



РУССКИЙ ЮВЕЛИР

АССОЦИАЦИЯ ГИЛЬДИЯ ЮВЕЛИРОВ

ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ № 7, 2004

«РАМЗЕС» —
ПРОИЗВОДСТВО
ЦЕПЕЙ И БРАСЛЕТОВ



ISSN 1810-7311



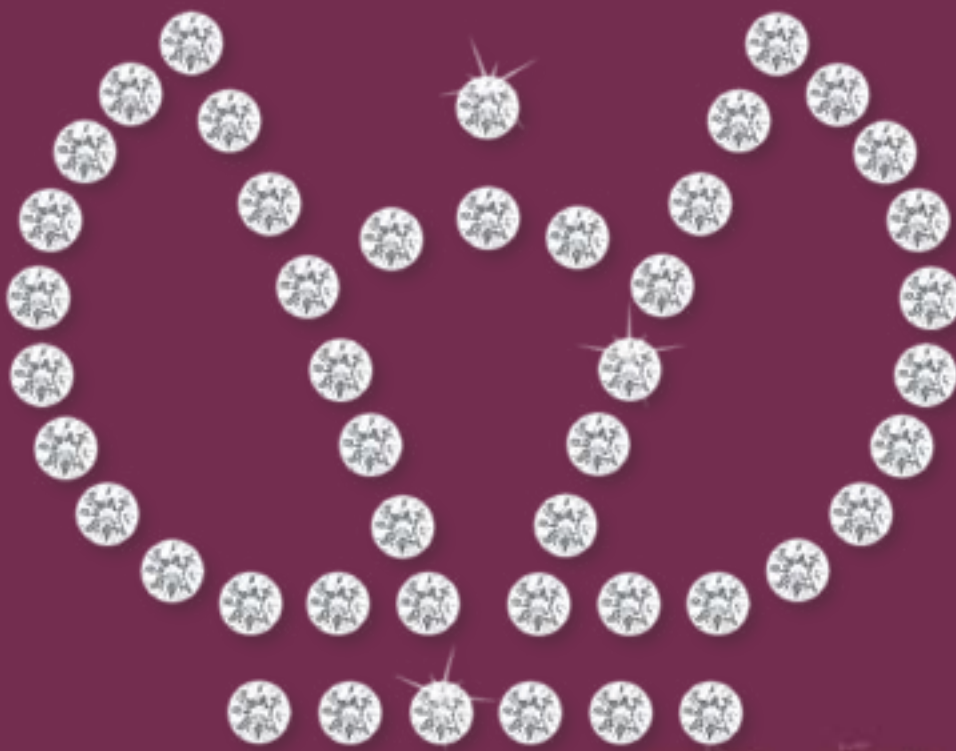
0 7

РАМЗЕС

ЮВЕЛИРНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ

JUVELIRTORG ЮВЕЛИРТОРГ

фирменные магазины



Лучшее из драгоценного

ОАО «Ювелирная торговля Северо-Запада»
199397, Россия, Санкт-Петербург, Новосмоленская наб., 1
Тел.: (812) 355-5953 Факс: (812) 355-5939
E-mail: common@juvtorg.spb.ru

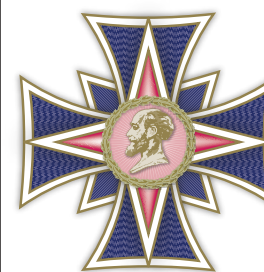
обложка



материал номера

ИЗ БРАЗИЛИИ В РОССИЮ

Стр...
28



Людмила Лебедева. ФОТО фотостудия «РУССКИЙ ЮВЕЛИР». АДРЕС РЕДАКЦИИ: 199034, Санкт-Петербург, В.О., 16 линия, д. 7, оф. 6. Тел./факс (812) 328-0551/61, 327-7565. E-MAIL: info@russianjeweller.ru [общий], design@russianjeweller.ru [для макетов]. URL <http://www.russianjeweller.ru>. ПЕЧАТЬ типография «НП-ПРИНТ». БУХГАЛТЕРСКАЯ ПОДДЕРЖКА «Центр учета и аудита». Редакция не несёт ответственности за содержание рекламных объявлений. Полное или частичное воспроизведение материалов, опубликованных в журнале, допускается только с письменного разрешения редакции со ссылкой на «Русский Ювелир». Все рекламируемые товары и услуги имеют необходимые сертификаты и лицензии. Рукописи не рецензируются и не возвращаются. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ «Итар-ТАСС», «ИМА-пресс», Агентство ВПС, «РИА-Новости», Агентство новостей «Карат». Свободная цена. «РУССКИЙ ЮВЕЛИР» — зарегистрированная торговая марка.

содержание

ВЫСТАВКИ

«Ювелир-2004»	4
«Виченца Orogetma 2004»	14
Виченца: павильон дизайна	18
Салон «Престиж-2004»	32

КОНКУРСЫ

Юбилейный конкурс	
«Образ и Форма»	21
Звездный дуэт	26

ПРЕДСТАВЛЯЕМ

«Сувениры Балтики»	27
Из Бразилии в Россию	28

ЧАСЫ

Omega	31
-------------	----

АНАЛИЗ РЫНКА

Региональные особенности	
деятельности международных	
ювелирных выставок	33
Обзор ювелирного	
рынка России за 2003 год	37

ПРОЕКТЫ

«Золотая молодёжь» России	47
---------------------------------	----

ТЕХНОЛОГИИ

Органические вспомогательные	
материалы процесса точного литья по	
выплавляемым моделям	51

ДНИ РОЖДЕНИЯ

Наши поздравления	58
-------------------------	----

Финская
упаковка

Hj. Jousi Oy



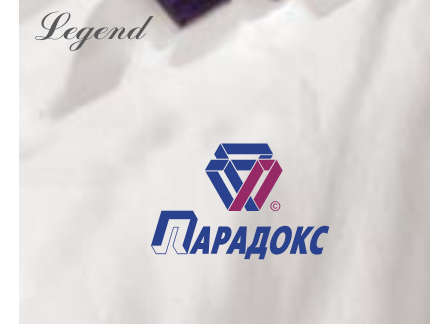
nostalgia



Romantica



Legend



197046, Санкт-Петербург, М. Посадская ул., 5
т.: (812) 230 3048, ф.: 232 3883, 380 94 90
paradox@paradox.spb.ru | www.paradox.spb.ru

Выставки

«ЮВЕЛИР-2004»

В культурно-выставочном центре «Сокольники» с 31 августа по 8 сентября 2004 г. в очередной раз проходила ежегодная Московская международная ювелирная и часовая выставка «Ювелир-2004». Нынешней осенью выставку посетили свыше 67 тыс. человек. Экспозиция размещалась в 11 павильонах на площади 40 тыс. кв. м. В работе выставки принимали участие экспоненты из различных регионов России, а также Украины, Армении, Италии, Франции, Польши, Бельгии, Греции, ОАЭ, Южной Кореи, Турции. Организатором главного профессионального события ювелирной отрасли России является ЗАО «РОСЮВЕЛИРЭКСПО». Предлагаем вашему вниманию интервью с президентом компании Александром Владимировичем Рыбаковым.

— Александр Владимирович, во время работы выставки ходили слухи о возможном переносе выставки из Сокольников в другой выставочный центр Москвы. Хотелось бы узнать информацию о действительном положении вещей из первых уст. Состоится ли в Сокольниках «Ювелир-2005»?

— Безусловно. Договор на следующий год о проведении выставки в Сокольниках уже подписан. Так что в сентябре, с 8 по 16, «Ювелир-2005» будет, как всегда, принимать гостей. Кроме того, на этой же выставочной площадке в мае, с 17 по 22, пройдёт ещё одно организованное нами событие — выставка «Ювелир-2». У выставки две главные задачи — провести маркетинг рынка, представив новый ассортимент, и осуществить розничные продажи в преддверии «мёртвого сезона». Анализ спроса на «Ювелире-2» позволит производителям доработать новые коллекции, которые будут представлены на сентябрьской выставке здесь же, в Сокольниках.

Сегодня мы заняты тщательной подготовкой этих выставок. Большинство ювелирных организаций — как постоянных участников, так и новичков, уже зарезервировало места в павильонах будущего «Ювелира». Среди желающих много иностранных компаний.

— Расскажите, пожалуйста, подробнее о международном сотрудничестве «РОСЮВЕЛИРЭКСПО».

— С гордостью могу констатировать, что международное значение Московской ювелирной и часовой выставки «Ювелир» с каждым годом усиливается. ЗАО «РОСЮВЕЛИРЭКСПО» уже давно является членом СИБДЖО.

Сейчас наша компания продолжает начатые в ходе работы «Ювелира-2004» плодотворные переговоры с президентом крупнейшего ювелирного форума «Vicenza Fiera» Мануэлой дель Лаго о реализации совместного международного выставочного проекта. Особо хочу отметить, что в ходе этих переговоров затронут вопрос о мировом графике выставок. В связи с активной интеграцией «Ювелира» в международную выставочную систему принято решение откоррек-



А. Рыбаков с итальянскими коллегами

тировать этот график с учётом времени проведения Московской международной ювелирной и часовой выставки «Ювелир». Ведь в последние время все больше иностранных компаний обращают свои взгляды на «Ювелир» — крупнейшую и ведущую отраслевую выставку России.

— Чем будет отличаться «Ювелир-2005» от предыдущего и что останется неизменным?

— Как и в 2004 году, будет проведена широкомасштабная рекламная кампания. В этом году, как все заметили, в Москве было множество перетяжек, афиш, плакатов, посвящённых нашей выставке. К этому событию был приурочен выпуск большого тиража рекламных открыток. О выставке рассказывали по всем каналам телевидения.

Организация такого серьёзного мероприятия, как международная ювелирная выставка, — это очень большая и трудная работа. Скрупулёзно анализируя каждую проведённую выставку, мы делаем всё возможное, чтобы в дальнейшем избежать недочётов, возникавших в ходе работы. «РОСЮВЕЛИРЭКСПО» видит свою задачу в соблюдении интересов каждого из участников выставки, подготовке комфортных условий для плодотворной работы экспонентов, а также в создании приятной праздничной атмосферы для гостей выставки.

В этом году мы отказались от проведения торжественной церемонии вручения Национальной премии в области ювелирного искусства «Золотой Ювелир» в ГКЗ «Россия» в связи с тем, что в в Москве был объявлен траур. Однако мы надеемся, что в следующем году ничто не помешает нам провести это грандиозное мероприятие, которое получит широкий общественный резонанс, усилит интерес к отечественному ювелирному бизнесу в целом и к Московской международной ювелирной и часовой выставке «Ювелир» в частности.

— Ваши пожелания участникам «Ювелира-2005».

— Мы рады новой встрече с нашими постоянными партнёрами и давними друзьями. И, конечно, двери нашего «дома» в Сокольниках гостеприимно распахнуты для тех, кто впервые будет участвовать в выставке. Уверен, что сотрудничество с «РОСЮВЕЛИРЭКСПО» станет для них традицией и принесёт несомненную пользу.

Однако даже столь крупная и масштабная выставка, как «Ювелир», имеет свои границы. Поэтому об участии в форуме 2005 года советуем задуматься заранее. Из-за своей нерасторопности многие участники в прошлом году не смогли разместить свои стенды в том месте, где хотели. Не опаздывайте и добро пожаловать!

Новый этап сотрудничества

В этом году на выставку приехали экспоненты из Израиля, Индии, Италии, ОАЭ, Польши, Турции, Франции, Южной Кореи. Самой представительной была итальянская делегация, сформированная Институтом внешней торговли Италии и его московским представительством, отделом по развитию торгового обмена посольства Италии (ИЧЕ) в РФ. Институт внешней торговли Италии был создан в 1926 году в качестве вспомогательного органа Министерства внешней торговли. В задачи этого государственного агентства с разветвлённой сетью зарубежных представительств входят содействие торговому обмену, промышленному и технологическому сотрудничеству с зарубежными странами и предоставление экономической информации об Италии за рубежом.

ИЧЕ уже не первый раз участвует в выставке «Ювелир». Оборудование для ювелирной промышленности от итальянских производителей уже давно пользуется спросом среди российских ювелиров, и ежегодно на «Ювелире» они имеют возможность познакомиться с последними новинками. И в этом году, как обычно, в павильоне № 11.1 итальянское оборудование было представлено в полной мере.

Без преувеличения можно сказать, что «Ювелир-2004» стал новым этапом сотрудничества между Россией и Италией — впервые была организована коллективная экспозиция итальянских производителей ювелирных изделий. Она размещалась в двух павильонах — № 11 и 3.1, что, к сожалению, отрицательно сказалось на имидже экспозиции в целом. Такое разделение ювелирных компаний было вызвано опозданием в бронировании выставочных площадей. Интерес к российскому рынку в Италии велик, и многие компании подавали заявки в последний момент. Другие же в последний момент отказывались. Однако организаторы и с итальянской, и с российской стороны учли ошибки и пришли к соглашению о размещении ювелирных компаний на «Ювелире-2005» в одном павильоне — № 11. Нужно количество площадей было забронировано уже в ходе работы «Ювелира-2004». Оборудование по традиции останется на своём, уже ставшем привычным, месте.

В целом, итальянская сторона осталась

довольна результатами выставки. К недостаткам, по мнению итальянских компаний, можно отнести многочисленные шероховатости в процедуре доставки и таможенной очистки грузов. Отдавая должное несомненному опыту работы компании Brinks и её партнёра ООО «ТБСС», большинство участников выразило недоумение слишком высокой стоимостью услуг и отсутствием отработанной процедуры в оформлении CARNET ATA, давно признанной в большинстве стран.

В рамках выставки проходили деловые встречи, были подписаны серьёзные контракты. Особо хотелось бы отметить встречу президента ЗАО «РОСЮВЕЛИРЭКСПО» Александра Рыбакова с президентом VICENZA FAIR Мануэлой дель Лаго (Manuela dal Lago) и исполнительным директором Андреа Туркато (Andrea Turcato). Хочется надеяться, что переговоры между организаторами будут продолжены и выльются в тесное сотрудничество между «Ювелиром» и «Виченца-Оро».

Главным же итогом «Ювелира-2004» стало то, что итальянские участники смогли показать, а российские увидеть образцы высокого ювелирного искусства, прославленного во всём мире. До встречи в Сокольниках, на «Ювелире-2005»!

Новинки, представленные на выставке «Ювелир 2004»

Московская международная ювелирная и часовая выставка «Ювелир» в Сокольниках из года в год собирает вместе представителей ювелирной отрасли со всех уголков России. Каждая компания стремится показать на выставке всё то новое и интересное, что было создано ею. «Ювелир» можно по праву назвать «Выставкой Достижений Ювелирного Хозяйства».

