить художественно-выразительные возможности этой техники. В декоративно-образном решении произведений из серебра с чернью она искусно сочетала типичные формы древнерусских изделий — посуды и украшений — с языком современной станковой графики. Гармония фона и рисунка подчеркивает особенности формы изделий для массового производства — браслет «Ели» (1961) и выставочных — комплект посуды «Мир» (1967) и чарка «Все флаги в гости будут к нам»<sup>7</sup>.

Эти произведения уже несут характерную для эпохи эстетическую черту — создание визуального этнознака реального мира — символа связи прошлого и современного, воплощенного в формах искусства.

В дальнейшей работе художник продолжала развивать прием пластического взаимодействия формы и декора. В броши «Рябинка» (1961) для фабрики «Ростовская финифть» эмальерная композиция решена таким образом, что уплотненное условным изящным ажурным графическим рисунком, символизирующим осеннее дерево с плодами, внутреннее пространство вставки органично сочетается с оправой через эмальерные приемы росписи — штрих и точку. Это позволяет наполнить предметную форму ювелирного изделия «воздухом», придать композиции пластически-пространственный характер, хорошо читающийся и вблизи, и на расстоянии.

К концу десятилетия произведения художника приобретают почти дизайнерскую отточенность. Конструкция традиционной формы украшения обретает значение композиционной основы. Ожерелье «Гривна» (1967) синтезирует в себе два типа шейных украшений — гривну кочевников, скифов и античное колье, символизирующих два типа культуры — языческую и классическую, которые получили развитие и своеобразно переплелись на территории России. От

гривны художник берет конструктивные основы типа языческих ювелирных украшений, суть пластики произведений древних ювелиров. Лаконичность общего композиционного решения кольцевого украшения получает развитие в ритмике орнаментальных мотивов, восходящих к более широкому, общекультурному историческому наследию. От колье — декоративная выразительность центрального звена.

М. Тоне, как видим, никогда не копировала и даже не цитировала произведения национальной художественной культуры, но и не боялась отстаивать актуальность и современность традиций даже в спорах с искусствоведами. Своим творчеством художник успешно доказывала, что они и актуальны, и перспективны, если относиться к ним всерьез, а не как к модному направлению.

Другим направлением в развитии темы национальных традиций в 1970-е годы стала артикуляция ювелирной техники как главной «драгоценной» составляющей авторского ювелирного искусства. Эту линию представляли мастера-ювелиры А. Г. Голиков и Ю. П. Савельев.

Свою тему А. Г. Голиков нашел в традициях цепочного плетения XV—XVII веков. Он значительно расширил диапазон художественно-выразительных средств этого типа украшений, введя авторское ручное исполнение основы — широкой плоской цепи, что уже само по себе было шагом к созданию оригинального современного украшения. Затем художник обогатил палитру введением зерни и металлических накладок, добавил вставки красочного и богатого текстурой подделочного или полудрагоценного камня. Кабошоны из малахита, аметиста, топаза, бирюзы и других камней украшали «воротники», «вязки», браслеты<sup>8</sup>.

Произведения художника были высоко оценены не только соотечественниками, но и зарубежными



Ю. П. Савельев. Гарнитур «Ночка»



М. Чистякова.  
Подвес «Конь». 1967



Н. Белякова.  
Серьги. 1980

коллегами. Коллекция А. Г. Голикова была отмечена почетным дипломом выставки «Яблонец-74», проходившей под девизом «Перемены». И действительно, они явили пример оригинального авторского прочтения традиционного технического приема.

Ю. П. Савельев виртуозно владел традиционной техникой скани и сосредоточил свои творческие поиски на ее адаптации к современной ситуации, когда художники-ювелиры вместо серебра вынуждены были работать с нейзильбером или мельхиором. Он был ярким приверженцем трактовки художественной ценности современных ювелирных изделий как чрезвычайно многодельных. Эта внутренняя его установка корреспондировалась с нарастанием в отечественном ювелирном искусстве 1970-х годов эстетических принципов тенденции к декоративности.

В начале десятилетия Ю. Савельев выполнил из серебра в технике накладной скани браслет с крупным топазом-кабошоном в центре, обрамленным растительными мотивами, и гривну, исполненную в технике ажурной скани — легкой, сквозной, воздушной. Однако обе вещи отличает конструктивная жесткость, дисгармония формы и декора, буквально втиснутого в нее. Традиция воспринята достаточно поверхностно как независимый внешний фактор, поэтому отсутствует конструктивно-орнаментальная композиционность. К середине 1970-х годов эта двойственность художественно-образного решения в произведениях Ю. Савельева усиливается, что демонстрирует выставочный гарнитур 1975 года, отличающийся разнообразием стиливых решений отдельных вещей, его составляющих. Так, гривна восходит к традиционным деталям металлических уборов иконы — цатам. А брошь отсылает к принципам ассоциативно-образного, художественного решения, построенного на

колористическом сочетании золота, серебра, опалов, бирюзы, черной эмали.

Но так или иначе, у всех художников-ювелиров московской школы со временем пластическое развитие орнамента как конструктивной основы ювелирного украшения все яснее оформляется в объемно-пространственное решение и самой предметной формы. Иначе говоря, благодаря интересу к традиции в русском ювелирном искусстве 1970-х годов закрепляется ведущая роль «скульптурного» решения, где орнаментальная структура раскрывается в органическом единстве с формой, что практически уничтожает традиционное деление украшений на основу, вставку и оправу.

Правда, нередким явлением оставались и брошки, яркие украшения «по народным мотивам», со временем все более отдалявшиеся от сути и смысла народной традиции. Но вряд ли это было виной только художников. Решающую роль играл вектор выставочной политики, направленной на творческое руководство художниками, по крайней мере в выборе тем.

Так, в 1974 году по инициативе секретаря Союза художников РСФСР по декоративному искусству С. М. Бескинской на выставке к 50-летию палехской миниатюрной живописи в залах Академии художеств СССР была представлена коллекция ювелирных украшений с палехскими вставками. В творческом эксперименте по созданию ювелирных украшений с палехской лаковой миниатюрой приняли участие многие художники-ювелиры разных, иногда противоположных творческих позиций. Среди них были москвичи Л. Ситникова, А. Голиков, Н. Гаттенбергер, И. Бешенцева и другие художники, откликнувшиеся на эту идею. Большинство художников воспользовались традиционным решением в виде тонкой ажурной сканой оправы, обрамляющей вставку-миниатюру. Таковы брошь «По улице



Рис. 54. З. Зенкова. Шейное украшение и браслет  
Серебро. 1967 г. НИИХП



Подлубная. Бусы

мостовой» (1973) и гривна «Лесная сказка» (1975), созданные Л. Ситниковой и Р. Смирновой, или цепочного плетения брошь для галстука «Пряха» (1972) А. Голикова и Р. Смирновой, где живописная миниатюра лишь заменила каменную вставку<sup>9</sup>.

К счастливым исключениям относится произведение Н. Л. Гаттенбергер, коллегами и соавторами которой стали живописцы Р. А. Смирнова и И. В. Ливанова. Певучие ритмы плясовой песни прочитываются и в характере миниатюры Р. Смирновой, и в выразительных, пластичных изгибах латунной оправы ее броши «По улице мостовой» (1975). Целостность композиционного решения достигается точным распределением ролей. Металл как будто идет на шаг позади «задорной» драгоценной вставки, предоставляя ей роль лейтмотива, а уж затем широким бархатным «баритоном» подчеркивает ее звучание.

Казалось бы, возобладавший к концу 1970-х годов творческий принцип самовыражения художников-ювелиров, работавших в жанре «станково-прикладного» искусства, в конце концов должен был освободить их от самой мысли о стилистическом заимствовании и цитировании как традиционного искусства, так и исторических художественных стилей. Но эта тема не ушла. Напротив, в творчестве некоторых художников-ювелиров настойчиво продолжал звучать мотив исторических реминисценций. Правда, тему национальных традиций сменили барокко и модерн. Причина обращения к ним кроется в выходе на масштаб выставочного пространства. На этом поле многие художники-ювелиры утратили чувство пропорционального соотношения ювелирного произведения как предметной формы с человеком. В новых пространственных условиях нужны были иные параметры и иные приемы построения ком-

позиции. Но исторические реминисценции или экстраполяция различных стиливых пространственных композиционных приемов в новые условия открыли советским художникам 1970-х годов путь к освоению арт-объекта как самостоятельного жанра ювелирного искусства.

Сегодня многие производители ювелирных изделий декларируют свою приверженность национальным и классическим художественным традициям. Однако, как правило, они не идут дальше создания реплик. Лишенная серьезного философского и творческого осмысления, эта тема так и останется лишь модой и не даст импульса для дальнейшего развития отечественного ювелирного искусства.

#### Примечания и использованная литература:

<sup>1</sup> Ильин М. А. Исследования и очерки. М., 1976. С. 111.

<sup>2</sup> МВХПУ: Московское высшее художественно-промышленное училище (бывшее Строгановское).