Мы хотим рассказать о некоторых достижениях, которые были представлены на стендах выставки нынешней осенью.

Столичный ювелирный завод «Адамас» разработал свои новые коллекции на основе исторических прообразов. Коллекция «Мозаика» вызывает прямые ассоциации с затейливыми орнаментами древней Византии. На создание коллекции «Виктория» авторов вдохновили классические украшения конца XIX в.

Компания «Алмаз-Холдинг» представила две новые коллекции — «Осень 2004» со вставками смоленских бриллиантов и «Взрослые игрушки», включающую в себя кольца с подвижными элементами.

ЮД «Садко» продолжает радовать детей и их родителей. Их коллекция детских украшений — это 28 персонажей, известных каждому ребёнку, из 11 мультипликационных фильмов киностудии «Союзмультфильм», с которой компанию связывает эксклюзивный договор. Изделия выполнены из серебра с использованием холодных цветных эмалей и упакованы в красочные коробочки с изображениями всё тех же мультипликационных героев.

На стенде компании «Эстет» была представлена коллекция уникальных изделий Роберта Мелкумяна. Автор сотрудничает с компанией уже давно и создаёт для неё как повседневные украшения, так и эксклюзивные.

Компания «ЮВК-Агат» из Киева принимала участие в выставке впервые, и несмотря на то, что стояла отдельно от объединённого украинского стенда, выступила весьма успешно. По словам представителя компании, интерес к их изделиям со стороны оптовых покупателей был большим.

Специально к выставке модельеры московского завода «М-Ювелир» разработали новую линию украшений «Кассис» из золота с цветным жемчугом и бриллиантами.

Необычные формы гарнитуров в стиле футуризма, гармония прямых линий и сферических плоскостей, пластичность и динамика дизайнерских решений сразу приковывали к себе взгляды посетителей. Оригинальные идеи — основной фактор для привлечения внимания специалистов и розничных клиентов к продукции компании.

Ещё одна немаловажная отличительная черта всех изделий торговой марки «М-Ювелир» — это безукоризненное качество исполнения. Популярность золотых украшений с жемчугом в последнее время неуклонно растёт, поэтому, следуя тенденциям моды и веяниям времени, ювелиры московского завода «М-Ювелир» планируют и впредь развивать свои творческие идеи в этом русле.

На стенде «Золотого времени» также был представлен ряд новинок — уникальные ювелирные украшения индивидуального ис-



полнения и часы, изготовленные мастерами предприятия. Украшением коллекции является новая модель часов с двумя механизмами, с двумя часовыми поясами. Циферблат и ремешок выполнены в чёрно-белой гамме, причём классическое сочетание подаётся в абсолютно неожиданной и оригинальной интерпретации. Впервые был представлен публике гарнитур с кораллами цвета «кожа ангела», включающий в себя серьги, подвеску и кольцо.

Костромской ювелирный завод предложил вниманию посетителей выставки обширную коллекцию золотых украшений, дополненную новыми изделиями с бриллиантами и другими камнями: цитринами, топазами, раух-топазами и аметистами. В эту коллекцию вошли гарнитуры, серьги, колье.

Компания «АСБ» (ювелирная марка «Ри-

феста») представила на выставке коллекцию «Фламенко» из золота 750° с цветными драгоценными камнями. При её создании специалисты компании учитывали тенденции мировой ювелирной моды, что закономерно вызвало повышенный интерес посетителей и специалистов к стенду «Рифесты».

«Новая линия украшений создавалась для покупателей, которые ждут смелых идей в ювелирной моде. Сегодня на витринах ювелирных магазинов слишком много однотипной, безликой продукции, а современный потребитель ювелирных украшений — это пресыщенный и избалованный Клиент, который не ограничен в выборе и возможностях. Такой Клиент требует от фирм-производителей постоянного поиска новых неординарных решений» — таково мнение сотрудников «Рифесты»

Здесь необходимо отметить ещё один важный аспект продаж ювелирных изделий: достойная упаковка, соответствующая высочайшему качеству и дизайну украшения. Создание подобной «оправы» для украшения — задача непростая, но её с успехом решают многие отечественные и зарубежные компании. Среди них ООО «Ликин» — российский представитель датской корпорации «Westpack A/S», который представил на выставке коллекцию упаковки новых ультрамодных оттенков и стильной фактуры.

Компания «Век», на выставочном стенде которой можно было увидеть демонстрационное оборудование последнего поколения, не стремится постоянно удивлять своих клиентов. «Мы стремимся дать клиенту лучший продукт и предоставляем наилучший сервис. А клиенты — всегда с нами,

потому что уверены в этом!» — утверждают представители компании.

Любители янтаря и специалисты также смогли познакомиться в Сокольниках с новинками от ювелиров Калининградского края.

ООО «Сувениры Балтики» — давний участник выставки, специализирующийся на выпуске ювелирных изделий из серебра и золота со вставками из янтаря (кольца, серьги, броши, подвески, браслеты). В ассортименте компании есть уникальные вещи: разнообразные шкатулки, кубки, кувшины, вазы, шахматы, корабли, пасхальные яйца в стиле Фаберже.

Участие в выставке стало важной вехой для Калининградского янтарного комбината, поскольку впервые после пятилетнего перерыва предприятие выставило на конкурс собственные высокохудожественные работы из янтаря.

Ювелирные изделия фирмы «Amber Necklace» (Москва), впервые показанные на выставке в Сокольниках, привлекли внимание профессионалов и любителей янтаря новыми идеями в обработке и огранке этого удивительного камня. Чистый, почти прозрачный янтарь лимонного оттенка был похож на цитрин; медовый и коньячный напоминал светящийся изнутри топаз. Помимо традиционных форм огранки были представлены и фантазийные формы, подчёркивающие объём и красоту камня.

Дизайнеры фирмы используют новые приёмы в работе с янтарём. С помощью особой формы послойной обработки поверхность янтаря становится подобной коже питона или крокодила, имитирует «тигровые» или «леопардовые» расцветки.

Подвеска «Медовый месяц» принесла компании «Ювелиры Урала» диплом Московской международной выставки «Ювелир-2004» в номинации «Вечерние украшения». Идея автора обыгрывала неправильную форму центрального камня (топаза) и второго топаза в форме груши. Эти камни символизируют счастье двух любящих людей, которых чувство возносит к звёздам Вселенной (звёзды олицетворяют маленькие бриллианты).

Ещё одна коллекция мелкой пластики «Дружная семейка» также была отмечена дипломом в номинации «Предметы интерьера». Коллекция представляет собой 5 настольных украшений в виде фигурок животных: две собаки, два петуха и кошка. Автор создал образы наиболее любимых всеми домашних животных.



Смоленский ювелирный центр «Кристалл» освоил новую ювелирную линию — украшения с крупными бриллиантами фантазийной огранки в оригинальной закрежке. Коллекция была по достоинству оценена жюри конкурса «Ювелир-2005» и получила Гран-при.

Этот главный приз, а также другие призы, награды, дипломы присуждались на осно-

вании решений высокопрофессионального, опытного и взыскательного жюри. В него входили:

Гагарин А. Г. — президент Коллегии экспертов и оценщиков ювелирных изделий и антиквариата, председатель подкомитета ТПП РФ по оценке драгоценных камней, ювелирных изделий и произведений

искусства, профессор, лауреат премии им. М. Ломоносова;

Скобелев Ю. И. — вице-президент Коллегии экспертов и оценщиков ювелирных изделий и антиквариата, профессор, академик АБОП;

Шаталова И. В. — искусствовед, член Союза художников России, член Междуна-



родной Ассоциации искусствоведов, член Коллегии экспертов и оценщиков ювелирных изделий и антиквариата;

Чернуха Э. П. — Заслуженный работник культуры, член-корреспондент РАЕН, член Коллегии экспертов и оценщиков ювелирных изделий и антиквариата;

Мельников Е. П. — председатель Обще-

ства геммологов России, лауреат Государственной премии, профессор МГГУ, доктор геолого-минералогических наук;

Смирнов А. А. — эксперт-геммолог, президент ЗАО ТД «Эксклюзивные Драгоценности», член Общества геммологов России, член Коллегии экспертов и оценщиков ювелирных изделий и антиквариата.

К сожалению, в небольшом журнальном обзоре невозможно рассказать обо всех новинках, представленных на выставочных стендах в Сокольниках. Не можем мы и разместить фотографии всех работ, получивших награды конкурса. Предлагаем вашему вниманию некоторые из них.

Призы конкурса — стр. 8, дипломы конкурса — стр. 9–10



Ювелирный завод «Кристалл», г. Смоленск, коллекция изделий с крупными бриллиантами в оригинальной закреплке. Гран-при



ООО «Столичный ювелирный завод «Адамас», г. Москва, коллекция изделий с мелкими бриллиантами и изумрудами. Номинация «Повседневные украшения»

ООО «Стелла-Эксклюзив», г. Москва, настольная композиция — часы «Хозяйка Медной горы» (золото 750 пробы, 423 бриллианта — 8,78 ст, 4 изумруда — 0,06 ст, далонит, эмаль). Номинация «Предметы интерьера в ювелирном исполнении»



ООО «Петрозолото», г. Санкт-Петербург, настольная композиция «Леший». Номинация «Предметы интерьера»



ООО «Сибирский ювелирный завод «Атолл», г. Новосибирск, часы женские «Лео». Номинация «Часы»



ООО «ТД «НИКА», г. Москва, коллекция женских наручных часов: «Жасмин», «Каменя», «Лаванда», «Ливия», «Розмарин», «Ирис». Номинация «Ювелирный дебют (молодое предприятие)»



ООО «МЮЗ ЭЛИТ», г. Москва, брошь «Родные просторы». Авторы: творческий коллектив ювелирного завода «Элит» (Золото 750 пробы, бриллианты, эмаль). Номинация «Вечерние украшения»



ЗАО Великоустюгский завод «Северная Чернь», г. Великий Устюг, сувенир «Матрёшка». Номинация «Изделия из серебра»



ООО «Петрозолото», г. Санкт-Петербург, изделие-трансформер, брошь-кольцо «Каприз». Автор Пригода Инна. Номинация «Вечерние украшения»



ООО «Золотая Орхидея», г. Ижевск, коллекция украшений с драгоценными камнями: кольца «Шехерезада» (красное и белое золото 585 пробы, цитрин, сапфиры (синие, зелёные, жёлтые, розовые) и «Аленький цветочек» (красное и белое золото 585 пробы, сапфиры (голубые, синие, зелёные, жёлтые, розовые). Художник Шадрин Сергей. Номинация «Вечерние украшения»

ООО «Сахаювелир», г. Якутск, кольцо «Тайные чары» Художник Никитин Прокопий, (золото 750 пробы, бриллианты, рубины). Номинация «Вечерние украшения»



ЗАО «ПКФ «Эрми», г. Екатеринбург, гарнитур украшений «Звуки Вселенной» (белое золото, бриллианты, кварц). Автор и исполнитель Бадов Игорь. Номинация «Вечерние украшения»



ООО «Ювелирный дом», г. Екатеринбург, комплект украшений (кольцо, серьги) «Весенняя капель». Номинация «Вечерние украшения»

ЗАО ТПК «Алмаз-Холдинг», г. Москва, гарнитур (кольцо, серьги) «Юла». Автор Лунькова Ольга. Исполнитель Луньков Александр. Номинация «Вечерние украшения»



«Сибирский ювелирный завод «Атолл», г. Новосибирск. Колье «Зимние искорки» (белое золото, бриллианты). Автор Павлов Виктор. Номинация «Вечерние украшения»



ОАО «Ювелиры Урала», г. Екатеринбург, подвеска «Медовый месяц» (золото 750 пробы, бриллианты, винные топазы). Автор Орлова Марина. Исполнитель Ильин Николай. Номинация «Вечерние украшения»



«Рифеста», г. Екатеринбург, гарнитур украшений (кольцо, серьги, подвеска) «Фламенко». Автор Пономарёва Наталья. Номинация «Повседневные украшения»





ОАО «Красносельский Ювелирпром», Костромская область, с. Красное-на-Волге, комплект ювелирных украшений «Диско». Автор Бобарыкина Ксения. Исполнители: Ситникова Елена, Жаров Владимир. Номинация «Изделия из серебра»



ОАО «Красносельский Ювелирпром», Костромской обл., с. Красное-на-Волге, интерьерная композиция «Петухи». Автор Медведев Рафаил. Номинация «Предметы интерьера»



ООО ТД «Адамант», г. Москва, коллекция колье-трансформеры. Номинация «Повседневные украшения»



ЗАО «Селена», г. Санкт-Петербург, подвески «Пирамида», «Спираль». Автор Владимир Лопатин. Номинация «Повседневные украшения»



«Ювелэнд»-Холдинг, г. Санкт-Петербург, кольцо «Линия Дебют». Номинация «Украшения в стиле «Авангард»



ОАО «Красцветмет», г. Красноярск, гарнитур украшений (колье, серьги, кольцо) «Лунная дорога». Автор Потылицина Елена. Номинация «Повседневные украшения»

ЗАО «Садко» Ювелирный дом», г. Санкт-Петербург, коллекция украшений «Переверни привычные стереотипы». Номинация «Молодёжная мода»

ОАО «Ювелиры Урала», г. Екатеринбург, изделия мелкой пластики «Дружная семейка» (серебро 925 пробы, золочение, эмали, полировка, оксидирование). Автор Скрыль Олег. Номинация «Предметы интерьера»



ЗАО ТПК «Алмаз-Холдинг», г. Москва, гарнитур аксессуаров для мужчин «Монарх». Автор Комаров Николай. Исполнитель Луныков Александр. Номинация «Аксессуары для мужчин»



ЗАО «ДМУиА», «Золотой дельфин», г. Москва, коллекция украшений «Кулоты». Автор Судейкина Светлана. Номинация «Молодёжная мода»



ЗАО «Золотое Время», г. Москва, коллекция часов. Авторы: Егорова, Филимонов, Псарев, Кудрявцев. Номинация «Часы»



лицо вашего бизнеса

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

Выставки

Виченца • OROGEMMA 2004

11–16 сентября



Традиционная выставка-ярмарка в Виченце, проходящая три раза в год, ориентирована не на то, чтобы каждый раз представлять вниманию публики и профессионалов абсолютно новые коллекции. Главной задачей этого форума является решение текущих проблем отрасли, развитие итальянского ювелирного производства и дизайна в контакте с «внешним миром».