<sup>3</sup> КПИ МО ХФ РСФСР: Комбинат прикладного искусства Московское отделение Художественного фонда РСФСР.

<sup>4</sup> Тогда в советскую столицу, а по меркам индустрии моды провинцию приехали многие всемирно известные Модные дома, в числе которых был и Дом Шанель. Их показы и открывали конгресс. Затем свои коллекции представляли общесоюзный и республиканские дома моделей. Европейцы, как это принято, демонстрировали свой фирменный стиль.

<sup>5</sup> ОДМО: Общесоюзный Дом моделей одежды.

<sup>6</sup> НИИХП: Научно-исследовательский институт художественной промышленности.

<sup>7</sup> Оба произведения находятся в собрании Всероссийского музея декоративно-прикладного и народного искусства, фонд «Музея народного искусства».

<sup>8</sup> Постникова-Лосева М. М. Русская золотая и серебряная скань. М., 1981. С. 53–54.

<sup>9</sup> Некрасова М. А. Вступительная статья // Каталог персональной выставки Натальи Гаттенбергер. М.: Советский художник. 1978. С. 5.

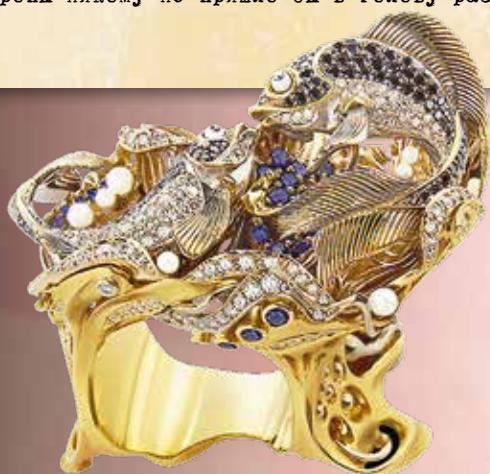
# ПОБЕДИТЕЛИ ВСЕРОССИЙСКОГО КОНКУРСА ЮВЕЛИРОВ «ЛУЧШИЕ УКРАШЕНИЯ РОССИИ 2013»

## Москва — мать России

«Европейская Россия постепенно разрасталась вокруг Москвы, которая была ядром государства. Недаром русские называют этот город Матушкой Москвой. Внимание старого славянского князя привлек к себе небольшой холмик, не более 100 футов (чуть более 30 м) высотой на берегу Москвы-реки, в самом сердце этой огромной равнины. Он оказался ему наилучшим естественным укреплением на протяжении многих миль. Таким образом, на этой крошечной возвышенности, которую в любой другой стране Европы никому не пришло бы в голову рас-

ценить как имеющую стратегическое значение, он построил крепость, окружив ее высокими деревянными стенами и глубокими рвами с водой. Она стала именоваться Кремлем, и в стенах ее вскоре стали собираться купцы и торговцы, которые составляли значительную часть населения и которые сосредоточили в своих руках основные богатства страны».

Из статьи Гилберта Гросвенора «Молодая Россия — страна неограниченных возможностей». National Geographic, ноябрь 1914.



КОЛЬЦО  
II место  
БРЕНД GEORGIAN,  
КОМПАНИЯ «ТРИ О ПРОФИТ»  
Коллекция «Водный мир»

### БЕНЕФИС КАМНЯ

I место  
ОСИПОВ МИХАИЛ, ТОРГОВАЯ МАРКА «ОМ»  
Коллекция с изумрудами и желтыми сафирами



### МОМЕНТ ПРЕСТИЖА

I место  
КОМПАНИИ НИКА И НИКА-EXCLUSIVE  
Часы «Миниственные»  
из коллекции CELEBRITY;  
часы «Нефть», «Самурай», «Нежность»





*ПРИРОДНЫЕ МОТИВЫ*

*II место  
КОМПАНИЯ «ЖЕМЧУЖНОЕ ПОДВОРЬЕ»  
Коллекция брошей «Верь мне»  
Автор В. В. Мартынова  
Мастер-ювелир П. В. Салей*

*КОЛЛЕКЦИЯ СЕЗОНА*

*I место  
БРЕНД ESTER MOSCOW,  
ТОРГОВЫЙ ДОМ «ЭСТЕТ»  
Колье и 6 сетов из коллекции Choice*



*ЭТНИЧЕСКИЕ МОТИВЫ*

*II место  
ТОРГОВЫЙ ДОМ «КАМЕЯ СО»  
Коллекции «Марокко» и «Орталли»*

# Город золотой...



Говоря о Костроме, невозможно обойти вниманием тот факт, что город называют колыбелью российской государственности. 14 марта 1613 года на престол Государства Российского взошел Михаил Романов — в Ипатьевский монастырь прибыли послы Московского Земского собора, чтобы призвать его на царство. Именно с этого момента Кострома навсегда вошла в историю российской государственности как колыбель августейшего Дома Романовых.

**П**о праву Кострому называют и ювелирной столицей России. В глубину веков уходят и корни ювелирного ремесла Костромской земли. Первые документальные свидетельства о костромских мастерах серебряного и медного дела относятся к XVI веку. Работы мастера из села Сидоровского Григория Раткова до сих пор украшают залы Государственного Исторического музея, Церковного историко-археологического музея Ипатьевского монастыря и ряда других музеев. Раньше изделия красносельских кустарей и мастеров XIX—XX веков можно было встретить практически повсеместно в монастырях, на ярмарках, в царских хоробах, дворянских усадьбах, купеческих особняках и крестьянских избах.

Вот что писал журнал «Русский Ювелирь» о красносельских ювелирах в 1914 году:



Артель за работой (из запасников музея)

## КРАСНОСЕЛЬСКАЯ КУСТАРНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

Ювелирно-металлическое кустарное производство существует в разных местностях России с давних времен; теперь этот промысел встречается и в центральных губерниях, на севере и юге России, на Кавказе и в Азии. Ювелирные и филигранные изделия выдвигаются почти во всех уездах Московской губ., где этим промыслом занято почти 5000 человек, в Костромской губ.; в Казанской губернии известны изделия кустарей села Слобода Рыбная, за которые на Туринской международной выставке 1911 г. присуждена была серебряная медаль. В Великом Устюге Вологодской губ. из стари производятся чеканные изделия по серебру. Встречается этот промысел в Уфимской и Бессарабской губерниях и в Дагестанской области. В Тифлисской губернии изготовляются пользующиеся широкой известностью кавказские серебряные изделия.

Отдел Сельской экономики и сельскохозяйственной статистики Главного Управления Земледелия и Землеустройства, в задачи которого входит поощрение кустарной промышленности, недавно издал большой труд, посвященный состоянию разных промыслов кустарной промышленности в России. В статье о ювелирно-металлическом промысле мы находим некоторые общие данные о состоянии этой отрасли в разных районах, при чем автор этой статьи сам признается, что эта отрасль нуждается еще в строгом и детальном обследовании.

Из всех указанных нами районов производства ювелирных вещей особенной популярностью пользуется Красносельский район Костромской губернии; изделия кустарей этого района распространены по всей России. О состоянии Красносельской кустарной промышленности имеется теперь очень обстоятельное и подробное обследование, составленное завѣдующим кустарным отделением Костромской губернской Земской управы г. Барыковым. Как видно из этого обследования, район, именуемый вообще Красносельским, обнимает три волости: Крас-

носельскую, Семеновскую и Сидоровскую, в которых 107 селений заняты этим промыслом. Красносельская волость насчитывает 4.215 рабочих, занимающихся ювелирным промыслом, Семеновская волость — 584 рабочих и Сидоровская волость — 282 рабочих. Материалом, из которого выдвигаются изделия, служит серебро, медь и белый металл, причем в Сидоровской волости работают исключительно из серебра, в Красносельской волости из серебра производится 67% всех изделий и в Семеновской волости 35%. В обследовании г. Барыкова имеются данные о количестве переработанного в этом районе серебра за период с 1900 по 1905 г.: за этот период самое большое количество серебра было переработано в 1903 г., а именно почти 1.586 пудов.

Все эти данные касаются лишь изделий, прошедших через пробирную палату, а так как по многим причинам не все изделия представляются для клеймения, то, по мнению управляющего пробирной палатой, цифра эта должна быть удвоена. Принимая цену серебра по 16 руб. за фунт, следует прийти к выводу, что район этот вырабатывает серебра на 3 мил. руб. Эта сумма относится приблизительно к 1903 г., а судя по распространенности красносельских изделий, можно почти с уверенностью сказать, что количество изделий с каждым годом увеличивается; таким образом ювелирный промысел Красносельского района представляет собой довольно видную отрасль, на которую следует обратить особенное внимание; может быть ему суждено впоследствии стать русским Пфорцгеймом. Во всяком случае нельзя не приветствовать труд г. Барыкова; всякий, кому дороги интересы русской промышленности вообще и кустарной в частности, знает, как мало сделано для обследования этой отрасли и как важно и необходимо такое обследование; может быть труд г. Барыкова найдет себе последователей и в других районах кустарной ювелирной промышленности, которые покажут нам, как велико там это производство.