На этот раз границы «внешнего мира» продвинулись далеко на юг: в программу выставки был включён симпозиум «Африка — Европа: возможности сотрудничества между компаниями, работающими с драгоценными камнями». В проекте участвовали представители Общества Южно-Африканского развития (SADC), включающего 14 стран Южной и Центральной Африки. Безусловно, партнёрские отношения между Италией и Африкой базируются на поставках традиционных и новых камней с «Чёрного континента» (танзанит, цаворит,

шпинели и александрит, изумруды и жёлтые турмалины, рубины и разнообразные гранаты, не говоря уже о вечных бриллиантах). Участникам симпозиума представили сведения о новых материалах и уровне добычи привычных камней, а африканские операторы получили шанс расширить сеть контактов в Европе.

Другая тема, связанная с освоением ювелирных материалов, «AQUA: мир платины». Итальянское представительство Всемирной платиновой гильдии организовало пресс-конференцию и экспозицию, посвящённую дизайну изделий из платины. Идея названия родилась из ассоциации чистого и холодного металла с «ясными, прохладными, сладкими водами...» (как говорил Петрарка, обращаясь к весне). Бело-голубая стихия воды наиболее точно выражает ощущения от платины. В этом направлении идёт современный дизайнерский поиск. В проекте принимают активное участие студенты Европейского

института дизайна в Милане, который стал творческой лабораторией Всемирной платиновой гильдии.

На фоне традиционных разговоров о новейших технологиях ювелирного производства и тенденциях развития моды особое внимание участников выставки привлекла актуальная тема «этики и эстетики», безопасности творчества в области ювелирного дела. Нарастающая волна копирования, сокращение временного зазора между созданием оригинальной модели престижного бренда и появлением на рынке его имитации, повышение качества таких копий при заметно более низкой цене — всё это вызывает естественную озабоченность ведущих итальянских ювелиров. Участники выставки обсуждали проблемы защиты новых продуктов от копирования, перспективы юридического разграничения оригинала и имитации (сейчас практически невозможно защищать авторское право на ювелирный дизайн от чуть видоизменённых копий), значение суперсовременных технологий в этом процессе. С одной стороны, специалисты пытаются найти адекватные правовые инструменты. С другой, условия жёсткой конкурентной борьбы вынуждают ведущие фирмы ограничивать степень знакомства посетителей с новыми изделиями: запрещать фотографирование, отказываться от практики раздачи буклетов с изображениями и т. п. Но самым надёжным элементом пока остаётся заметное технологическое превосходство лидеров. Зачастую даже профессионалы не могут понять, как именно изготовлено то или иное украшение, какой материал был использован для его создания (серебряные «ткани» с шёлком — яркий тому пример). Не удаётся имитаторам достичь и соответствующего уровня анатомического построения кольца. Именно в этом классе изделий оригинал и копия резко различаются.

В целом, очередную выставку в Виченце можно признать успешной. А это свидетельствует о том, что ювелирное производство в Италии находится на подъёме, а итальянский дизайн по-прежнему сохраняет за собой лидирующие позиции в мире.

Stefan Hafner
Лучшее ожерелье 2004 года
в номинации Haute Couture.
Награда присуждается на
одном из самых престижных
ювелирных смотров — Couture
Show в Фениксе, штат Аризона
(США)



la Nuovelle Bague



Roberto Coin



Bibigi



Picchiotti





Nanis



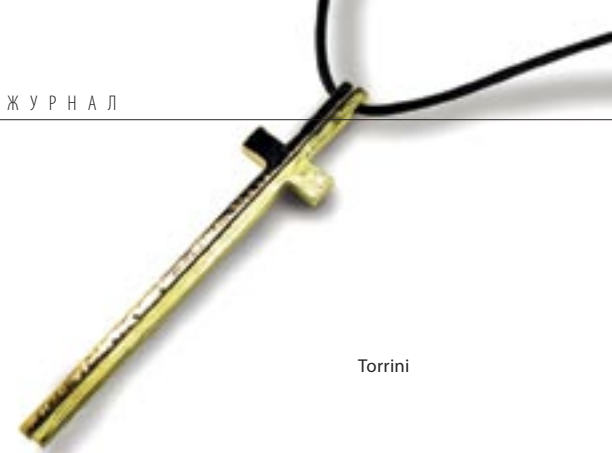
Orlando Orlandini



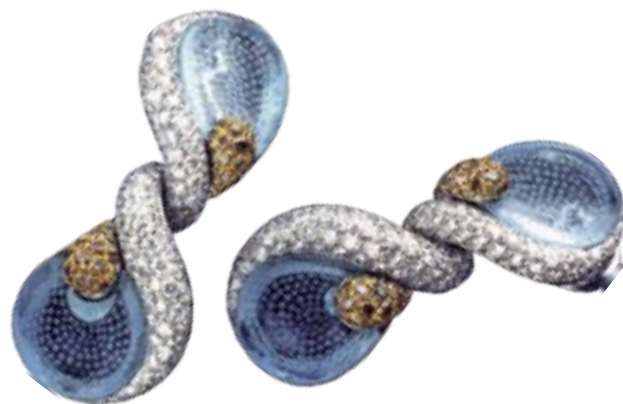
Fibo



Balocchi Preziosi



Torrini



Ambrosi



Salvatore Bersani



Valente



le Sibille



Balocchi Preziosi

le Sibille



Выставки

SHAPES
OF JEWELRY
PAVILION OF DESIGNERSВиченца:
павильон дизайна

Павильон дизайна, только в этом году открывшийся в рамках выставки-ярмарки в Виченце, сразу же оказался в центре внимания. Здесь обсуждаются самые насущные проблемы дизайна ювелирных изделий, общих тенденций отрасли, причины долговременного спада, который фиксируют специалисты на протяжении предыдущих десяти лет. Задаваясь вопросом о причинах слишком долгого «кризиса», называют и 11 сентября, и введение евро как единой общеевропейской валюты, и многое другое. Однако участники выставки признают, что всё это скорее оправдания, чем реальные причины затруднений.

Настоящим источником проблем стали внутренние процессы в отрасли. В 1980-е годы произошёл переход от индивидуальных изделий, изготовленных в маленьких мастерских, в основном вручную, к массовому потоку более или менее однотипных, тиражных украшений из золота, производимых на машинах, с драгоценными камнями среднего класса и ниже. На первых порах это стимулировало развитие рынка, так как сделало ювелирную продукцию более демократичной, доступной. На смену ювелиру-художнику, ювелиру-мастеру пришёл

энергичный предприниматель, хорошо владеющий законами маркетинга, воспринимающий ювелирные изделия как «товар». Такие лидеры отрасли, безусловно, понимают общую специфику ювелирного рынка, однако они не очень-то заинтересованы в развитии высокого искусства. Типичным примером рекламы стало заявление вроде: «Купите свою мечту о роскоши всего за 94 евро!» Но мечта перестаёт быть мечтой, когда превращается в нечто повседневное и банальное.

Всё это привело к перенасыщению рынка сходными продуктами, а узость целевой аудитории в сочетании с чрезмерной агрессивностью фирм, теснящихся на заведомо ограниченном пространстве европейского ювелирного рынка, породила состояние кризиса. Вдохновение и индивидуальный подход были в значительной мере утрачены, а переход к массовому товарному производству оказался не слишком эффективным в отрасли, по определению эксклюзивной.

Участники выставки Виченцы в рамках работы павильона дизайна искали пути выхода из тупика. Наиболее верным представляется им путь возврата к авторской работе, к использованию новейших технологий не

только для производства массовых, сравнительно дешёвых изделий, но и для создания шедевров, эксклюзивных украшений. Более того, маленькие мастерские, выпускающие ограниченные тиражи или работающие с частным клиентом напрямую, способны быстрее реагировать на изменение вкусов и запросов покупателей. Они предлагают изделия от средних по цене до очень дорогих — и в Европе есть достаточно широкий круг людей, располагающих средствами, но не желающих тратить их на «дешёвку». Только традиционные методы работы в сочетании с новейшими технологиями могут обеспечить процветание ювелирной отрасли — таково мнение большинства участников дискуссии.



Miki Minori



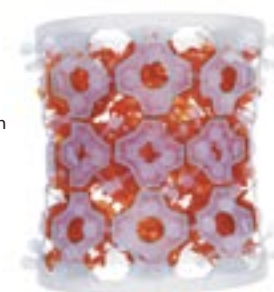
Sonia Yael



Brenda Vidal



Svenia John



Brenda Vidal



Ochiai Tomoko



Scalzotto Adelina



Tamura Shun-Ichi



АЛМАЗ ХОЛДИНГ

*Вместе с нами
в мир прекрасного!*

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



Центральный офис:
Адрес: Россия, 129301, г. Москва, ул. Москомитетов, 7/2
Телефон: (095) 956 89 98/89, 956 95 70/72/73
Факс: (095) 956 95 71, 956 89 89 (доб. 0141, 0148)
E-mail: almaz-holding@almaz-holding.ru
http://www.almaz-holding.com

Гарантий "Стефания"
Автор: Якунина Т.Е.
Исполнитель: Ясирев А.

Конкурсы

Юбилейный конкурс «Образ и Форма»

Ирина Перфильева, кандидат искусствоведения,
НИИ Российской Академии художеств РФ

В последней декаде сентября 2004 года Мраморный зал гостеприимного Российского Этнографического музея вновь принимал участников Международного конкурса молодых дизайнеров ювелирных украшений «Образ и Форма». Этот год стал юбилейным, но не был отмечен никакими протокольными акциями по этому случаю, как это часто бывает в наше время по гораздо менее значимым поводам. Напротив, ничто не нарушило сложившейся за эти годы здоровой рабочей атмосферы. И это замечательно, так как свидетельствует о том, что очередной конкурс — не представительская акция, а действительно нужное всем — и молодым художникам, и отечественным критикам, и зарубежным гостям — дело.

Отличная работа оргкомитета создала оптимальные условия для проведения конкурса. В ней приняли участие ведущие специалисты Санкт-Петербурга в области ювелирного искусства: искусствоведы Галина Габриэль и Анна Ратникова, технолог Юрий Баскаков во главе с президентом Фонда поддержки образования и творчества молодых художников-ювелиров «Образ и Форма» художником Галиной Ковалевой. Работа проходила при участии ССП «Вера». Как обычно, в эти осенние дни в Петербурге собрались коллеги по ювелирному цеху не только из России, но и из Польши, Франции, США.

Не будет преувеличением сказать, что этой встречи ждали все: конкурсанты в желании показать свои произведения и надежде на успех, жюри в предчувствии открытий и все вместе в надежде на серьёзный профессиональный разговор о проблемах в современ-

ном отечественном и мировом ювелирном деле — искусстве и производстве.

И в этом одна из особенностей и сложностей конкурса. В мире нет прецедента объединения на творческом уровне этих двух сфер ювелирного дела: создания украшений эстетически элитарных и массовых, для тех, кто хочет выделиться из толпы и для тех, кто желает слиться с ней, быть как все. Разумеется, и организаторов, и конкурсантов, и членов жюри ожидает немало трудностей в оценке представленных на конкурс произведений. В этом юбилейном году, как и в прошлые, жюри вынуждено было проявить не только профессионализм экспертов-аналитиков, но и творческую фантазию, чтобы увидеть в конкурсных работах то, что проглядел или не понял сам автор. И здесь необходимо иметь в виду ещё один важный момент. Конкурс «Образ и Форма» имеет очень широкий возрастной диапазон. Проблема заключается в том, что, хотя все участники конкурса попадают под определение «молодые», они находятся в той возрастной категории, когда разница в год, не говоря уже о пяти или десяти годах, является очень существенной. К тому же она усугубляется степенью профессиональной и ремесленной подготовки конкурсантов — от начинающих и дилетантов до мастеров-ювелиров. Остаётся только поражаться способности организаторов конкурса создавать проблемы и, что гораздо важнее, умением их разрешать профессионально, а не административно. Но, по-видимому, а мне пришлось участвовать в проекте «Конкурс «Образ и Форма», в духе преодоления — залог его жизнеспособности. Решение этих и каждый год возникающих новых

проблем лишь укрепляет профессиональный иммунитет конкурса, не оставляя времени и сил на суету. Отсюда и строго деловой, заинтересованный, серьёзный характер конкурса как творческой акции.

Конкурс «Образ и Форма» за прошедшие пять лет настолько сформировался как яркое художественное явление в современном отечественном ювелирном искусстве, что уже можно говорить о «недостатках», которые являются рабочими моментами оргкомитета. Один из них — недостаточно чёткая формулировка номинаций и регламента. К этому все настойчивее побуждает постоянно растущее число участников из отдалённых регионов России и других стран, разница их профессиональной подготовки, возрастной диапазон.

Необходимо отметить особую значимость культурной программы конкурса, которая, по сути, представляет одну из важнейших его составляющих. Регулярные лекции и выступления в рамках конкурса художников, искусствоведов, предпринимателей — специалистов в области ювелирного дела превратили его в творческий симпозиум, позволяющий членам жюри поделиться своими идеями и концепциями.

Так, в день начала работы V юбилейного конкурса профессор Академии искусств г. Лодзи (Польша) А. Шадковский представил творческие поиски своих учеников, дизайнеров ювелирных изделий. В задачу выступления автора этих строк входило определение контрапунктов в диалоге российской и американской ювелирных школ, состоявшемся в апреле 2004 года в Москве на выставке «Две столицы». Очень интересный и актуальный сегодня психологический аспект бытования ювелирных изделий затронула М. Маноа, художественный директор *Le Porte Objet* (Франция). О современных тенденциях мировой ювелирной моды, представленных на выставке в Базеле, рассказала московский искусствовед Н. Коровина. Важнейшую проблему взаимодействия прикладного и изобразительного искусства затронул в своём выступлении профессор Института искусств г. Роттердама (США) Л. Урсо, познакомивший слуша-

**SIGNITY®**
STAR



Самый блестящий фианит



Узнайте больше об исключительном блеске фианитов идеальной огранки, обратившись к дистрибьюторам:

«Кристалит корп.»
Россия, 111250, Москва,
ул. Красноказарменная, 12
Телефон: (+7 095) 3619841
Факс: (+7 095) 3625325
E-mail: info@crystalit.net

ООО «Рундист»
Украина, 79031,
Львов, ул. Стрийская, 202
Телефон: (+380 322) 636319
Факс: (+380 322) 971267
E-mail: rundist@ipm.lviv.ua

ООО «Матрикс»
Армения, 375063,
Ереван, Аван, 6-я ул., 50
Телефон: (+374 1) 622160
Факс: (+374 1) 522978
E-mail: matrix@netsys.am

www.signity.com

телей со своими работами в обеих областях художественного творчества.