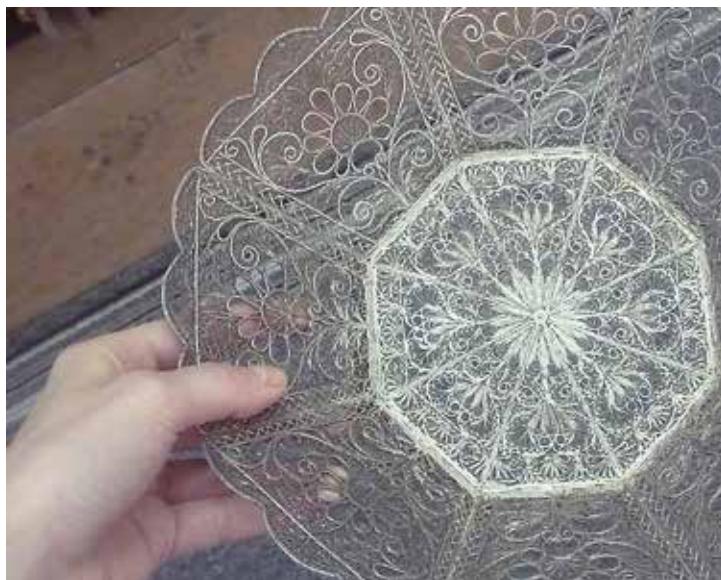
*Из запасников музея*

*«Золотого петушка», выполненного Львом Павловичем Прилуцким, преподнес в дар музею профессор КГУ и.и. Н. А. Некрасова, автор книги «Красносельские художники-ювелиры» Александр Иванович Бужин*

На сегодняшний день в Костромской области перерабатывается более 33% золота и серебра от общего количества по России. Более 85% костромской ювелирной продукции вывозится за пределы области. В регионе зарегистрировано 1240 ювелирных предприятий, которые за год производят изделий на сумму более 11 миллиардов рублей. И похоже, что сбываются предсказания автора журнальной заметки 1914 года — Кострома стремительно приближается к званию «Золотого города России», титул которого в Германии прочно занят Пфюрцхаймом.

Богатые исторические традиции двух ювелирных столиц говорят сами за себя: к XVI веку относится запись в Казанской переписной книге о том, что среди мастеров-серебряников был и некий Рудак Борисов родом из Костромы, а в 1767 году маркграф Карл Фридрих Баденский основал ювелирную и часовую фабрику в Пфюрцхайме. В Красном-на-Волге находится и единственное российское учебное заведение художественной обработки металлов (КУХОМ) — в Пфюрцхайме открыта Школа ювелирного и часового мастерства. В России Кострома, а в Германии Пфюрцхайм олицетворяют историческую традицию в ювелирном деле: как в том, так и в другом городе имеются инновационные и конкурентоспособные предприятия, специализирующиеся на выпуске ювелирных украшений, а также оптовой торговле. И наконец, одной из главных достопримечательностей Пфюрцхайма издавна является Музей драгоценностей. Теперь свой музей есть и в Костроме.

Идея создания «Музея ювелирного искусства» в Костроме витала в воздухе на протяжении нескольких лет, и наконец ее успешно воплотил костромской предприниматель Андрей Смирнов. Он смог объединить в команду людей самых разных устремлений: фотографов, ювелиров, художников, историков, архитекторов, строителей. В результате получился



*Из запасников музея*

единственный в своем роде музей, который распахнул свои двери для посетителей 1 октября 2013 года. С открытием музея Кострома очередной раз подтвердила свой статус «Жемчужины «Золотого кольца России».

В Музее представлено более семисот экспонатов, связанных с историей возникновения и развитием костромского ювелирного промысла. Представлены уникальные фотографии, а также изделия рубежа XIX—XX веков, которые создавались костромскими и красносельскими мастерами-ювелирами.

Здесь воссоздана мастерская кустика с подлинным ручным инструментом, которым так виртуозно владели костромские ювелиры.

Отдельная часть экспозиции посвящена развитию костромских ювелирных традиций в XX веке с его



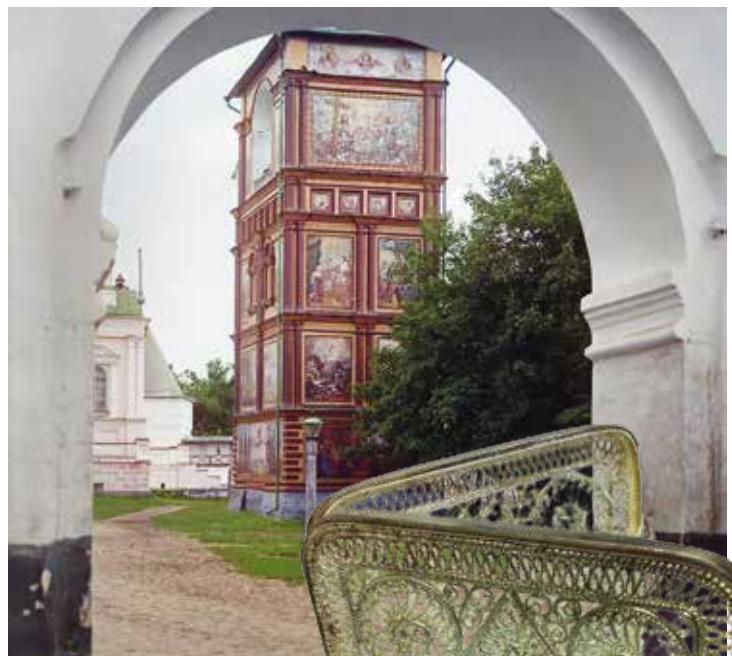
Экспонат музея

Колокольня Ипатьевского монастыря. Кострома.  
Архитектор С. М. Прокудин-Лорский. 1911 год

взлетами и падениями. В частности, представлены экспонаты из знаменитой красносельской скани, сувенирной группы как именитых мастеров (Р. А. Медведева, П. И. Чулкова, И. С. Шедова, Ю. И. Кавалерова, С.А. Безрукова, Т. И. Халеевой), так и учеников единственного в своем роде Красносельского училища художественной обработки металлов, выпустившего свыше 5000 ювелиров.

Музей располагается в исторической части Костромы — в памятнике архитектуры второй половины XVIII века, в нем же находится ювелирный центр «Аметист», в котором представлен широкий ассортимент украшений из золота и серебра, а также сувениры с символикой города, изготовленные костромскими мастерами.

Уже сегодня поклонники ювелирного искусства могут совершить познавательное путешествие по многовековой истории ювелирного дела Костромского края, а в ближайшее время их ждут тематические встречи с художниками-ювелирами, а также выставки-продажи работ современных мастеров.



Экспонат музея

# ПОБЕДИТЕЛИ ВСЕРОССИЙСКОГО КОНКУРСА ЮВЕЛИРОВ «ЛУЧШИЕ УКРАШЕНИЯ РОССИИ 2013»

## Костромской регион

Костромской регион — старинный центр русского ювелирного искусства, с XVIII века развивающий народные традиции в творчестве художников-ювелиров. Уникальные выставочные произведения красносельских мастеров, выполненные в технике скани, находятся во многих музеях нашей страны и достойно вошли в классику отечественного ювелирного искусства. Представляем вашему вниманию работы костромских предприятий, ставших победителями Всероссийского конкурса ювелиров «Лучшие украшения России 2013».

### ЛУЧШАЯ КОЛЛЕКЦИЯ МАССОВОГО ПРОИЗВОДСТВА

1 место

Красное-на-Волге. КОМПАНИЯ «АКВАМАРИН».  
Коллекция Elegance



### КОЛЛЕКЦИЯ СЕЗОНА

1 место

Кострома. КОМПАНИЯ «МАСТЕР БРИЛЛИАНТ».  
Коллекция Angelo  
Автор Р. А. Васильев.  
Мастер-ювелир А. А. Маслов



### ЮВЕЛИРНЫЙ ПОДАРОК

1 место

Кострома. КОМПАНИЯ «АМБЕР».  
Настольные украшения «Потешки»



*ЮВЕЛИРНЫЕ ОБРАЗЫ РОССИИ*

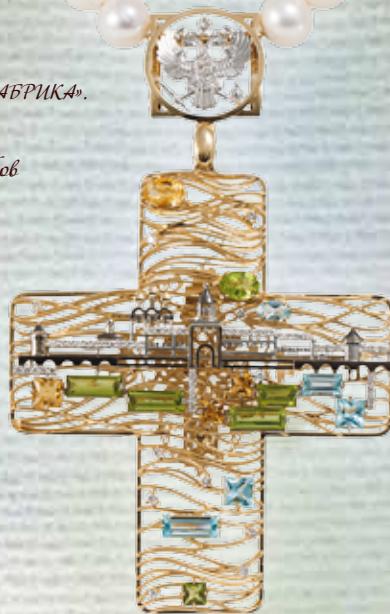
*II место*

*Караваев. «КАРАВАЕВСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ФАБРИКА».*

*Коллекция «Ипатьевский монастырь –*

*Колыбель Царской Династии Романовых».*

*Автор А. А. Бадин. Мастер-ювелир В. М. Рядов*



*ЮВЕЛИРНЫЙ ПОДАРОК*

*II место*

*Кострома. КОМПАНИЯ «АЛТ.МАСТЕР».*

*Колокольчики «Домовенок», «Мелас», «Фаворит»*

*Автор М. Титова*

*Мастер-ювелир И. Румянцев*

*ЮВЕЛИРНЫЕ ОБРАЗЫ РОССИИ*

*I место*

*Красно-на-Волге.*

*«КРАСНОСЕЛЬСКИЙ ЮВЕЛИРПРОМ».*

*Сувенир «Ипатьевский монастырь»*

*Авторы: А. В. Арутюнкова,*

*И. С. Луиленкова*

*Мастера-ювелиры: А. А. Руднев,*

*А. В. Ситников, А. Н. Комаров,*

*Г. Н. Лапина, М. Я. Харламова,*

*А. Н. Молокова, Д. С. Комаров*



Екатерина Казаринова, эксперт, консультант,  
тренер Международного Бизнес-центра «6 карат»

# Категорийный менеджмент в канале сбыта

## ЧАСТЬ 2



В прошлом номере журнала была размещена статья об использовании относительно нового для ювелирного рынка способа увеличения прибыли — категорийного менеджмента. Сегодня действительно вопросов по его использованию гораздо больше, чем ответов.

Мы печатаем продолжение статьи с размышлениями автора об использовании внедрения категорий в работу оптовых компаний. Для них, в отличие от розницы, встал вопрос о целесообразности такого явления, как категорийный менеджмент...



## КАК СОЗДАТЬ КЛАССИФИКАТОР ПО КАТЕГОРИЯМ?

**Л**юбая розничная компания, работающая по категорийному менеджменту (на профессиональном сленге «катмен». — *Примеч. автора*), знает, что категорию целесообразно выделять по тем же критериям, которыми пользуется при принятии решения о покупке ИХ ЦЕЛЕВОЙ ПОКУПАТЕЛЬ. То есть следует понимать (или предложить и проверить, что это работает), как используется дерево покупательских решений.

Скажем, соки в магазине с большим ассортиментом полезно выделить сначала по вкусу (апельсиновый, яблочный и т. д.), а потом уже по цене. Так их проще найти покупателю. А вот, скажем, если вашими клиентами являются собственники малого бизнеса (оптовый бизнес), то нужно знать, что для них самый важный критерий — наличие сока (бесперебойные поставки) и прежде всего недорогих марок. И уже потом в нужном им бренде они будут выбирать вкусы и объем упаковки. Именно поэтому в классификаторе имеет смысл вынести на верхний уровень классификации выделение по группам товаров (по брендам).

Ни для кого не секрет, что в ювелирном магазине первым уровнем принятия решения при выборе золотой цепочки чаще всего выступает ее длина. И если магазин серьезно работает с этой категорией товара, то он выделяет для учета и предложения цепочки по длине. А вот в оптовых закупках обычно важнее тип плетения (и вес металла), соответственно, и категории могут быть выделены по-разному.

Или еще один пример, далекий от ювелирного дела, но наглядно иллюстрирующий мысль автора: категории удобрений для сада-огорода. Для розничного покупателя удобнее всего, если они будут представлены по типу использования: удобрения для овощей, цветов, плодово-ягодных культур... А вот товароведу, совершающему закупку для своего магазина, проще и удобней ориентироваться в товаре, если в классификаторе сначала будет разделение удобрений на органические-неорганические, сухие и жидкие. Следует помнить о том, что в канале B2B представлены профессионалы в закупках с двух сторон. Поэтому и классификатор должен применяться более «профессиональный».



Жизненный цикл категории обычно долг, и в рамках этой жизни успевают родиться и умереть как многие бренды, так и конкретные товары. Появляются товары-заменители или товары с нужными потребительскими свойствами, но в разных ценовых сегментах. Поэтому, выделив для управления категорию, очень важно понимать, насколько удобно вашему клиенту будет в ней ориентироваться для выбора нужного ему товара. И этот выбор может жить достаточно долго.

Еще одно различие в выделении категорий оптовика и ритейлера состоит в том, что розничный покупатель обычно приобретает в определенной категории один товар с определенным артикулом (например, золотую цепочку длиной 50 см), в то время как оптовик при совершении закупки выбирает несколько товарных артикулов (порую практически весь ассортимент), так как он закрывает потребности своего магазина в группе товаров. Зная своих B2B-клиентов (соответственно, и потребности их покупателей), заказывая товар у своих поставщиков или же размещая заказ на производстве, оптовый продавец должен понимать, для кого он будет интересен и по каким ценам его B2B-клиент будет готов купить предложенный товар. Вот и получается, что ширина ассортимента для ювелирной оптовой компании становится важной для клиента в момент принятия решения, в какую компанию ехать на отборку. И если оптовик сможет сделать предложение лучше своих конкурентов, то имеет возможность стать «капитаном категории» для своих клиентов и занять серьезную долю (процент) на их полках.

Есть ли различия в алгоритме выделения категорий и построения классификатора?

Ритейл	Опт
1. уточняем товарную специфику	1. уточняем товарную специфику
2. уточняем целевой сегмент покупателей и позиционирование, формат магазина	2. уточняем целевой сегмент клиентов и позиционирование
3. выделяем группы товаров в ассортименте (ориентируемся на уровни принятия решения о покупке потребителя и стратегические задачи компании)	3. выделяем группы товаров в ассортименте (ориентируемся на уровни принятия решения о покупке потребителя и стратегические задачи компании)
4. проверяем классификатор по ширине и глубине ассортимента на базе статистики прошлых продаж (собранных по новому срезу)	4. проверяем классификатор по ширине и глубине ассортимента на базе статистики прошлых продаж (собранных по новому срезу)
5. определяем роли категорий и ценовую политику в зависимости от этого	5. определяем роли категорий и ценовую политику в зависимости от этого
6. распределяем торговые площади под категории	6. формируем предложение по выставке (выкладке) товара по приоритетным категориям
7. ставим целевые показатели по категориям	7. ставим целевые показатели по категориям

С точки зрения последовательности этой работы видим, что она одинакова как для розницы, так и для опта. В чем нюансы?

- Важно хорошо понимать портрет своего покупателя, его логику в выборе товаров, значимость брендов производителей (как соответствие категории).

Всероссийская специализированная выставка

# ЮвелирЭКСПО

**19-23**  
**ДЕКАБРЯ**  
**2013**  
**ВОЛГОГРАД**  
пр. Ленина, 65 А

- Ювелирные изделия
- Бриллианты
- Драгоценные камни
- Столовое серебро
- Элитные подарки
- Авторские работы
- Бижутерия
- Часы



реклама

Организатор  
**Волгоград ЭКСПО**

(8442) 55-13-17  
www.volgogradexpo.ru

Генеральный информационный спонсор  
**ЭКСПО ЮВЕЛИР**

Генеральный информационный партнер  
**Алмаз**



Фото: EsSos.de

- Важно уметь связать стратегические задачи и учитывать их при выделении особенно важных для этих целей групп товаров.
- Если ритейлер сам определяет процент площади и место в торговом зале для определенной категории, то оптовик может в традиции официальных дистрибьюторов от производителей предлагать оптимальные варианты по представлению своего товара на полке ритейлера.

Формирование категорий — основной момент в категорийном менеджменте, основанный на понятии стратегической бизнес-единицы (СБЕ).

Сколько уровней (глубина иерархии) товарного классификатора будут оптимальными: два, четыре или семь? Обычно, чтобы классификатор был рабочим инструментом и СБЕ были управляемыми, важно соотносить, сколько категорий Вы передаете в управлении категорийному менеджеру. Какой уровень классификатора будет иметь показатели, по которым Вы оцените эффективность работы.

Обычно для этого достаточно 3–4 уровня иерархии, причем чаще всего целевые показатели относятся ко 2 или 3 уровню. Выделяя категории, важно помнить, что ряд свойств товара можно не вносить в классификатор, а использовать их для отдельных отчетов (цветовые и размерные горки, например).

### Нужно ли для компании, где есть и опт и розница, делать разные классификаторы?

Когда специалисты рынка говорят, что категорирование в рознице и опте требует разных подходов, то чаще всего эти разговоры случаются, когда компания, имеющая оптовое или оптово-производ-

ственное подразделение, открывает свою розницу. И классификатор, который был понятным и правильным для производителя, переносит на «свой» ритейл. А он «не подходит».

Все дело в том, что конечные покупатели у розницы и опта разные, соответственно, и слепое копирование классификатора неприемлемо: они должны различаться.