Для конкурсантов это возможность лучше познакомиться с теми, кто оценивает их произведения. Такой диалог просто не может не способствовать успеху проекта. О необходимости его говорит та заинтересованность обеих сторон, которой было отмечено заседание «круглого стола» по завершении работы.

Очень важное значение имеет международный характер конкурса. Во-первых, не угасший за эти пять лет интерес наших западных коллег к конкурсу, это, так или иначе, признание отечественной школы на профессиональном уровне. Поэтому можно смело утверждать, что конкурс «Образ и Форма» решает очень важную задачу — пропаганду российской национальной ювелирной школы в мире. Иностранцы гости конкурса имеют возможность увидеть, как эволюционирует наше ювелирное дело в различных его сферах, чем дышит и чем живёт наша творческая молодёжь. С другой стороны, конкурс позволяет соотнести произведения молодых российских художников с мировыми художественными тенденциями в современном ювелирном искусстве.

Зарубежные гости юбилейного конкурса не скрывали своего интереса, а порою и удивления по поводу увиденного в Санкт-Петербурге, отмечая несомненную живость происходящей здесь эволюции ювелирного искусства.

И наконец о призёрах и лауреатах V юбилейного Международного конкурса молодых дизайнеров ювелирных украшений «Образ и Форма».

Самая большая сложность в работе жюри — дифференциация представленных на конкурс произведений по номинациям, необходимая для того, чтобы не пропустить наиболее интересное и действительно новое. Это происходит из-за того, что сами конкурсанты далеко не всегда правильно ориентируются в формулировках. Так, среди «макетов» были украшения, выполненные из пластика, тканей, ниток, металлических деталей и пр., скорее представляющие модели украшений, а то и завершённые изделия в так называемых «нетрадиционных» материалах. Или в готовых украшениях в номинацию «Фантазия» попадали эскизно небрежно выполненные в металле изделия, идею которых

невозможно было по достоинству оценить в этом качестве.

Аналогичные трудности в работе жюри встречались и в сопоставлении «фантазийных» и «производственных» произведений. Где предел фантазии в «производственных» изделиях? Насколько может оторваться от производственных возможностей «фантазийное» произведение ювелирного искусства?

По моему мнению, лавируя между этими рифами, в бурных дискуссиях жюри всё же удалось отметить всё самое интересное и актуальное из представленных на конкурс произведений молодых дизайнеров ювелирных украшений. И в завершение этого обзора хочется ещё раз поздравить и назвать их.

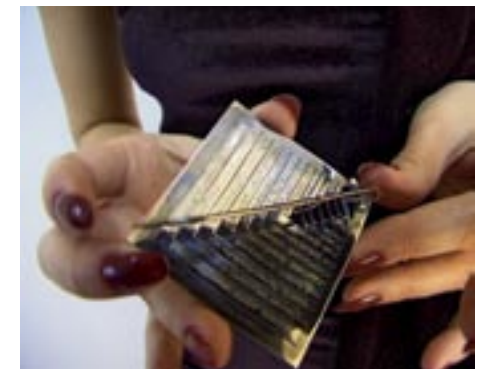
Гран-при была удостоена работа петербуржца Дениса Коноплёва — браслет «Аквариумное море». Она выделялась полным соответствием теме «Диалог»: в современности художественно-образного решения, пространственности композиции, выразительности колорита и материалов, высоком качестве технического исполнения.

Среди других призёров и дипломантов V юбилейного Международного конкурса молодых дизайнеров ювелирных украшений, вне зависимости от занятых ими мест, безусловный интерес представляет ещё ряд работ. Это браслет «Змеелов» (Дмитрий Жуков), демонстрирующий качественное исполнение непопулярной сегодня в отечественном ювелирном искусстве техникиковки стали. Макет комплекта брошей «Водоворот» (Юрий Былков) и серия колец «Взрослые игрушки» (Георгий Сомов), украшение на плечо «Стадион» (Евгений Снесарь, фото 1) и серьги «Стремление» (Татьяна Николаева, фото 4) представляют развитие актуальной темы вариативности композиций ювелирных украшений. Тему диалога реального и иллюзорного пространств поднимает Аслам Сокаев в броши «Человек-скат», фото 2, 3. В категории компьютерных проектов наиболее интересными и ювелирными по сути представляются комплекты украшений «Пятый элемент» (Константин Иванов) и «Перевоплощение» (Юлия Ахмадулина). Этот перечень можно было бы продолжить, так как на конкурсе демонстрировалось немало оригинальных произведений. Но и сказанного достаточно, чтобы по достоинству оценить эволюцию этого проекта за прошедшие пять лет.

Как видим, юбилейный Конкурс был отмечен по-деловому, сдержанно, серьёзной профессиональной работой, что свидетельствует о реальности и правомерности его амбиций.



Фотография 1.



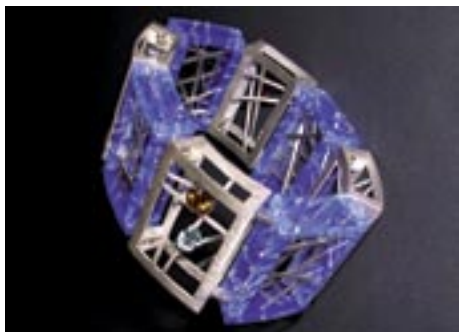
Фотография 2.



Фотография 3.



Фотография 4.



1. Денис Коноплев, г. Санкт-Петербург, браслет «Аквариумное море», серебро, люминесцентный пластик, натуральные камни, Гран-при конкурса



2. Алексей Скирда, г. Новосибирск, кольцо «Миг» (серебро, аметисты, цветок, прозрачный пластик), 1-е место в номин. «Фантазия», категория «Изделие»



3. Дмитрий Крупенин, г. Москва, серьги «SOTTOVOCE» (серебро, фианиты, аметисты), 2-е место в номинации «Фантазия», категория «Изделие»



4. Дмитрий Жуков, г. Санкт-Петербург, браслет «Змеелов» (сталь, никель), 3-е место в номинации «Фантазия», категория «Изделие»



5. Юрий Былков, г. Санкт-Петербург, коллекция брошей «Водоворот» (платина, золото, серебро), 1-е место в номинации «Фантазия», категория «Макет»



6. Данара Ходжигорова, г. Элиста, брошь и серьга «Дистанция» (сталь, кость), 2-е место в номинации «Фантазия», категория «Макет»



7. Ирина Пермякова, г. Санкт-Петербург, коллекция брошей «На долгую, добрую память» (гравюра на меди), 2-е место



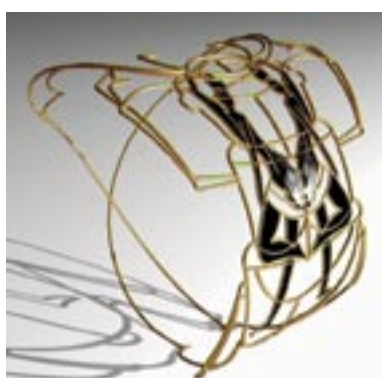
8. Ирина Истратова, п. Нижний Одес (Респ. Коми), гарнитура «Виниловые пластинки» (изолон, самоклеящаяся плёнка, дерево), 3-е место в номинации «Фантазия», категория «Макет»



9. Константин Иванов, г. Москва, подвес-трансформер «Пятый элемент» (предполагаемый материал: золото, каучуковый шнур), 1-е место в номинации «Фантазия», категория «На электронном носителе»



10. Иван Ван-Заам, Сергей Катков, г. Санкт-Петербург, колье «Египетская дорога» (предполагаемый материал: золото, дерево, электропроводка), 2-е место номинации «Фантазия», категория «На электронном носителе»



11. Юлия Ахмадулина, г. Сосновый Бор, кольцо «Перевоплощение» (предполагаемый материал: металл), 3-е место в номинации «Фантазия», категория «На электронном носителе»



12. Георгий Сомов, г. Москва, коллекция из трёх колец «Взрослые игрушки» (золото 750, бриллианты, рубины), 1-е место в номинации «Производство», категория «Изделие»



13. Пётр Колобков, г. Санкт-Петербург, кольцо «Звёздный дуэт» (серебро, фианиты), 2-е место в номинации «Производство», категория «Изделие»



14. Наталья Ермолаева, г. Якутск, кольцо «Трансформер» (золото 750, бриллианты, рубины), 3-е место в номинации «Производство», категория «Изделие»



15. Кирилл Ковалев, г. Санкт-Петербург, броши «Диалог глаз» (драгоценный металл, пластик, стекло), 1-е место в номинации «Производство», категория «Макет»



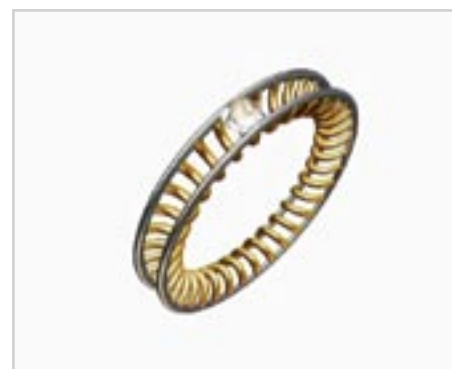
16. Кирилл Ковалев, г. Санкт-Петербург, композиция из брошей «Диалог двух миров» (цветной прозрачный материал), 3-е место в номинации «Производство», категория «Макет», категория «На электронном носителе»



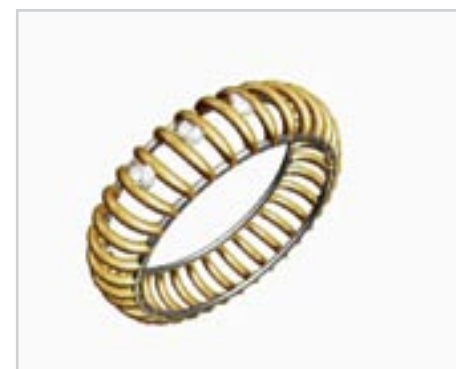
17. Иван Ван-Заам, Катков Сергей, г. Санкт-Петербург, серия колец «Новая геометрия» (предполагаемый материал: золото, гагат), 1-е место в номинации «Производство», категория «На электронном носителе»



19. Елена Старостина, г. Москва, кольцо «Vinaccolo» (предполагаемый материал: золото, бриллианты), 3-е место в номинации «Производство», категория «На электронном носителе»



18. Иван Ван-Заам, Сергей Катков, г. Санкт-Петербург, серия колец «Конструкция» (предполагаемый материал: золото, бриллианты), 2-е место в номинации «Производство», категория «На электронном носителе»

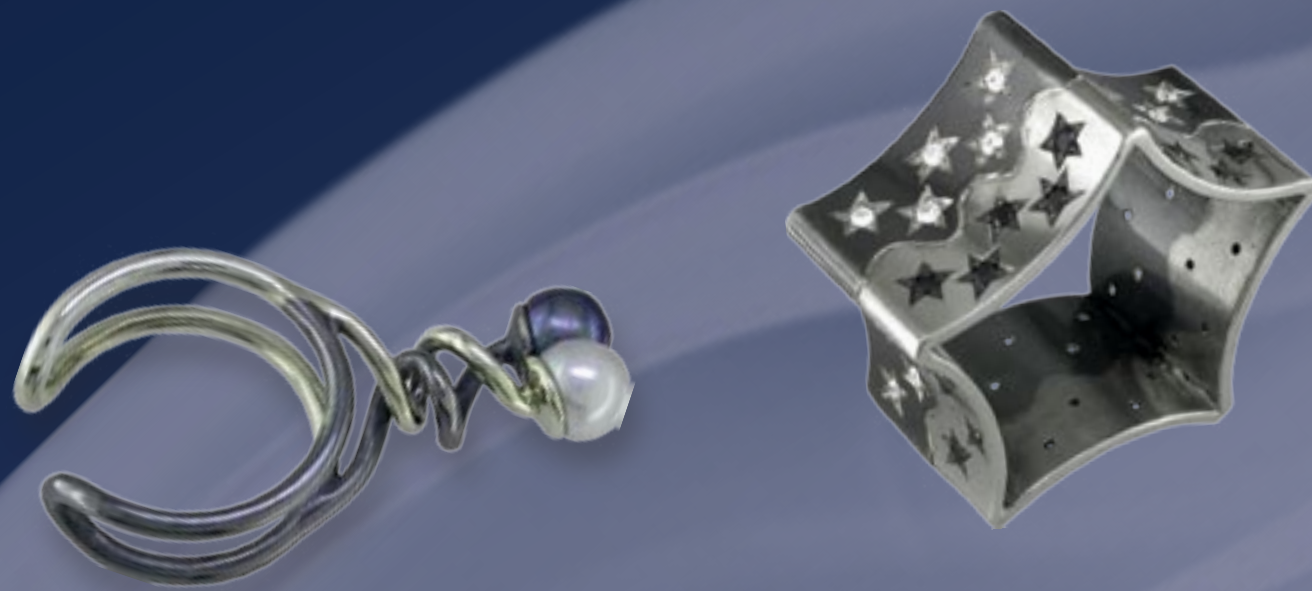


**СПЕШИТЕ!
СПЕШИТЕ!
СПЕШИТЕ!**

В этом году журналу «Русский Ювелир» исполняется 8 лет! Мы благодарим вас за постоянство и хотим предложить уникальную возможность!

Оформив подписку на 2005 год (в этом году), в подарок вы получаете номера, изданные в 2004 году (с момента вашей подписки)!

Звёздный дуэт



Главной темой прошедшего в сентябре V Международного конкурса молодых дизайнеров ювелирных украшений была заявлена тема диалога, взаимодействия различных форм. Именно тема непрерывного взаимодействия, слияния контрастных понятий — чёрного и белого, тёмного и светлого, инь и янь, земли и космоса — стала основной в творчестве петербургского ювелира Петра Колобкова. В этом году он впервые представил свои работы широкой публике и для дебюта выбрал конкурс «Образ и Форма», который, по его мнению, особенно интересен и полезен для ювелиров-дизайнеров. Его кольцо «Звёздный дуэт» получило 2-е место и диплом в номинации «Производство», категория «Изделие».

Чёрно-белая гамма весьма характерна для творчества этого мастера. Она наиболее выразительно передает мироощущение автора. Изделия Петра Колобкова «Звёздный дуэт», «Слияние» и другие вызывают у зрителя прямые ассоциации с космосом, движением планет, таинственным звёздным небом... И это не случайно: тема связи человека и Вселенной, которую так остро чувствует художник, необычайно актуальна сегодня. В слиянии двух жемчужин — чёрной и белой — динамика пока ещё не завершённого процесса, результат которого — нечто цельное и единое. «Звёздный дуэт» же напротив — законченный символический образ.

Строгая контрастная гамма, присущая украшениям Колобкова, ведёт своё начало

от юношеского увлечения графикой. Опыт графических работ — изображения пейзажей Петербурга, сюрреалистические образы — пригодился в последующих занятиях ювелирным искусством. Так же, как и увлечение миниатюрным судомоделированием, работа с деревом и металлом. Затем были обучение в художественно-промышленном училище, сотрудничество с несколькими петербургскими ювелирными мастерскими. Многие годы накапливались опыт и практические знания. В результате этой плодотворной работы и появились уникальные авторские изделия, подобные «Звёздному дуэту». Надеемся, что в следующем году среди призеров конкурса «Образ и Форма» мы вновь увидим работы Петра Колобкова, выполненные в его своеобразной манере.

«Сувениры Балтики»

Согласно русской православной традиции домашний иконостас всегда был главным духовным богатством и гордостью любого дома. Эта частичка храма ежедневно присутствовала в жизни россиян — от крестьян до самодержцев.

Однако в силу ряда объективных причин (в том числе в связи со сравнительно небольшим объёмом добычи янтаря на территории дореволюционной России) «солнечный» камень редко использовался мастерами в процессе создания православных святынь.

Сегодня многие церковные традиции прочно входят в жизнь наших современников. Все больше появляется желающих иметь индивидуальный домашний иконостас, где наряду с канонически обязательными иконами располагаются именные иконы — лики святых — покровителей домохозяев. Кроме того, к иконостасу предъявляются не только строгие церковные требования, но и сугубо эстетические, ведь он является элементом интерьера. Поэтому мастера ищут новые формы и интересные идеи, чтобы преподнести христианские традиции в современном прочтении. Развивая древние технологии изготовления икон, обрабатывая уникальный природный материал — янтарь, художники-резчики известной фирмы «Сувениры Балтики» пришли ко многим творческим открытиям. Иконы, выполненные в янтаре Ю. П. Великотским, А. В. Королевым, С. А. Гончаровым, великолепно передают духовность ликов святых. Неповторимая и разнообразная цветовая гамма камня позволяет воплотить в жизнь красоту иконописи, которой славились древние произведения. Соблюдение художниками всех церковных канонов допускает освящение янтарных икон в храме. После благословения святых отцов янтарные лики по праву становятся украшением домашних иконостасов.



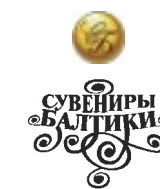
Художник Юрий Великотский и его произведение — янтарный иконостас

Вот уже много лет, с 1986 года, калининградское предприятие «Сувениры Балтики» достойно представляет янтарную продукцию на внутреннем и международном рынках. Ассортимент изделий из «солнечного» камня, разработанный высокопрофессиональными мастерами — художниками фирмы, огромен: ювелирные изделия, разнообразные шкатулки, кубки, кувшины, вазы, шахматы, корабли, пасхальные яйца в стиле Фаберже, часы...

«Сувениры Балтики» с неизменным успехом участвуют во многих ювелирных выставках и ярмарках в России, Польше, Германии, Китае, Италии. Экспозиции предприятия всегда привлекают внимание и специалистов, и широкого круга покупателей, подтверждение чему — многочисленные дипломы, награды и призы. В рамках Международной ювелирной выставки «VICENZAORO-2», прошедшей в 2001 г. в Италии, была представлена репрезентативная экспозиция «Новая ювелирная Россия: традиции и новации». Ознакомившись с объединённой витриной России, глава торгпредства России в Италии Д. Инкин особо отметил работу калининградских мастеров «Церковь-звонница».

В 2003 г. уникальная коллекция предприятия, представленная в российском посольстве в г. Осака, покорила взыскательную японскую публику. По результатам этого показа, получившего высокую оценку Международного фонда поддержки ювелиров, «Сувениры Балтики» были приглашены на выставку следующего года, где планируется познакомить жителей Токио с коллекцией «Подражание Фаберже».

Генеральный директор предприятия В. А. Симонов уделяет особое внимание активной пропаганде и продвижению янтарной продукции в России и за ее пределами. Для конкурса организовано им. М. Таривердиева, проходившего в Калининграде, мастера-резчики разработали и изготовили переходящий янтарный приз «Органный ангел» лучшему органисту года. Ни одно значительное событие, праздник, юбилей в крае не обходится без подарков от «Сувениров Балтики». Так, например, по заказу администрации области к юбилею Президента РФ был изготовлен янтарный ларец, врученный В. В. Путину от имени всех жителей Калининградской области.



ООО «Сувениры Балтики»
г. Калининград, ул. Портовая, д. 45
Тел./факс: (0112) 446-700
www.suvenirbalt.ru
suvenirbalt@mail.ru

Представляем

Из Бразилии в Россию

Светлана Пилюшина

24–28 сентября прошла первая выставка бразильской моды в России.

Неожиданно она оказалась очень познавательной. Теперь я знаю, что это страна не только кофе (далее список каждый составляет сам, но предполагая, что без обезьян и белых штанов нам не обойтись), но и обуви — второе место в мире по производству и экспорту, в тройке лидеров по производству ювелирных изделий, в пятерке главных мировых поставщиков текстиля.

«На сегодняшний день Бразилия входит в десятку мировых лидеров по уровню экономики».

Россия переживает минуты счастья. Нас заметили и даже повернули в нашу сторону голову, а некоторые, страшно сказать, вернулись к нам всем корпусом.

Выход на российский рынок — одна из приоритетных задач многих иностранных производителей, причём производителей не только пива, сигарет, продуктов. И Бразилия не исключение.

«Российский рынок является одним из самых перспективных для Бразилии, открывая широчайшие возможности для делового сотрудничества. С 2003 по 2004 год

число бразильских компаний, экспортирующих в Россию, увеличилось на 25%. По словам министра развития промышленности и внешней торговли Бразилии Луиса Фернанду Фурлана: «...В ближайшие годы мы сможем удвоить или даже утроить поток по торговым сделкам с Россией...»

Впечатляет. Особенно если учесть, что в списке импортируемых товаров кроме перечисленных — косметика, мобильные телефоны и (!!!) реактивные самолеты (а в моем списке авиапроизводителей Бразилия не значилась вообще).

А теперь перейдём к главному — ювелирному рынку — и нашему, и бразильскому.

После посещения в 2003 году ювелирной выставки в Сан-Пауло образ «ювелирки» противоположного (во всех отношениях) полушария сложился сразу и легко. Главное — это камни! Как итальянки умеют носить много золота, так бразильянки умеют играть цветом своих украшений.

«Уже с давних времен блеск бразильских ювелирных украшений пленяет своими чарами все континенты. Наша страна одна из всего лишь семи стран, в которых имеются месторождения драгоценных камней,

и те, что находятся в Бразилии, признаны крупными и разнообразными».

В стране, где нет градации «драгоценный», «полудрагоценный» камень, они все драгоценные. Бразильский дизайн отличается своеобразием и оригинальностью, во многих коллекциях камень доминирует, а оправа лишь подчеркивает и оттеняет его во всем блеске. Ювелирные фирмы на выставке в Москве представлял Бразильский институт драгоценных металлов и камней (IBJM), основной функцией которого является оказание помощи в установлении торговых контактов, представление и продвижение на международный рынок ювелирной продукции Бразилии.

«Российский ювелирный рынок является плодотворным полем для продвижения бразильских компаний. Продажа украшений с цветными драгоценными камнями в России составляет 5% от общего объема. Однако, по прогнозам аналитиков, уже в ближайшие несколько лет эта цифра достигнет 15–20%».

Открытие выставки предшествовала большая подготовка, включающая и маркетинг ювелирного рынка России, поэтому посетители увидели дизайн, наиболее приемлемый для русских покупателей. Главное на данном этапе — поиск партнёров, крупных и надежных. А показ оригинального бразильского дизайна, будем надеяться, состоится на российских ювелирных выставках.

Если вас оставил равнодушными бразильский дизайн, смело переворачивайте страницу, а если нет, вернитесь на третью страницу (там адрес редакции) и свяжитесь с нами, интересно знать адрес первого магазина, предлагающего творения бразильских ювелиров.

В материале использованы выдержки из press-release выставки



Часы

OMEGA

Компания Omega насчитывает свыше 200 лет истории. Уникальные механические часы ручной сборки, высокого уровня сложности славятся идеальным качеством и элегантностью. Создатели компании разработали множество моделей, известных во всём мире не только как «часы Джеймса Бонда», но и как пример совершенства и красоты. Современные дизайнеры фирмы разрабатывают и оригинальные варианты: прозрачные часы-скелет, механизм которых завораживает изяществом и точностью, изысканные серебристые женские часы из коллекции *Aquabella*, усыпанные белыми и чёрными бриллиантами, сапфирами, аметистами и гранатами нежного мандаринового оттенка.

В 2004 г. фирма Omega представила несколько коллекций, отвечающих разным вкусам и запросам покупателей.

Коллекция *Constellation* (Созвездие) имеет расширенное название «Двойной орёл». Это строгие, геометрически выверенные часы-хронометр в корпусе из белого или жёлтого золота, с аналогичным браслетом. Их дизайн кажется несколько «космическим», подчеркнуто утилитарным

и аскетичным. Но яркий блеск металла производит впечатление вызывающей роскоши. Это часы для богатых мужчин, уверенных в себе и готовых всему миру демонстрировать свой успех. Вариант *Quadrella* предлагается деловым женщинам, не лишенным оригинальности и несколько ироничным, готовым сочетать строгость классических линий с яркими цветовыми пятнами.

Коллекции *DeVile Co-Axial* и *Seamaster* можно назвать более сдержанными и классическими. Традиционный круглый корпус, простые и чёткие деления, компактность и функциональность, сочетание ободков и крупных кнопок из белого и жёлтого золота с мягкими кожаными ремешками или массивными металлическими браслетами. Мужские модели более скромные, их украшением является лишь цветной циферблат, иногда с нанесённым фоновым рисунком. Женские модели меньше по размерам, тоньше и изящнее, они украшены драгоценными камнями, хотя и здесь выдержана мера. Классические часы Omega узнаваемы именно нарочитой аристократичной простотой линий, дополненной совершенством

механизма и прославленной точностью хода. Почти все модели обладают помимо основного указателя времени дополнительными дисплеями.

Оригинальное цветовое решение предложено в коллекции *Speedmaster*. Женские модели этой коллекции созданы в привычной форме, но крупные цифры на белом или серебристом циферблате выделены красным или синим цветом (вариант: серебристые цифры на синем фоне). Идеальный круг корпуса подчеркнут тонким рядом бриллиантов, а красный ремешок может составить отличное дополнение к цветовому решению самих часов. В мужских моделях тоже использована игра цвета: тонкие красные линии акцентируют внимание на метках циферблата, а контраст белого и чёрного делает эти часы более «техническими», напоминающими приборную доску самолета.

Надо отметить, что при всем многообразии коллекций 2004 г. фирма Omega твёрдо придерживается вековых традиций и не изменяет своим клиентам. Неслучайно часы этой фирмы давно стали одними из самых желанных и престижных.



Салон «Престиж-2004»

29 сентября этого года в Нижнем Новгороде начала работу II Международная выставка-ярмарка «Салон «Престиж». Организаторами выставки выступили Российская государственная пробирная палата, Волго-Вятская государственная инспекция пробирного надзора, Гильдия ювелиров России, ЗАО «Росювелирэкспо», правительство Нижегородской области и, конечно же, ВЗАО «Нижегородская ярмарка».



Участники форума представили всеобщему вниманию самые разнообразные коллекции ювелирных изделий и часов. На площади в 470 кв. м разместили свои стенды представители различных регионов России. Это и «Алмаз-Холдинг» из Сарова, и «Драгоценности Якутии» (Якутия), и «АСБ «тм «Рифеста», «Эрми «тм «Ринго», «Ювелирный Дом» (Екатеринбург), а также гости из Москвы: «Кадо», «Золотой Дельфин» и ряд других предприятий.

Многие участники высказывали благодарность организаторам выставки. Евгений Белоцерковский, заместитель генерального директора ФГУП «Ювелирное производство «Монарх», подчеркнул при этом масштабность «Салона «Престиж». Александр Платонов, первый заместитель генерального директора ювелирного завода «Адамант», произнося приветственную речь, пожелал всем участникам выставки найти розничных и оптовых покупателей, а гостям выставки — приобрести полюбившиеся изделия по приемлемым ценам!

Программа работы выставки с 29 сентября по 3 октября была весьма насыщенной. Участники форума собрались за «круглым столом», чтобы послушать выступление заместителя управляющего Нижегородским филиалом ЗАО «Номос-Банк» и обсудить проблемы и перспективы развития рынка драгоценных металлов, а также банковских услуг на рынке драгоценных металлов. Компания «Часовая техника» устроила презентацию своей компании для участников экспозиции и клиентов.

Посетителей выставки ожидало множество приятных сюрпризов. Ювелирный завод «Адамант» провёл среди покупателей продукции розыгрыш призов. И организаторы выставки не забыли о своих гостях. Накануне подведения итогов конкурса «Салона «Престиж» было организовано шоу — показ ювелирных изделий.

Хочется пожелать устроителям выставки не останавливаться на достигнутых успехах, динамично развиваться в выбранном направлении и смело реализовывать намеченные на будущее планы.

Региональные особенности деятельности международных ювелирных выставок по продвижению бриллиантов и ювелирных изделий с бриллиантами на мировом рынке

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

В условиях относительной информационной закрытости алмазно-бриллиантового рынка, когда получение объективной информации (вне «алмазного трубопровода») проблематично, анализ его состояния является трудной задачей. Один из способов её решения — подробное изучение механизмов функционирования международных выставок, т. к. они представляют собой модель рынка, в которой присутствуют все его основные субъекты: компании-производители, торговые компании, потребители. Так как системы международных выставок, продвигающих только бриллианты, не существует, мы рассматривали систему международных ювелирных выставок (МЮВ), через которые проходят разные ювелирные изделия, в том числе бриллианты (они чаще всего представлены на МЮВ для специалистов, так называемые «b2b») и ювелирные изделия с бриллиантами (они экспонируются преимущественно на выставках для конечного потребителя, так называемых «b2c» или смешанных МЮВ — «b2b»+«b2c»).