1. Компания, являясь узким специалистом на своем рынке и выпуская товарную линейку в одной категории, открывает магазин с более широким предложением для покупателей. Рознице нужен процент других (сторонних) товаров, а зачем эти товары нужны в классификаторе производителя в принципе?

2. Подводя итоги года, важно выявить, какие категории дали максимальный вклад в результат, насколько оправдали и удержали свои роли. И так как клиенты разные для розницы и опта и уровни иерархии могут не совпадать, то и проводить их нужно отдельно.

*Продолжение следует...*

В следующем номере журнала в третьей части статьи мы поговорим о том, чем отличается работа категорийного менеджера от работы менеджера по закупкам, есть ли разница в системе их мотивации. В новом материале будут представлены рассуждения автора о том, насколько подходят инструменты анализа, используемые для оценки работы ассортимента в рознице и для оптовых продаж.

Приглашаем к разговору на тему управления ассортиментом в ювелирной компании как розничных операторов, так и оптовых игроков рынка.



#### СЕМИНАР ЕКАТЕРИНЫ КАЗАРИНОВОЙ

#### «ИНСТРУМЕНТЫ АНАЛИЗА В УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ ПО ТОВАРНЫМ КАТЕГОРИЯМ ДЛЯ ТОРГОВЫХ ДОМОВ И ЮВЕЛИРНЫХ МАГАЗИНОВ»

Февраль 2014 года

Обращаться в Международный Бизнес-центр «6 карат» по телефонам:  
(495) 232-22-60, 232-33-79 или 744-34-64

# «ЗОЛОТЫЕ ПРАВИЛА»

## работы с персоналом

### В ЮВЕЛИРНОМ ДОМЕ «КРИСТАЛЛ» (г. ЛИПЕЦК)

Одной из ключевых проблем ювелирных компаний, а особенно торговых, где специалист встречается с конечным покупателем ювелирных украшений, является отсутствие эффективной системы управления.

Конкуренция среди предприятий и организаций ювелирной торговли становится все сильнее. Чтобы выжить в этой борьбе, ювелирные магазины, торговые дома обрушивают на покупателя водопад подарков, дисконтных программ, лотерей и сюрпризов. А человеку все чаще хочется доброго слова, вежливого и внимательного отношения со стороны тех, кто призван дарить им радость и комфортное обслуживание.

Увы, далеко не каждый магазин может этим похвастаться. Не каждой компании под силу вырастить настоящую команду специалистов по продажам. А в управлении персоналом ювелирного ритейла есть еще и свои особенности и тонкости. О том, как эти задачи решаются в ювелирном ритейле, мы расскажем на примере крупной российской компании «Ювелирный Дом «Кристалл» (Липецк) и сети ювелирных салонов «Тутанхамон».



**Правило 1. Крупной ювелирной компании необходимо иметь четкие критерии принятия на работу новых сотрудников, особенно когда речь идет об открытии 10–12 новых магазинов ежегодно. Основным инструментом для сотрудника отдела по работе с персоналом при принятии на работу продавцов сегодня становится интервью по компетенциям.**

**Цитата:** Хорошее управление состоит в том, чтобы показывать средним людям, как сделать работу превосходных людей.

**Джон Девис Рокфеллер**

Коммерческий успех любого предприятия напрямую зависит от эффективной системы управления персоналом. Принятие решения о приеме на работу новых сотрудников при открытии нового проекта — это всегда либо начало успеха, либо фиаско. Это касается как конкретного сотрудника, так и компании. Причем следует помнить о том, что для крупных ювелирных сетей наиболее серьезным вопросом является массовый дистанционный рекрутинг

продавцов — когда сотрудник по найму персонала удален от соискателя, а интервью по Сети часто заменяет личное общение.

Другой, не менее сложный вопрос, который приходится решать «охотникам за головами», — разнообразие требований, предъявляемых к продавцам ювелирных магазинов, должностные обязанности которых настолько многочисленны, а материальная ответственность так высока, что осветить в интервью весь массив профессиональных знаний и навыков становится практически нереально. Рынок готовых профессиональных продавцов ювелирных изделий узок. Куда проще найти продавца продуктов или одежды. Если продавец ювелирного магазина является профессионалом своего дела, то доля его вклада в товарооборот магазина может составлять до 15–20% от общих продаж. Поэтому поиск нового места работы — весьма редкое явление для эффективного «продажника». Не менее сложным аспектом, который необходимо учесть сотруднику по подбору персонала, является личность директора магазина, который, безусловно, имеет собственный подход к оценке нанимаемого персонала.

В результате рекрутер сталкивается с четырьмя основными проблемами: удаленность от соискателя, разнообразие профессиональных требований, предъявляемых к соискателю, субъективный личностный поход директора и узость рынка профессиональных продавцов,



которые ищут новую работу. Основным инструментом в решении данных вопросов для отдела по персоналу сети магазинов «Кристалл» является интервью по компетенциям. Этот метод позволяет стандартизировать процедуру отбора, что особенно важно в ситуации территориально распределенной сети, дает возможность свести к минимуму субъективность мнения директора магазина, является универсальным инструментом для формирования корпоративной культуры, обучения и оценки знаний, а также развития персонала.

Интервью по компетенциям — результат много-ступенчатой работы. В первую очередь создается модель ключевых компетенций продавца. Затем эта модель описывается в поведенческих характеристиках. К примеру, при общении с конфликтным покупателем продавец должен оставаться спокойным и доброжелательным. То есть в данном случае поведенческой характеристикой выступает стрессоустойчивость соискателя. Далее с помощью моделируемых в интервью ситуаций устанавливается профиль соответствия критерию стрессоустойчивости. Если соискатель при встрече с конфликтным покупателем предложит в качестве решения немедленное обращение к директору, это будет означать, что тест не пройден. А если в ходе интервью ответит, что в подобной ситуации в первую очередь даст покупателю высказаться, то соискатель будет признан годным по данному критерию.

Минимальный набор компетенций для оценки соискателя на должность продавца насчитывает 5 пунктов: коммуникабельность, стрессоустойчивость, обучаемость, добросовестность, инициативность. По каждой из компетенций существует целый перечень вопросов и ситуаций, которые моделируются на собеседовании. Чем выше соответствие соискателя по каждой из компетенций, тем больше шансов он имеет быть принятым на работу. Первоначальное интервью по компетенциям может быть проведено директором магазина на месте. Для этого, естественно, необходимо орга-

низовать предварительно обучение директоров проведению такого собеседования. Итоговый контроль осуществляет профессиональный менеджер по персоналу. Со временем модели компетенций могут быть скорректированы, к ним могут прибавиться дополнительные компетенции — ведь прогресс в области обслуживания покупателей не стоит на месте и требует от каждого дополнительных навыков и знаний.

После принятия соискателя на работу вступает в силу действие второго «Золотого правила».

---

**Правило 2. Обучение и постоянное повышение стандартов обслуживания должны стать основными условиями для раскрытия потенциала каждого из сотрудников.**

---

**Цитата:** После того как мы нанимаем сотрудника, его образование — вопрос прошлого, оно больше не учитывается при оценке его работы, а также не является причиной для его повышения.

**Акио Морит,**  
японский предприниматель

Ювелирный бизнес, по отзывам большинства представителей, — одна из наиболее сложных отраслей, в том числе и в управлении. В первую очередь это связано с высокой ответственностью, которая предъявляется к работникам любого уровня — от генерального директора до охранника. В этой связи стандартизация навыков и знаний является главным инструментом в обучении персона-



ла. В ООО «Ювелирный дом «Кристалл» функционирует система стандартов, основные положения и критерии которой отражены в «Руководстве для продавца». Но помимо профессионального багажа знаний относительно формы, цвета, типов огранки камней, видов плетений и прочих важных вещей на первое место сегодня выдвигается общий уровень культуры продавца. Это подтверждают и маркетинговые исследования, неоднократно проводимые среди покупателей магазинов «Кристалл». Более 70% респондентов говорят о том, что наряду с широким ассортиментом, представленным в магазине, для них большое значение имеет уровень компетентности и культуры сотрудников магазина. Поэтому руководством компании было принято решение уделять особое внимание обучению культуре обслуживания.

Культура сервиса в ювелирном магазине не возникает на пустом месте. Корни многих особенностей этого процесса всегда связаны с национальными элементами культуры труда, с профессиональной культурой отрасли и корпоративной среды. Известно, например, что в дореволюционной России у разных ремесленных, торговых корпораций складывались устойчивые критерии культуры обслуживания. Определенные нормы мастерства, этические принципы обращения друг с другом и с клиентами были выработаны у торговцев, у персонала трактиров, бань, гостиниц и ресторанов. Были таковые и у ювелиров. В современной России они формируются заново — где-то быстрее, где-то медленнее, но очевидно, что формат торговли в сравнении с советским и ранним постсоветским периодами изменился значительно. Конечно, и сегодня встречаются ситуации, когда продавец пытается предложить покупателю изделие того ценового сегмента, который, по субъективному мнению продавца, является соответствующим внешнему виду вошедшего. Однако большинство покупателей считает, что время, когда

в ювелирном магазине «принимали по одежке», безвозвратно ушло. Действительно, сейчас очень сложно оценить финансовую состоятельность зашедшего посетителя — мир изменился, и мы вместе с ним.