ПОКАЗАТЕЛИ		ЕВРОПА	АЗИЯ	АМЕРИКА	АВСТРАЛИЯ	АФРИКА	ВСЕГО СРЕДН.
Число стран, организующих МЮВ		8	11	4	1	1	25
Число стран — участниц МЮВ в регионе (среднее значение)		26	20	8	5	19	16
Число стран — участниц в МЮВ (max)		50	45	28	5	19	50
Международные ювелирные выставки	Число МЮВ	21	28	23	6 (1)	1	79
	Число экспонентов	24 510	10 131	12 577	62	120	47 400
	Доля иностранных экспонентов (в средн. по региону), %	24	41	13	10	—	22
МЮВ, заявляющие в своей товарной структуре бриллианты и ювелирные изделия с бриллиантами	Число МЮВ	12	9	12 12	1	—	34
	Число экспонентов	1172	1835	3057	13	—	6077
	Доля бриллиантов и ювелирных изделий с бриллиантами в товарной структуре выставки (в средн. по региону), %	10	20,5	28,9	21	—	20,1
МЮВ, заявляющие в своей товарной структуре бриллианты	Число МЮВ	10	9	10 (— 4 не между-ные)	1	—	26
	Число экспонентов	472	997	813	8	—	2290
	Доля бриллиантов в товарной структуре выставки (в среднем по региону), %	4,53	13,4	8,9	13	—	10

Таблица 1. Региональные особенности деятельности международных ювелирных выставок (МЮВ), 2003–2004 гг. Рассчитано автором по (1–44)

Материал, систематизированный представленным образом, можно использовать для оценки степени перспективности региональных ювелирных рынков. В частности, на основе информации о МЮВ были сделаны следующие выводы: приблизительно равное число международных ювелирных выставок в регионах (Европа, Азия, Америка) не должно никого вводить в заблуждение об их равной значимости, т. к. регионы сильно отличаются друг от друга и по численности населения (Европа — более 500 млн. человек, Азия — более 3,5 млрд. человек, Америка — более 800 млн. человек), и по числу стран, в них расположенных (Европа — 40 стран, Азия — 39 стран, Америка — 35 стран). Поэтому на особое место стоит поставить Европу в силу её бесспорного лидерства по числу компаний, представляемых на МЮВ (24 510), несмотря на малую численность населения, проживающего в регионе. Это говорит о высокой степени освоённости и насыщенности ювелирного рынка Европы. Наиболее широко выставочным движением охвачена Азия. Об этом можно судить как исходя из числа стран, на территории которых организуются МЮВ (в регионе данное значение наибольшее — 11), так и из анализа соотношения численности стран, организующих МЮВ, и общей численности государств в регионе. В то же время Латинская Америка практически не вовлечена в выставочное движение, несмотря на относительно высокие душевые показатели ВВП в основных государствах региона (Мексика — 5800 долл., Аргентина — 7700 долл., Чили — 4600 долл., Уругвай — 6000 долл., Венесуэла — 5000 долл. и т. д.). Наиболее активно принимают зарубежных участников

МЮВ Европы. Это явление находит отражение и в среднем числе стран — участниц в МЮВ региона (26), и в максимальном числе стран — участниц МЮВ в регионе (50). В целом, это еще раз подчеркивает высокую степень насыщенности европейского рынка. По приведенным показателям очень близка к Европе Азия (20 и 45 соответственно), однако она значительно (в 2 раза) превосходит Европу по доле иностранных компаний в региональной структуре выставок (41%), что подчеркивает высокую значимость азиатского рынка для ювелиров мира, а главное его перспективность. В то же время рынок Америки (как Северной, так и Латинской) выглядит менее насыщенным, а значит, более перспективным.

МЮВ являются частью маркетинговой стратегии для большинства ювелирных и гранильных предприятий по продвижению ювелирных изделий с бриллиантами и бриллиантов на мировом рынке. В связи с этим обращает на себя внимание тот факт, что самое большое число МЮВ, экспонирующих ювелирные изделия с бриллиантами и бриллианты, находится на территории государств Европы. Данная ситуация определяется историческими причинами, связанными с развитием мировой экономики в целом. Однако здесь очень низка доля бриллиантов (4,5%) и ювелирных изделий с бриллиантами (10%) в товарной структуре МЮВ. Это еще раз подчеркивает развитость, насыщенность, стабильность европейского рынка, в условиях которой тезаврационные свойства драгоценных металлов и камней мало востребованы. В то же время наибольшая доля бриллиантов (13,4%) характерна для товарной структуры

МЮВ Азии, рынок которой наиболее активно осваивается гранильными предприятиями (именно для этого региона характерен наиболее высокий показатель числа компаний, экспонирующих бриллианты, — 997). МЮВ Америки в рассматриваемом смысле — лидеры по продвижению ювелирных изделий с бриллиантами (именно для МЮВ этого региона свойственна наибольшая доля ювелирных изделий с бриллиантами в товарной структуре выставок).

Состояние и значимость региональных ювелирных рынков для продвижения бриллиантов и ювелирных изделий с бриллиантами определяется многими историческими и экономическими причинами. Во-первых, это цикл жизни изучаемых товаров, он практически не имеет границ, что влияет на степень насыщения рынка (на этот же показатель работает демографическая ситуация в стране: чем выше доля лиц старше трудоспособного возраста на данной территории — так называемое «старение нации», тем более высокую степень насыщения рынка мы сможем наблюдать); во-вторых, уровень заработной платы, что влияет на себестоимость произведенного товара; в-третьих, уровень доходов населения (для его определения чаще всего используется показатель ВВП на душу населения по паритету покупательской способности национальной валюты) и в целом его численность, формирующие покупательскую способность; в-четвертых, наличие или отсутствие на изучаемой территории финансовых механизмов, стимулирующих потребление населения (например, кредитная система). Таким образом, Европа — это насыщенный

рынок и бриллиантами, и ювелирными изделиями с бриллиантами в силу давности своего существования, высокой покупательской способности населения, негативной демографической ситуации, а значит, малоперспективный (особенно если учесть сокращение потребления в большинстве европейских стран, вошедших в валютный союз ЕС). Для размещения гранильных производств он также непривлекателен в силу высокой себестоимости производимого продукта. Региональный рынок Азии интересен и для производителей бриллиантов и ювелирных изделий с бриллиантами в силу низкой стоимости труда и высокого его качества, и для потребителей (большая численность населения; благоприятная демографическая ситуация, связанная с высоким уровнем естественного прироста населения; появление целого ряда государств с высокими душевыми показателями ВВП: Кувейт — 9000 долл., Оман — 8000 долл., Катар — 27 000 долл., Саудовская Аравия — 8000 долл., Сингапур — 23 000 долл., Гонконг — 23 000 долл., Япония — 37 000 долл., Корея — 9000 долл. и т. д.). Поэтому его вполне можно считать перспективным (особенно в производственной части — не даром наиболее активными компаниями, продвигающими бриллианты через систему МЮВ, являются компании стран Азии). Региональный рынок Америки интересен своей ёмкостью (численность населения Северной Америки — более 300 млн. человек, ВВП на душу населения — более 30 000 долл., наличие хорошо отработанной системы кредитования) и ненасыщенностью, т. к. длительность его существования невелика, да и демографическая ситуация (естественный прирост составляет более 6%) препятствует данному процессу. Поэтому наиболее привлекательными здесь являются потребительские свойства рынка. В результате можно сказать, что анализ деятельности международных выставок по продвижению бриллиантов и ювелирных изделий с бриллиантами на мировом рынке позволил нам сделать предварительную экспертную оценку региональных ювелирных рынков. При этом были выявлены основные свойства каждого из них (американский рынок — потребительские и потенциально производственные (Латинская Америка) свойства, азиатский рынок — производственные и потенциально потребительские («Новые индустриальные» и «Псевдоразвитые страны») свойства, европейский рынок — стабильность и высокая степень насыщенности. ■

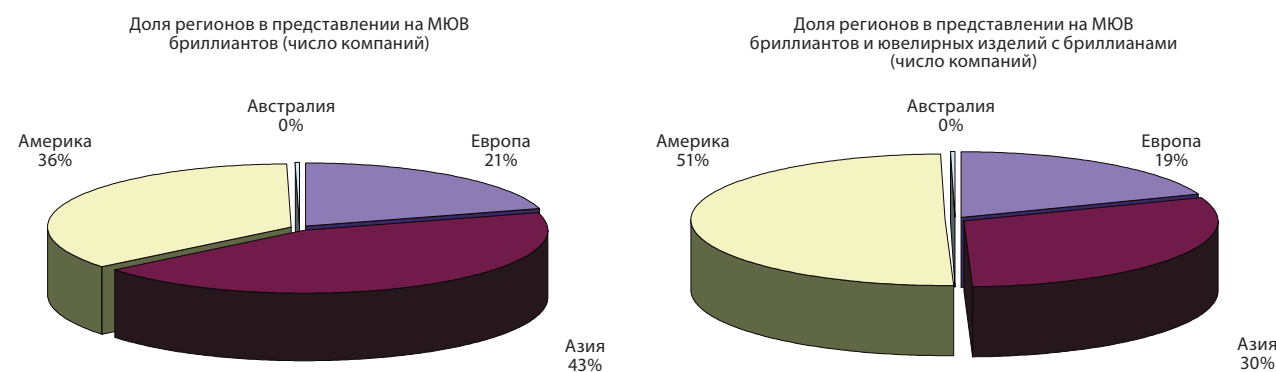


Рис. 1. Значимость регионов в продвижении бриллиантов и ювелирных изделий с бриллиантами через систему международных ювелирных выставок. Рассчитано автором по (1–44)

СТАНДАРТ С

ЮВЕЛИРНЫЙ ИНСТРУМЕНТ И ОБОРУДОВАНИЕ
ОПТОВАЯ И РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ

195176, Россия, Санкт-Петербург,
ул. Колокольная, д. 9, оф. 13
Тел./факс: (812) 112-5654, standart-s@inbox.ru



поставки на Украине: ЮВЕЛИРСЕРВИС, т./ф.: +38 (06264) 7-12-28, 5-73-68
E-mail: jewellerservice@krm.net.ua

Westpack A/S exclusively represented in Russia by LIKIN Ltd.
095+ 458 89 63 E-mail: likin@rinet.ru www.rinet.ru/~likin

Photo: Pixels Design by Л. К.

Вторая международная выставка ювелирных изделий “AMBER TRIP 2005”

11-14 марта
Литва, Вильнюс

Анализ рынка

Обзор ювелирного рынка России за 2003 год

www.effko.ru

Данный обзор ювелирного рынка России подготовлен компанией «Эффко». В обзоре использованы статистические данные государственных органов России — Госкомстата РФ, ГТК РФ и Пробирной палаты РФ, а также данные маркетинговых исследований, проведенных компанией «Эффко» (www.effko.ru).

1. Социально-экономические индикаторы уровня жизни населения

По данным Госкомстата денежные доходы населения страны в 2003 году составили 8 770 777 млн. руб., что на 28,7% выше показателей предыдущего года. Денежные расходы населения России за 2003 год выросли на 27,4% и составили 8 529 560 млн. руб.

Превышение денежных доходов населения над расходами в 2003 году составило 241 217 млн. руб. — более чем в 2 раза по сравнению с 2002 годом.

Также стоит отметить, что в структуре денежных расходов населения России показатель «покупка товаров и услуг населения» увеличился в 2003 году по сравнению с предыдущим годом на 1 090 135 млн. руб. (21,9%).

В 2003 году среднедушевые доходы населения увеличились на 30% за месяц и составили 5142 руб., численность населения с доходом ниже линии прожиточного минимума также сократилась на 5,4 млн. человек.

2. Производство ювелирных изделий в Российской Федерации

По данным Госкомстата РФ за год объем промышленного производства продукции (работ, услуг) вырос на 23,7% и составил в 2003 году 8498 млрд. рублей. В том числе

производство ювелирной продукции выросло на 51,8% и достигло отметки 7002 млн. руб. Из них изделий из золота произведено за год на 5230 млн. рублей, что на 52,7% больше по сравнению с 2002 годом, а остальные 766,8 млн. рублей принесло производство ювелирных изделий с применением золота и серебра.

3. Розничная продажа ювелирных изделий в Российской Федерации

Оборот розничной торговли в целом по стране в 2003 году составил 4515 млрд. руб., что в товарной массе на 20% больше, чем в 2002 году. В том числе за счёт продажи ювелирных изделий этот оборот вырос на 3,87 млрд. рублей. Причём этот рост в 2003 году составил 117,8% по сравнению с 2002 годом.

Анализируя полученные данные, можно заметить, что объёмы продаж в 2003 году превышают производство ювелирных изделий почти в 3 раза.

4. Производство ювелирных изделий по отдельным группам

Все объёмы производства ювелирных изделий могут дифференцироваться по следующим группам:

Группы	2002	2003	Прирост в %
Изделия с бриллиантами, тыс. шт.	246,1	291,6	18
Изделия со вставками корунда и полудрагоценными камнями, тыс. шт.	740,1	769,5	4
Изделия без камня (серьги, подвески, кольца), тыс. шт.	2350	4528	92,7
Цепи из золота и серебра, тыс. шт.	1279	1885	47
Кольца обручальные, тыс. шт.	418,7	450,5	7,6

Таблица 1. Производство ювелирных изделий по отдельным группам

Из табл. 1 видно, что заметно увеличилось производство изделий без камня (серьги, подвески, кольца) — на 92,7% (почти в 2 раза), а также производство цепей из золота и серебра — на 47%. Иная ситуация с изделиями со вставками корунда, полудрагоценными камнями и с обручальными кольцами — производство их выросло всего на 4% и 7,6% соответственно.

5. Количество и масса апробированных и заклеянных ювелирных изделий в России

Пробирная палата в 2003 году апробировала и заклеяла ювелирных изделий из золота всего 22 млн. 90 тыс. шт. общей массой 55,72 т против 17 млн. 63 тыс. шт. общей массой 42,7 т в 2002 году. В том числе в 2003 году было апробировано и заклеяно ювелирных изделий иностранного производства из золота 192 тыс. шт. (182% к уровню 2002 г.) общей массой 950 кг против 105 тыс. шт. в 2002 году.

Общее количество апробированных и заклеянных изделий из серебра в 2003 году составило 16,507 млн. шт. общей массой 87,6 т (на 35,4% больше, чем в 2002 году), иностранного производства — 2,856 млн. шт. общей массой 17,8 т (на 72% больше, чем в 2002 году).