Поэтому избавлению от «привычного образа мыслей обывателя» в «Кристалле» посвящено множество тренингов, направленных на объективное выявление потребностей с помощью открытых вопросов. Обучение регулярно проводится в каждом магазине силами собственного бизнес-тренера. Продавцов учат тому, как здороваться, какие вопросы задавать, а о чем не заговаривать с клиентом ни в коем случае, сколько изделий предложить, как построить наводящую фразу, чтобы прояснить ожидания покупателя.

Одним из современных способов оценки результатов обучения продавцов является проверка методом «Тайный покупатель». В 2013 году эта система была внедрена в «Кристалле» и стала эффективным инструментом проверки текущей деятельности удаленного магазина. С одной стороны, подобные маркетинговые оценки дают возможность директору магазина обратить внимание на слабые и сильные стороны своего коллектива, когда он знакомится с анкетой. С другой стороны, для дирекции по персоналу они служат критерием для составления рейтинга магазинов в части уровня обслуживания и соблюдения корпоративных стандартов, а также сигналом для того, чтобы скорректировать график обучения в пользу «отстающих».

Обучение директоров обособленных подразделений является также одной из приоритетных задач. Ежегодно на протяжении нескольких лет руководителей приглашают для общения и обучения в Липецк, где находится центральный офис компании. Подобное мероприятие подразумевает многопрофильные тренинги, форумы в рамках «вопрос-ответ» с начальниками отделов и подразделений, полемику в части спорных вопросов, аттестацию с учетом корпоративных требований и просто неформальное общение, которого так не хватает в текущей работе.

Повышение любых профессиональных навыков направлено на то, чтобы с их помощью компания максимизировала свою прибыль, при этом конечное звено — продавец магазина обладает собственным вкусом, на который зачастую и опирается в рамках презентации товара.

Третье правило работы с персоналом в ювелирном доме «Кристалл» регулирует взаимоотношения между вкусом продавца и его финансовой мотивацией от продаж.

---

**Правило 3. Эффективная материальная мотивация — отличный способ повысить продажи ювелирных украшений с низкой оборачиваемостью. Нематериальная мотивация — полноценный инструмент формирования корпоративной культуры.**

---

**Цитата: Будет ли любая компания платить человеку 200 миллионов долларов в год? Ответ положительный. Если этот человек поможет компании заработать 400 миллиардов долларов за год, то компания будет счастлива заплатить ему 200 миллионов!**

**Джим Рон,  
американский оратор, бизнес-тренер**

Работа с персоналом в части повышения коммерческой эффективности продаж имеет приоритетное значение для ювелирной сети «Кристалл». На первое место среди способов здесь выходит материальная мотивация сотрудников. Как показывает опыт большинства ювелирных

компаний, фиксированная заработная плата продавца не является стимулом к эффективной работе. Большинство рекламных акций ювелирной компании направлено на взаимодействие с покупателем путем торгового предложения. Например, акция с формулировкой «Скидка 25% на изделия с бриллиантами» эффективно продает себя сама, так как покупатель, оценивая выгоду от предложения, уже нацелен на покупку изделий с бриллиантами. Основная цель продавца — провести презентацию и угадать вкус клиента и ценовой диапазон украшения, которое он намеревается приобрести.

А что происходит, когда покупатель просто из любопытства зашел в ювелирный магазин, но у него есть деньги и он психологически готов совершить спонтанную покупку? В этом случае в действие вступает личное обаяние продавца и его нацеленность на результат. В нашей практике бывало такое, что участники маркетинговой проверки «Тайный покупатель», попадая под влияние продавца, совершали дорогостоящие покупки, сами того не ожидая, о чем позже с удивлением сообщали в своих отзывах. Для магазина идеально, если изделия, предложенные такому покупателю, имеют высокую доходность. Продавец, имея четкие критерии мотивации на продажу таких изделий, может показать удивительные результаты: например, начать продавать дорогостоящие изделия, которые раньше не предлагал по причине того, что дизайн изделий не отвечал его личному вкусу.

В настоящий момент в «Кристале» существует несколько аспектов повышения эффективности продаж с помощью мотивации, целями которых служат и рост среднего чека, и реализация изделий определенного поставщика, и повышение оборачиваемости отдельных групп товаров. Самая сложная задача при расчете уровня мотивации — это установить «золотую середину» в части суммы вознаграждения, чтобы продавец в середине месяца вдруг не решил, что уже наторговал достаточно, или, наоборот, не почувствовал себя обиженным после большой проведенной работы. Разработка системы премирования привела к появлению разных видов доплат за достижение определенных результатов. В нашей сети подобных видов мотивации более десяти. Каждая ювелирная компания вправе сама определить, за что и как платить своим сотрудникам, но именно правильно выбранные виды доплат и верно рассчитанные диапазоны гарантируют отличные результаты.

И еще несколько слов о нематериальной мотивации и о способах ее реализации в коллективе ювелирного дома. Больше всего нашим сотрудникам полюбили разного рода конкурсы фотографий. В числе самых запоминающихся можно назвать конкурс «Мисс «Кристалл», где женская половина магазинов предлагает на рассмотрение жюри из числа работников центрального офиса свои лучшие фотоснимки. Благодаря этому конкурсу в компании ежегодно определяется девушка, профессионально обработанное фото которой становится официальным лицом компании для плакатов по рекламе дисконтной системы.

Не менее интересными стали для коллектива фотоконкурсы «Идеальная пара», когда замужние сотрудницы предстали перед зрителями в своих свадебных нарядах, и «Угадай кто?» — суть которого заключалась в том, чтобы по детским фотографиям опознать своих коллег. Все это внесло в атмосферу офиса много доброго смеха и благодушия...

---

### **Правило 4. Технический контроль работы ювелирного магазина — необходимая составляющая систем безопасности во избежание случаев хищения.**

---

**Цитата: А объявления в газетах дают результаты?**

**— Конечно! В понедельник вышло объявление о том, что мы ищем сторожа, а уже в среду нас обокрали.**

**Из жизни**

Речь идет прежде всего о таких средствах контроля работы продающего персонала, как видеонаблюдение в торговом зале. Почему это важно и необходимо? Видеонаблюдение позволяет службе безопасности или региональному руководителю или управляющему магазином в любой момент видеть, чем на самом деле занимается продающий персонал: общается ли с клиентом, как себя ведет, как долго отсутствует в торговом зале и так далее.

Кроме того, сотрудники отдела экономической безопасности «Кристалл» рекомендуют подключать систему видеонаблюдения к компьютеру с вместительным жестким диском, для того чтобы иметь возможность просматривать интересующие фрагменты с глубиной по времени в 3–6 месяцев. Это позволяет оперативно и объективно получить информацию о поведении конкретного сотрудника на протяжении длительного периода, его профессиональной активности, количестве опозданий на работу, разрешать возможные недоразумения между сотрудниками и так далее. Эффект наличия системы видеонаблюдения, то есть сам факт, что за сотрудником в любой момент могут наблюдать, является серьезным основанием для большего самоконтроля со стороны работников, особенно если этот эффект подкрепляется периодическими «встрясками» для сотрудников, забывших, для чего они находятся в торговом зале.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В настоящей статье упомянута лишь небольшая часть методов, применяемых в управлении персоналом, на примере современной развивающейся ювелирной компании. Залог эффективной работы с персоналом в «Кристале» — взаимопроницающая работа всех отделов компании, четкие стандарты и понимание конечной цели сотрудниками всех уровней.



# О системности и особенностях обучения торгового персонала

В СЕТИ ЮВЕЛИРНЫХ САЛОНОВ «ТУТАНХАМОН»

*Слушайте своих клиентов, предоставляйте **КАЧЕСТВЕННОЕ** обслуживание, тренируйте своих людей, ищите и устраняйте неэффективности и работайте как игроки одной команды.*

*Дэвид Майстер*

**Н**а объемы продаж ювелирного салона влияет множество факторов. Это и узнаваемость бренда, и внешнее, а также внутреннее оформление салона, и широкая линейка актуального ассортимента ювелирных изделий, грамотный мерчандайзинг, привлекательные акции и многое, многое другое. Но одним из главных инструментов (если не самым главным!) повышения прибыльности компании является клиентоориентированный и хорошо обученный торговый персонал, который не только создает атмосферу доброжелательности, комфорта для посетителей, но и профессионально обслуживает покупателей благодаря безупречному знанию технологий продаж и особенностей представленной в салоне продукции.

От того, насколько качественно продавец обслуживает посетителей, зависит посещаемость салона и увеличение числа постоянных покупателей. Поэтому обучению продавцов-консультантов мы уделяем особое внимание. Наш опыт позволил кристаллизовать систему обучения торгового персонала, состоящую из нескольких этапов.

**Первый этап** — это «Welcome-тренинг», или вводный курс «Добро пожаловать на работу!», цель которого — влюбить новичков в компанию, сформировать лояльность и нивелировать процесс адаптации.

**Второй этап** — тренинг по технологии продаж на основе стандартов обслуживания клиентов компании. Курс начинается с демонстрации, проходящей в виде ролевой игры идеального варианта обслуживания покупателя. Далее происходит пошаговое объяснение алгоритма работы с клиентом, подробно разбирается каждый из этапов продаж.



**Николай Игоревич Немченков, управляющий директор сети ювелирных салонов «Тутанхамон»**

На этом этапе важно, чтобы новички поняли, почему говорить и вести себя с клиентом нужно именно так, а не иначе. Понимание более глубоких уровней каждого из этапов процесса продаж облегчает его запоминание и усваивание. После этого снова происходит демонстрация идеального варианта обслуживания, во время которого новички уже самостоятельно смогут выделить все этапы продаж. После тренинга новые сотрудники получают обучающие материалы (видео- и аудиозапись образцово-показательного обслуживания, а также печатную и электронную версию тренинга) для дальнейшего самостоятельного изучения технологии продаж и стандартов обслуживания.

**Третий этап** включает в себя тренинг по продукту. Новые сотрудники знакомятся с видами ювелирных изделий, их составными частями, изучают геммологию, а также виды и свойства драгоценных металлов.

Во время **четвертого этапа** стажеры детально изучают поведенческие и речевые модули на каждой стадии продаж. При этом, находясь на рабочем месте в ювелирном салоне, новички наблюдают на практике за работой опытных продавцов-

**4-8 декабря**  
 18-я оптово-розничная  
**ЮВЕЛИРНАЯ ВЫСТАВКА  
 ЭКСКЛЮЗИВ**

Возможность работы  
 с компаниями-производителями  
 из золото- и алмазодобывающих  
 регионов РФ

Уникальная возможность  
 пополнения товарозапаса  
 и приобретения новых коллекций  
 для оптовых покупателей

**Разделы:**

- Ювелирные украшения и часы.
- Бриллианты, ювелирные вставки.
- Ювелирные изделия обрядово-культурного назначения.
- Бижутерия.
- Предметы украшения интерьера.
- Столовые приборы в ювелирном исполнении.
- Коллекционное оружие.
- Ювелирный инструмент, расходные материалы и производственное оборудование.
- Торговое и демонстрационное оборудование. Сейфы. Упаковка.



реклама

Генеральный партнер: **донювелир** Генеральный инфопартнер: **экспо**  
 Генеральный интернет-партнер: **ювелир.ру** Партнер регистрации: **ВТЭК**

**г. Ростов-на-Дону  
 ПР. М. НАГИБИНА, 30  
 ТЕЛ. (863) 268-77-68;  
 www.vertolexpo.ru**

консультантов с реальными покупателями. Параллельно новые сотрудники изучают ассортимент и особенности ювелирной продукции.

На **пятом этапе** проводятся тренинги, направленные на создание и отработку навыков на каждом из шагов. Это самый важный этап обучения, потому что здесь происходит трансформация теории в практику. Для более эффективного результата ролевые игры сопровождаются видеозаписью, которая наглядно дополняет обратную связь и позволяет участнику самому увидеть свои ошибки и скорректировать их в будущем.

На **шестом этапе** под заботливым руководством наставника стажер закрепляет и оттачивает полученные навыки на практике с реальными посетителями салона.

**Седьмой этап** включает в себя оценку использования полученных навыков и знаний на практике. Стажер сдает экзамен приемной комиссии и переходит в статус продавца-консультанта.

Все вышеперечисленные стадии обучения — это приобретение необходимого минимума базовых знаний и навыков, которые требуют постоянного совершенствования и развития. Например, для того чтобы общение с клиентом было естественным и легким, мало просто заучить речевые модули, важно обладать такими качествами, как искренняя доброжелательность и любовь к клиенту! Мы знаем, что уверенность в общении и умение слышать клиента вырабатываются только со временем и только при постоянной тренировке. Поэтому залогом успешного обучения продавцов-консультантов является регулярное проведение мини-тренингов не реже одного-двух раз в неделю (а в идеале — в начале каждого рабочего дня!). Под руководством администратора смены продавцы репетируют друг с другом этапы продаж, решают возникающие нестандартные ситуации с покупателями, а «звезды» делятся своим опытом. Ведь, в конечном итоге, мы продаем людям эмоции, поэтому такие утренние «разминки» позволяют продавцам создать соответствующий психологический настрой на результативную работу в течение всего дня.

Кроме того, в наших салонах на постоянной основе продавцы самостоятельно готовят и проводят презентации для своих коллег по различным темам (например, о конкретном производителе, об определенной коллекции или изделии, металле, камне, о направлениях развития современного ювелирного искусства).

Помимо систематического проведения своими силами базового начального обучения новых сотрудников для повышения уровня мастерства и лояльности торгового персонала компания организует проведение семинаров и тренингов специалистами профильных компаний. Для этого мы привлекаем консультантов Международного Бизнес-центра «6 карат», эффективное сотрудничество с которым стало уже доброй традицией.

Наши продавцы-консультанты регулярно проходят также обучение по продукту и мерчандайзингу непосредственно у производителя, причем как российского, так и зарубежного. Обучение проводится на базе наших салонов на самом производстве и в представительстве компании-производителя. По окончании курса участники проходят аттестацию и получают соответствующие сертификаты.

Наши продавцы-консультанты регулярно принимают участие в российских и международных профильных выставках, на которых изучают тенденции и модные новинки ювелирного производства. Такие знания не только повышают профессионализм и уверенность в себе продавцов, но и делают их экспертами в области современного ювелирного искусства, что, в свою очередь, значительно повышает уровень доверия и лояльности клиентов к нашей компании!

Благодаря выстроенной таким образом системе обучения наша компания вырашивает настоящих профессионалов, которые действительно заботятся о клиенте и искренне желают ему помочь.

РАСПИСАНИЕ УЧЕБНОГО ЦЕНТРА «ЮВЕЛИР-ПРОФИ»  
 ЯНВАРЬ–ФЕВРАЛЬ 2014 ГОДА

№ п/п	ДАТА ПРОВЕДЕНИЯ	НАЗВАНИЕ, ФОРМА ОБУЧАЮЩЕГО МЕРОПРИЯТИЯ	ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ
<b>ЯНВАРЬ 2014 ГОДА</b>			
1	11–12 января	Тренинг «Продажи ювелирных украшений высоких брендов: сегмент premium и luxury»	<i>Руководители, управляющие, администраторы, специалисты по розничным продажам</i>
2	15–16 января	Семинар-практикум «Эффективный руководитель ювелирной компанией»	<i>Владельцы, директора, управляющие, менеджеры, (специалисты, имеющие подчиненных)</i>
3	17 января	Семинар «Система материального стимулирования ювелирной компании»	<i>Руководители, администраторы, HR-специалисты</i>
4	20 января	Семинар «Ювелирные камни и драгоценные металлы: основные характеристики и свойства»	<i>Управляющие, продавцы, товароведы, широкий круг специалистов ювелирной отрасли</i>
5	21 января	Семинар «Дефекты и способы определения дефектности изделий из драгоценных металлов»	<i>Товароведы, закупщики, управляющие, администраторы, широкий круг специалистов ювелирной отрасли</i>
6	20–21 января	Тренинг «Технология продаж: обучение продавцов ювелирных магазинов своими силами»	<i>Владельцы, директора, управляющие, администраторы, корпоративные тренеры, руководители по персоналу, наставники</i>
7	22 января	Семинар «Федеральный пробирийный надзор: учет драгоценных металлов и драгоценных камней, специфика документооборота на предприятиях ювелирной отрасли»	<i>Руководители, владельцы, бухгалтеры, экономисты ювелирных компаний</i>
8	23–24 января	Тренинг «Работа на ювелирной выставке: секреты эффективности и эффективности»	<i>Руководители, менеджеры, специалисты по оптовым продажам</i>
9	27–28 января	Тренинг «Практика розничных продаж ювелирных изделий»	<i>Специалисты по розничным продажам</i>
<b>ФЕВРАЛЬ 2014 ГОДА</b>			
10	3–4 февраля	Практический курс от известного маркетолога-практика «Эффективное продвижение на ювелирном рынке с минимальным бюджетом при максимальной конкуренции»	<i>Владельцы, директора, руководители ювелирных компаний, специалисты отделов рекламы и маркетинга, PR-специалисты</i>
11	27–28 февраля	Тренинг «Руководитель как наставник: развитие сотрудников ювелирного магазина на рабочем месте»	<i>Владельцы, директора, управляющие, администраторы, руководители по персоналу, наставники</i>

Проводятся семинары в корпоративном формате (наши специалисты приедут в вашу компанию, в ваш город или пригласят в Международный Бизнес-центр «6 карат» в Москву).  
Заказывайте обучение заранее!