В 2003 году государственными инспекциями Пробирной палаты апробировано и заклеяно 29 тыс. 398 ювелирных изделий из платины общей массой 160,737 кг против 19 тыс. 56 штук общей массой 109,3 кг в 2002 году.

Кроме того, ювелирных изделий из палладия апробировали и заклеяли в 2003 году на 386,6% больше, чем в 2002 году — 4 тыс. 365 шт. общей массой 22,97 кг против 897 штук общей массой 6,11 кг.

Tel.: +370 5 260 84 95,
Fax: +370 5 260 84 97,
e-mail: info@ambertrip.com
www.ambertrip.com

Окно
на Запад

25-29
НОЯБРЯ

ПРИГЛАШАЕМ К УЧАСТИЮ!

ЮВЕЛИР ЭКСПО УКРАИНА 2004 (ОСЕНЬ)

УНИ МЕЖДУНАРОДНАЯ
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ
ВЫСТАВКА ЮВЕЛИРНЫХ
ИЗДЕЛИЙ, ДРАГОЦЕННЫХ
УКРАШЕНИЙ
И АКСЕССУАРОВ



Место проведения - ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР

КИЕВ ЭКСПО ПЛАЗА

г. Киев, ул. Салютная 2-6, www.exporplaza.kiev.ua



ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ОРГАНИЗАТОР:
АО "КИЕВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
КОНТРАКТОВАЯ ЯРМАРКА"

Информационные партнеры:



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

Группы		2002	2003	Прирост в %	
Изделия из золота	всего	кол-во, млн. шт.	17,63	22,09	25,3
		масса, т	42,7	55,72	30,5
	в т. ч. импорт	кол-во, млн. шт.	0,105	0,192	82,9
		масса, т	0,59	0,95	61
Изделия из серебра	всего	кол-во, млн. шт.	12,19	16,507	35,4
		масса, т	60,37	87,6	45
	в т. ч. импорт	кол-во, млн. шт.	1,66	2,856	72
		масса, т	10,09	17,8	76,4
Изделия из платины	всего	кол-во, тыс. шт.	19,56	29,398	50,3
		масса, кг	109,3	160,737	47
Изделия из палладия	всего	кол-во, тыс. шт.	0,897	4,365	386,6
		масса, кг	6,11	22,97	275,9

Таблица 2. Количество и масса ювелирных изделий, апробированных и заклеимённых в 2003 году

По данным Государственной пробирной палаты количество зарегистрированных именников в 2003 году выросло на 10% и составило 3878 по сравнению с 2002 годом. В России в 2003 году было зарегистрировано 1137 предприятий и 2751 индивидуальных предпринимателей, их рост по сравнению с 2002 годом составил 10,9% и 10,3% соответственно.

6. Экспорт и импорт ювелирных изделий в Российской Федерации

Показатель торговой активности на российском ювелирном рынке продолжает рас-

ти. Экспорт ювелирных изделий из России вырос на 9% и составляет \$5191,4 млн. по сравнению с 2002 годом (\$4759,9 млн.). Импорт в Россию составил \$68,8 млн., что на 72,4% больше, чем в 2002 году.

В частности, экспорт в страны дальнего зарубежья из России вырос на 9% (\$5169,8 млн.), а импорт — на 78,6% (\$65,2 млн.) по сравнению с 2002 годом.

Экспорт в страны СНГ в 2003 году составил \$21,6 млн. (вырос на 15,5%), импорт в Россию — \$3,6 млн. (вырос всего на 5,9% по сравнению с 2002 годом) [табл. 3, 4, 5].

Закключение

В заключение можно сказать, что ситуация на рынке ювелирных изделий за год значительно изменилась. Рост объёмов производства в ювелирной отрасли превзошёл остальные отрасли и составил 51,8% за отчётный период. При этом производство изделий из золота выросло на 52,7%, а изделий с применением золота и серебра — всего на 34,2%. В отличие от производства, темпы роста продаж ювелирных изделий значительно отстают от роста их производства (почти в 3 раза). Рост продаж составил 18% за год.

Производство изделий с бриллиантами выросло на 18% в отчетном периоде. Заметно увеличилось производство изделий без камня, рост составил 92,7%, а также производство цепей из золота и серебра — на 47%. А вот объёмы производства изделий со вставками корунда и полудрагоценных камней, а также производство обручальных колец выросли незначительно. Их рост составил всего 4% и 7,6% соответственно.

Следует заметить, что экспорт ювелирных изделий из России вырос на 9% и составил в 2003 году 5191,4 млн., импорт же в Россию вырос на 72,4% и по данным за 2003 год составляет \$68,8 млн.

Группы	Экспорт			Импорт		
	2002	2003	в % к 2002 г.	2002	2003	в % к 2002 г.
	стоимость	стоимость		стоимость	стоимость	
Драгоценные камни, драгоценные металлы и изделия из них (млн. долларов США)	4759,8	5191,4	9	39,9	68,8	72,4

Таблица 3. Экспорт и импорт драгоценных камней, драгоценных металлов и изделий из них (страны дальнего зарубежья, включая страны СНГ)

Группы	Экспорт			Импорт		
	2002	2003	в % к 2002 г.	2002	2003	в % к 2002 г.
	стоимость	стоимость		стоимость	стоимость	
Драгоценные камни, драгоценные металлы и изделия из них (млн. долларов США)	4741,1	5169,8	9	36,5	65,2	78,6

Таблица 4. Экспорт и импорт драгоценных камней, драгоценных металлов и изделий из них (страны дальнего зарубежья)

Группы	Экспорт			Импорт		
	2002	2003	в % к 2002 г.	2002	2003	в % к 2002 г.
	стоимость	стоимость		стоимость	стоимость	
Драгоценные камни, драгоценные металлы и изделия из них (млн. долларов США)	18,7	21,6	15,5	3,4	3,6	5,9

Таблица 5. Экспорт и импорт драгоценных камней, драгоценных металлов и изделий из них (страны СНГ, без учета взаимной торговли с Белоруссией)

Акция

Суперакция

Ювелирная фирма «Обручальные кольца» учреждает систему накопительных призов для оптовых покупателей. При покупке наших изделий на сумму более 200 тысяч рублей вы получаете сертификат на предъявителя. Сертификат гарантирует бесплатное проживание в течение одних суток в г. Праге, в апартаментах нашего отеля «Villa Nika».

Если вы собрали не менее 7 сертификатов, дополнительный приз — бесплатный перелёт Санкт-Петербург — Прага и обратно и посещение одного из ведущих ювелирных заводов Чехии «Primossa».

Работая с нами, вы получаете не только материальную выгоду, но и возможность совершить незабываемую поездку в красивейший город Европы.

БАСК-КРИН
Санкт-Петербург

ДИВА

PRIMOSSA



Elite Villa
«Nika»

АКЦИЯ

ДИВА

Обручальные кольца «Primossa».

Более 300 видов огранки.

Немецкие технологии.

Ювелирная фабрика «Баск-Крин»,

Санкт-Петербург.

От 310 рублей за грамм.



БАСК-КРИН
Санкт-Петербург

PRIMOSSA

Заказы принимаются по
тел./факсу (812)186-08-00
www.obruch.spb.ru diva@mail.wplus.net

Секреты торговли

Мерчандайзинг

Чумичева О. В.

В прошлом номере журнала мы начали разговор об основных особенностях мерчандайзинга в ювелирной отрасли. Речь шла о планировании мерчандайзинга, оформлении магазина, выборе витрин. Однако это ещё не все составляющие сложного искусства выгодного представления товара и формирования у клиентов желания покупать.

Расположение магазина в городе

Место магазина в городской среде является одной из важнейших составляющих мерчандайзинга. С одной стороны, выбор места напрямую связан с установлением целевых групп покупателей: очевидно, что дорогой бутик на центральной улице города привлекает внимание амбициозного, уверенного в себе клиента, который желает найти эксклюзивное, статусное изделие, а огромный фирменный или мультибрендовый магазин с демократическим ассортиментом товаров, расположенный в крупном и популярном торговом центре или на «бойком», но не самом престижном месте, окажется притягательным для широкой аудитории, но вряд ли заинтересует очень богатого потребителя. Таким образом, ассортимент и расположение магазина представляют собой условия одной задачи. С другой стороны, выбор места предполагает мониторинг конкурентной среды — причём не только на этапе создания магазина, но и в процессе его функционирования. Можно пойти на риск и разместить свою торговую точку среди множества подобных. Это гарантирует значительный приток покупателей, интересующихся одной группой товаров, но ужесточает требования к качеству оформления, работы персонала, оригинальности

ассортимента, гибкой ценовой политике и прочим компонентам мерчандайзинга. Ведь в плотном кольце конкурентов вы не должны потеряться. Можно выбрать иной путь: разместить магазин там, где нет подобных ему. В таком случае необходимо уделить особое внимание привлечению посетителей. Необходимо сосредоточить усилия на оформлении витрин и входа, распространении флайерсов и рекламы, продумать другие средства, которые информируют потенциальных клиентов о самом факте существования магазина. При этом важно учитывать особенности района: доминирующий социальный слой населения, график активности и т. п. Поскольку мы говорим о ювелирных изделиях, следует признать, что в спальных районах едва ли может быть много дорогих торговых точек. Люди спешат с работы домой, думают о приобретении продовольственных товаров, насущных повседневных вещах. Они не готовы тратить время и деньги на красивые изделия, на роскошь. Для массовых товаров удачным местом является район крупного торгового центра, квартал возле станций метрополитена, транспортных развязок — традиционные места, куда люди приходят с деньгами и желанием порадовать себя и своих близких. Для эксклюзивных товаров подходят, как пра-

вило, престижные улицы (желательно с удобными парковками), места расположения дорогих бутиков, магазинов фирменной одежды и аксессуаров, знаменитые в городе торговые центры, заслужившие право называться «лучшими» — в таком случае эксклюзивные изделия могут быть представлены в небольшом специализированном (часто монобрендовом) отделе.

Наружный дизайн

Когда место выбрано, следует в соответствии с ним продумать наружный дизайн магазина: территория перед магазином, фасад, вывеска, оформление окон-витрин и входа.

Если расположение магазина позволяет обустроить особым образом участок перед входом, это сразу же задаёт нужный настрой и вызывает желание заглянуть внутрь. Элементами такого оформления могут стать деревья (в том числе и небольшие, декоративные, высаженные в горшках), скульптуры или фигурные решётки. Если магазин имеет возможность организовать современную парковку, он неизменно выигрывает очки в конкурентной борьбе. Но и в случае затеснённого пространства центра города нельзя игнорировать такие элементы наружного дизайна, как отремонтированный фасад, удобные ступеньки и прочие составляющие respectable здания.

Даже если речь идёт об отделе в крупном торговом центре, наружный дизайн присутствует. Это общая вывеска и «рама», выделяющая вашу точку среди других. (Естественно, в крупном центре существуют и универсальные стилевые требования, в которые надо вписаться, но это не отменяет индивидуальности и специфики товара.) Прохожего — намеревался он зайти в магазин или нет — привлекает, в зависимости от психологического типа человека, либо общее ощущение яркой, манящей «картинки» (цветового или светового пятна, атмосферы изыска или роскоши), либо конкретная деталь. В идеале наружный дизайн должен учитывать оба варианта восприятия: и целостный, и

фрагментарный. Здесь имеет значение не только цвет и подсветка, но и наличие выразительных «деталей».

Исходя из целевой аудитории и характера ассортимента, надо выбрать стиль оформления. Наружный дизайн должен на подсознательном уровне информировать о том, на кого рассчитан магазин. Скромный экстерьер не привлечёт внимания богатого клиента, проезжающего мимо на высокой скорости (или даже стоящего в пробке перед вашим магазином), но разочарует массового потребителя, если внутри предстанут роскошные витрины со сказочными изделиями и фантастическими ценами. Наружный дизайн не только отражает ценовой уровень и уровень массовости/эксклюзивности, но зачастую и тип товаров. Если вы ориентируетесь на молодёжь и предлагаете авангардный ассортимент, вывеска и витрины должны быть исполнены в ультрасовременном, броском стиле, «хай-теке». Национальный стиль шрифтов и декоративных элементов (русский, восточный, любой другой) подойдёт для специализированного магазина, рассчитанного на любителей экзотики. Причём не надо понимать это буквально. Например, нарочито русский стиль наружного дизайна может удачно сочетаться с традиционным «советским» ассортиментом, который по-прежнему любят наши массовые покупательницы, особенно среднего и старшего возраста. А фантазийно-восточные витрины могут заинтересовать поклонников некоторых авангардных течений.

Однако есть несколько «обязательных элементов» наружного дизайна. Вывеска не должна теряться на фоне здания, но не должна быть и слишком крупной или «дикой». Ювелирные изделия — даже самые смелые — не ассоциируются с безвкусицей и скандалом. Требования безопасности сегодня не противоречат желанию иметь стеклянные двери или большие окна-витрины. Наличие надёжных металлических ставень, армированного стекла и эффективной сигнализации делают возможным воздушное, прозрачное решение экстерьера. Но остаётся другая сложная проблема. Маленькие ювелирные изделия не выставишь в окне, как это делают

в бутиках модной одежды или автосалонах. Впрочем, есть несколько проверенных способов.

Во-первых, вы можете воспользоваться рекламными фотографиями изделий (крупного формата) или моделей в этих изделиях. Что лучше: сами изделия на снимках или девушки и юноши, их демонстрирующие? Это вопрос индивидуального вкуса, но в целом сочетание прелестного лица, изящной руки и красивой ювелирной вещи производит более сильное впечатление. Если речь идёт о фирменном магазине, стоит продумать и то, каким должно быть лицо вашей фирмы, насколько оно отражает специфику ваших товаров и соответствует вкусам потенциальных клиентов. Существует вариант, когда фотографии — цветные или чёрно-белые — становятся главным элементом оформления витрин. Особенно это подходит для небольших окон в старых зданиях или для отделов в торговых центрах, когда пространство ограничено.

Во-вторых, дизайн окна-витрины может быть решён вообще без конкретных изделий. Это может быть драпировка из тканей в сочетании с символическими фигурами или предметами, ассоциирующимися с роскошью и красотой: антикварные изделия, стекло с подсветкой, напоминающее кристаллические формы, и т. п. Тут всё зависит от фантазии и таланта дизайнера. Но не надо забывать: потенциальный покупатель должен сразу понять, что именно продают в данном магазине, поэтому не стоит улетать творческой мыслью слишком далеко от темы.