Внимание! В расписании возможны изменения.  
Следите за обновлениями на сайте

<http://www.6carat.ru/>

Получить информацию по семинарам можно по телефонам:  
+ 7 (495) 744-34-64, 232-22-60, 232-33-79  
или по e-mail: info@6carat.ru; 6carat@inbox.ru





В. В. Скурлов

# Капитул орденов Мемориального фонда Фаберже

Мемориальный фонд Фаберже был создан в ноябре 1997 года. Учредителями фонда выступили Русский Национальный музей, Императорская коллекция Татьяны Фаберже, фонд Ирины Архиповой, Салон «Карл Фаберже» (Москва), Алмазювелирэкспорт и другие.

**В** своей деятельности фонд активно сотрудничает также с международным Фондом искусства Фаберже (учрежден в 1990 г.; в 2008 г. сменил название на Фонд друзей Санкт-Петербурга), Фондом Игоря Фаберже (Швейцария), Фондом Татьяны Фаберже (Франция), журналами «Русский Ювелир» и «Антикварное Обозрение», музеями России и разных стран, где хранятся предметы Фаберже, коллекционерами, ведущими мировыми аукционными домами, которым оказывается помощь в архивной и научной атрибуции предметов Фаберже.

Мемориальный фонд учредил собственные награды. В настоящее время существует шесть знаков отличия: пять орденов и один Юбилейный знак (с присвоением звания «Почетный ювелир»). Все кавалеры орденов Карла Фаберже и А. К. Денисова-Уральского, а также обладатели Почетного знака «150 лет Михаилу Перхину» автоматически становятся ассоциированными членами Фонда, целью которого является меморIALIZация памяти великого ювелира и пропаганда его творчества.

# ИСТОРИЯ УЧРЕЖДЕНИЯ НАГРАД

## Орден Карла Фаберже



В январе 1995 года АО «Русские самоцветы» (Санкт-Петербург) учредило награду Почетный знак «Заслуженный деятель декоративно-прикладного искусства», который сразу же получил и второе название «орден Карла Фаберже». Почетную награду первым получил генеральный директор «Русских самоцветов» Иван Павлович Мельситов (1931–2011). В 2000 году права ордена перешли Фонду Карла Фаберже, а в 2001 г. был разработан новый вариант награды. Он стал различаться по степеням (всего их три), причем первый вариант 1995 г. был приравнен к знаку ордена 3-й степени. Орден 2-й степени называется «Командорский знак ордена Карла Фаберже» и вручается с присвоением звания «Заслуженный ювелир международного класса». Обладатель ордена 1-й степени называется Полным кавалером ордена Карла Фаберже.

Орден Карла Фаберже является высшей наградой Фонда Фаберже.

В 2011 г. был усовершенствован дизайн ордена 3-й степени: к обычному варианту с лаврами добавлены бриллианты. Исполнен из серебра с золочением и эмалью по гильошированому фону. Автор — Сергей Иванович Квашнин.

Орденами Карла Фаберже разных степеней награждено 79 выдающихся деятелей ювелирного искусства из семи стран мира (Казахстан, Польша, Россия, США, Украина, Финляндия, Швеция).

## Орден Алексея Козьмича Денисова-Уральского



Был учрежден в 2008 году по эскизу Заслуженного художника РФ Бориса Харитоновна (Екатеринбург). Существует также малый знак ордена. Кавалеру присваивается звание «Заслуженный деятель камнерезного искусства».

В эскизе ордена использован герб монаршеского рода Романовых «Романовский грифон», который свидетельствует о том, что ювелир-камнерез А. К. Денисов-Уральский долгие годы поставлял высокохудожественные камнерезные и ювелирные изделия Высочайшему двору. Грифон держит щит с гербом Санкт-Петербурга (в Петербурге-Петрограде А. К. Денисов-Уральский прожил около 30 лет, в 1902–1918 годах имел фирму и магазин), в подножии грифона кристаллы драгоценных камней. Орден исполнен из серебра с позолотой, с использованием эмали и накладных лопастей из нефрита. Малый знак исполнен из серебра с эмалью. Автор малого знака — Сергей Иванович Квашнин. На данный момент вручено 70 знаков ордена (45 больших и 25 малых).

## Орден Михаила Евлампиевича Перхина



Учрежден в 2009 году, который прошел под знаком 150-летия со дня рождения руководителя главной мастерской фирмы Фаберже М. Е. Перхина (1860–1903). В следующем, 2010 году, был учрежден малый знак ордена Михаила Перхина.

Михаил Перхин был не только мастером производства, но и купцом 2-й гильдии, поэтому деятели ювелирной торговли тоже могут претендовать на получение знака. Кавалеру ордена присваивается звание «Ювелир высшей квалификации». Автор проекта обоих знаков — художник Сергей Квашнин, который является также автором орденов Франца Бирбаума, «Карл Фаберже — Придворный ювелир» («Романовский знак») и «Юбилейного знака — „Почетный ювелир“». На сегодняшний день вручено 349 знаков ордена М. Е. Перхина обеих степеней.

## «Юбилейный знак — „Почетный ювелир“»



В 2011 г. учрежден «Юбилейный знак — „Почетный ювелир“» с присвоением звания «Почетный ювелир».

Им награждаются кавалеры наград Мемориального фонда в возрасте не моложе 50 лет, имеющие стаж работы в ювелирной отрасли и декоративно-прикладном искусстве не менее 20 лет. Выполнен из серебра с золочением, рубинами, сапфирами либо изумрудами. Есть также варианты знака с бриллиантами.

## Орден Франца Петровича Бирбаума



Учрежден в 2011 г., посвященном 140-летию со дня рождения главного мастера и главного художника фирмы Ф. П. Бирбаума (1872–1947).

Орден представлен в двух степенях: большой и малый знаки — с присвоением кавалеру статуса «Главный мастер». Исполнение: серебро, золочение, эмаль, рубины. С момента учреждения награды вручено 150 знаков ордена.

## Орден «Карл Фаберже — Придворный ювелир»



Орден, имеющий второе название «Романовский знак», учрежден в 2013 г. в связи с 400-летием Дома Романовых. Право на знак имеют только кавалеры предыдущих наград Фонда Фаберже. Исполнение: серебро, золочение, эмаль, рубины. Знак имеет две степени и называется большой и малый. Вручено 85 знаков.

*В настоящее время разными знаками — орденами Фонда Карла Фаберже награждены более 450 человек из 16 стран мира.*

# С Днем Рождения!

## ДЕКАБРЬ

- 9 декабря** Зорина Надежда Ивановна, специалист по маркетингу отдела маркетинга и сбыта РАУП «Гомельское ПО «Кристалл»
- 14 декабря** Скурлов Валентин Васильевич, ученый секретарь Мемориального фонда Фаберже
- 16 декабря** Щедрин Евгений Владимирович, председатель Совета директоров ЗАО «Северная Чернь»
- 19 декабря** Андрияш Александр Евгеньевич, генеральный директор ЗАО «Анлина»
- 20 декабря** Шаповалов Сергей Алексеевич, руководитель ювелирной студии «АРТИ»
- 20 декабря** Выходцев Михаил Юрьевич, директор МТД ООО «ЮМО»
- 27 декабря** Рахманина Светлана Сергеевна, директор по продажам ювелирного холдинга «Рифеста»
- 30 декабря** Богомолов Сергей Владимирович, коммерческий директор ОАО «Ювелирная торговля Северо-Запада»





АЛМАЗ-ХОЛДИНГ  
ювелирная компания

**20** ЛЕТ  
РАБОТАЕМ  
ДЛЯ ВАС

*Вместе с нами  
в мир прекрасного*



реклама

Центральный офис: Россия, 129301, Москва,  
ул. Космонавтов, дом 7, корпус 2  
Тел. (495) 956-8989  
[www.almaz-holding.ru](http://www.almaz-holding.ru)

ПРОИЗВОДСТВО ПРАВОСЛАВНЫХ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ

**Е** **ЕЛИЗАВЕТА**

ООО «Елизавета»<sup>©</sup>

Адрес производства:  
197438, Санкт-Петербург,  
Коломяжский пр., д. 10  
Торговый отдел +7 (911) 283 76 03  
Склад +7 (960) 238 25 19  
Тел/факс +7 (812) 492 03 03  
[www.elizaveta925.ru](http://www.elizaveta925.ru)  
[ooo-elizaveta@list.ru](mailto:ooo-elizaveta@list.ru)

Торговое представительство:  
Москва, Комсомольская пл., д. 6, оф. 685  
Тел. +7 (926) 219 40 62  
[elizavetamos@gmail.com](mailto:elizavetamos@gmail.com)



11 – 15 декабря «Лучшие Украшения России»

Москва, ВВЦ, павильон № 75, стенд № В-103