В-третьих, традиционным решением окна-витрины являются композиции с включением ювелирных изделий: дерево, усыпанное подвесками, манекен (фигура, бюст, рука) с изделиями, изобильно покрывающими его или расположенными элегантно и акцентированно (за счёт цвета фона, направления светового луча), стол или небольшой декоративный комод, на котором (или в приоткрытых ящиках которого) видны особые ювелирные изделия. Это не отменяет драпировок фона, общего стиля (манекен может быть просто одноцветным или «одетым» в ткань, украшенным эффектной шляпой...).

И, конечно же, если вы открываете сеть магазинов в разных районах города, надо не только применять одинаковые вывески, но и придерживаться одного стиля наружного дизайна — впрочем, не обязательно делать все магазины полностью идентичными. Допустимы оба варианта: и точное копирование одного оформления для любого центра одной сети, и вариации в рамках заданного стиля с сохранением ключевых элементов.

Дополнительным элементом наружного дизайна могут быть установленные на улице перед магазином, на выходе из метро или на перекрёстке рекламные щиты, привлекающие внимание прохожих. Как правило, это полезно для новых магазинов, для торговых точек в оживлённых кварталах, а также для центров, ориентированных на массового покупателя, способного на импульсивную покупку. Для эксклюзивных салонов такой вариант вряд ли окажется эффективным. Он может даже отпугнуть взыскательного клиента.

Рекламная информация внутри магазина

Посетитель магазина должен получать адекватную и свежую информацию о предлагаемых товарах и услугах. Это могут быть листовки, представляющие новые товары, рассказывающие о конкретных брендах, а также о дисконтах и акциях вашего магазина, буклеты с информацией о правилах клеймения, соответствии проб, стандартах качества бриллиантов, описанием драгоценных камней. Особым успехом у посетительниц ювелирных магазинов пользуются астрологические буклеты с соответствующей классификацией камней. Персонал магазина должен привлекать внимание покупателей к этим материалам, рекомендовать им те или иные издания. Однако здесь следует быть тактичным. Можно организовать специальную выкладку в одной из витрин, акцентировать на ней внимание покупателей. Таким образом можно представлять изделия конкретной фирмы (естественно, что следует установить рядом крупный, хорошо читаемый логотип), новый товар или специальные изделия, связанные с событием (Рождеством, Днём св. Валентина, 8 Марта и пр.). К празднику можно

НОВАЯ КОЛЛЕКЦИЯ ОТ ЮВЕЛИРНОЙ КОМПАНИИ «АКИМОВ»



АКИМОВ

Ювелирная компания «АКИМОВ»
Россия, 199106, Санкт-Петербург,
Шкиперский проток д. 19
Тел./факс: (812) 356-94-53,
e-mail: akimov@comset.net

«СПАС НЕРУКОТВОРНЫЙ. АНГЕЛ-ХРАНИТЕЛЬ» крест православный (арт. 101.017)



«РАСПЯТИЕ. АРХАНГЕЛ МИХАИЛ» крест православный (артикул 101.004)



«ДЕИСУС. БОЖΙΑ МАТЕРЬ НИКОПЕЯ» крест православный (артикул 101.019)



«БОЖΙΑ МАТЕРЬ ТИХВИНСКАЯ» образок (артикул 102.012)

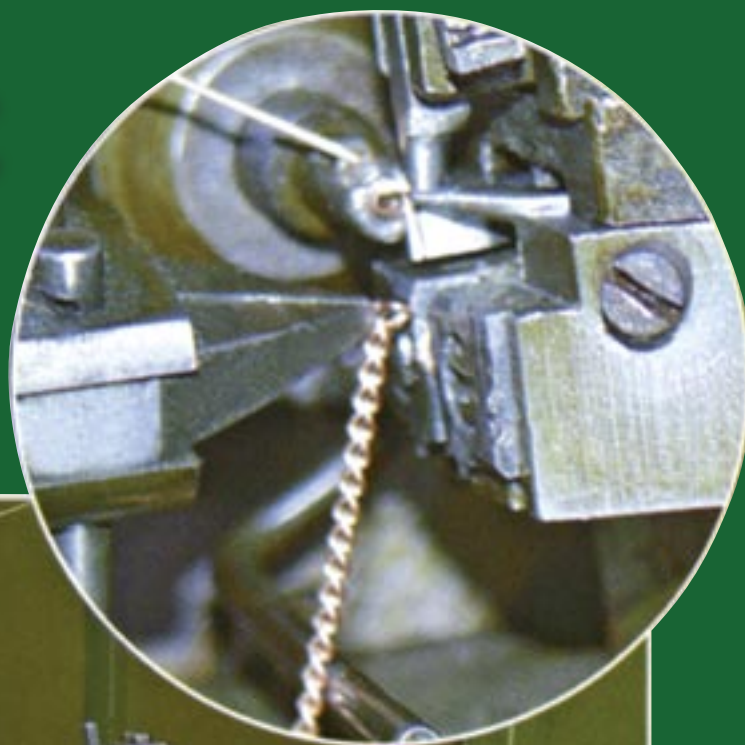




РАМЗЕС

ЮВЕЛИРНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ

СОБСТВЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО ЦЕПЕЙ



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

ТРАДИЦИИ,
КАЧЕСТВО

организовать розыгрыш призов. С другой стороны, необходимо учитывать интересы и психологические особенности конкретного клиента и предлагать ему соответствующую информацию. Если посетитель проявляет интерес к продукции одной фирмы, можно обратить его внимание на другие предложения того же производителя. Если потенциальный покупатель не уверен в выборе, ему можно показать рекламные буклеты, предоставить информацию о камнях, материалах или фирмах-производителях. Наконец, листовки о предстоящих розыгрышах призов и специальных акциях должны лежать на видном месте, поскольку покупатели часто сами заинтересованы в знакомстве с ними.

Персонал магазина

Нет нужды говорить общие слова о квалификации работников торгового зала, умениях соблюдать требования безопасности при работе с драгоценными изделиями и пр. Однако большое значение имеет и внешний вид продавцов. Сегодня широко распростра-

нена форма для работников торгового зала, в некоторых салонах продавцы ювелирных изделий работают в перчатках, обычным является традиция не носить крупные, бросающиеся в глаза ювелирные изделия во время работы, чтобы не отвлекать и не раздражать покупателей. Поскольку речь идёт о продаже очень маленьких вещей, внимание потенциального покупателя должно быть умело направлено на сам товар, а не в сторону. Однако существуют и исключения. При работе на выставке, в атмосфере большого эмоционального возбуждения, праздника, сотрудники, обслуживающие посетителей, могут специально надевать изделия фирмы, которую они представляют. Обычно выбирают самые крупные и эффектные украшения, отлично сочетающиеся с обликом самой продавщицы. Это играет роль дополнительной ненавязчивой рекламы. Можно даже «уступить свою вещь», особенно понравившуюся покупателю, но якобы на данный момент отсутствующую в продаже. Такой психологический приём стимулирует желание приобрести порой очень дорогие вещи.

Сотруднику ювелирного магазина приходится работать индивидуально с каждым клиентом, поэтому необходима особая психологическая подготовка: умение оценить, насколько клиент готов к импульсивной покупке, сколько он или она готовы потратить, что именно нравится (соответственно, на какие ещё товары следует обратить взгляд клиента). Умение вступить в контакт, сделать естественный и честный комплимент, создать повышенный эмоциональный тон, способствующий покупке предмета роскоши, способность вовремя и тактично порекомендовать новые услуги — всё это в ювелирной торговле важнее, чем во многих других отраслях.

В статье использованы следующие материалы: монография Kunz G.I. Merchandising: Theory, Principles and Practice. New York: Fairchild Books; информация, размещённая в Интернете на сайте: thomsonlearning.com.uk

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

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

ТЗК

- обручальные кольца: гладкие, бухтированные, с надписями, тройные, вращающиеся, с алмазной гранью, с накладками и драгоценными камнями.
- серьги «Конго»: гладкие с алмазной гранью
- литьевые изделия с искусственными, натуральными и драгоценными камнями.
- работа на давальческом сырье

Тверское
Золотое Княжество
170000, Россия,
Тверь, Тверская пл., 9
т./ф.: (0822) 553252,
560840

БРИЛЛАНС

фианиты,
синтетические
и натуральные
камни,
жемчуг

Тел./факс: (812) 449-77-92, (812) 449-77-93
Санкт-Петербург, ул. Яблочкова, д. 12, лит. «Ц»
Деловой Центр (напротив Профиной Инспекции)
e-mail: chief@brilliance.ru, http://www.brilliance.ru
Филиал в Ростове-на-Дону: (8632) 91-32-32, 32-30-21
пр. Буденновский, 93, оф. 405

Предлагаем новую услугу:
«ФИАНИТПОСЫЛТОРГ»
Закажите наш бесплатный
каталог с доставкой
товаров наложенным
платежом по почте

СОЗВЕЗДИЕ САЛОНОВ
в САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

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

МВК «КАЗЭКСПО»
приглашает Вас принять участие
в рождественской
ювелирной выставке
«Ару-Астана»
10-12 декабря 2004 года
в столице Казахстана г. Астане.

По вопросам участия просим обращаться
в МВК «КАЗЭКСПО»:
Тел./факс: +7 (3272) 50 75 19, 72 95 31, 61 02 97
E-mail: kazexpo@netel.kz

До встречи в Астане!

KAZEXPO IEC is pleased to invite You
to take part in the Christmas Jewellery
Fair «Aru-Astana-2004», which will be
held in December 10-12, 2004 in the
capital of Kazakhstan Astana city.

Please, contact to KAZEXPO IEC:
Tel/fax: +7 (3272) 50 75 19, 72 95 31, 61 02 97
E-mail: kazexpo@netel.kz

See You in Astana!

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА
«САМОЦВЕТЫ И АЛМАЗЫ РОССИИ»
проводится при поддержке Комитета
Совета Федерации по природным
ресурсам и охране окружающей среды

26–29 апреля, Россия, Москва, ГАО ВВЦ,
павильон № 69

ОРГАНИЗАТОРЫ
Министерство природных ресурсов Российской Федерации,
Всероссийский научно-исследовательский институт синтеза
минерального сырья, ЗАО «ВК ВВЦ «Промышленность и стро-
ительство»

ТЕМАТИЧЕСКИЕ РАЗДЕЛЫ ВЫСТАВКИ

- Рынок алмазов, камнесамоцветного, поделочного и декоративно-облицовочного камня.
- Оборудование и алмазный инструмент для обработки алмазов и природного камня.
- Рынок драгоценных камней в сети интернет: состояние и перспективы.
- Ювелирные изделия.

В рамках выставки пройдет научно-практическая конференция по следующим направлениям: «Российский рынок драгоценных камней» и «Драгоценные камни и современная мода»

УСТРОИТЕЛЬ ВЫСТАВКИ — ЗАО ВК ВВЦ
«ПРОМЫШЛЕННОСТЬ И СТРОИТЕЛЬСТВО»:
Тел./факс (095) 181-41-60, 181-97-86, 181-98-15
E-mail: bild@bk.ru, expobroker@mtu-net.ru, www.vkps.ru

Проекты

«Золотая молодёжь» России

С 1 сентября 2004 г. в Екатеринбурге введена в действие программа «Золотая молодёжь России». Этот проект не ориентирован на сиюминутные результаты, он направлен в будущее. Профессионалы отрасли справедливо полагают, что через несколько лет русская ювелирная школа перейдёт в руки тех, кто сегодня ещё только сидит за партами. И о перспективах ювелирного будущего следует задуматься именно сейчас.

Чтобы не утратить и приумножить славу российских ювелиров, сохранить вековые традиции и создать новые, необходимо объединить усилия преподавателей, мастеров-ювелиров и предпринимателей.

Сегодня отраслевой рынок открыл свои границы, что привело к заметному усилению конкуренции. В столь жёстких условиях необходимы профессионалы, полностью владеющие навыками, знаниями и передовыми технологиями производства ювелирных изделий.

Акционеры и руководство компании «Рута» предприняли ряд шагов, направленных на поддержку средних и высших учебных заведений России, выпускающих специалистов ювелирных специальностей.

Программа «Золотая молодёжь России» включает в себя несколько направлений. В первую очередь, это оказание методической и консультационной помощи в разработке программ по специальным дисциплинам; участие специалистов компании в учебном процессе по технологиям производства; проведение семинаров, «круглых столов», практических занятий со студентами; помощь в обеспечении учебной литературой, каталогами, специализированными периодическими изданиями. Кроме того, предполагается спонсорское обеспечение учебных заведений расходными материалами; материальная поддержка одарённых студентов; помощь в организации производственных практик

для студентов и, что немаловажно, помощь в трудоустройстве выпускников.

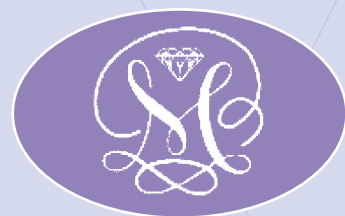
Ещё одним шагом в выполнении столь значительной программы является предоставление компанией «Рута» для всех студентов и учащихся, обучающихся в учебных заведениях по специальности «Ювелир», специальных цен со скидкой 20%, которые действуют при покупке за наличный расчет ювелирного инструмента, оборудования, вставок из синтетических и полудрагоценных камней. Чтобы приобрести эти товары по специальной цене в любом офисе или магазине компании, необходимо будет лишь предъявить действующий студенческий билет.

Кроме того, всем училищам, колледжам и вузам России, выпускающим специалистов данного профиля, выдаётся золотая дисконтная карта, дающая право на покупку любых товаров из всего ассортимента компании со скидкой 15%.



House of Manilals

Приглашение к совершенству
с 1891 г.



Предложение по оптовым партиям
бриллиантов от 0,1 до 20 карат, включая
сертифицированные камни.

Большой выбор бриллиантов всех
размеров, форм, огранки и цветов.

Богатые коллекции ювелирных
изделий из Бангкока и Италии.

Если вы любите женщину,
подарите ей розу.

Если вы хотите, чтобы женщина
полюбила вас, подарите ей бриллиант.



У нас есть представительства
в Нью-Йорке, Антверпене, Мумбаи (Бомбее),
Бангкоке, Гонконге и в Испании.

МОДЕРН ДАИМОНД ДЖУЭЛРИ (ЛЛС)

Уриш Чхаджет

Тел.: + 971-4-2250319/2260781, Факс: + 971-4-2259498

Международный сотовый тел.:

+ 971-50-6546091/+971-50-6762417

Центр Золота, 103, 4-й этаж

Зона 4, Золотой Рынок, Дейра, Дубаи.

www.gallery-st.com

закажите на сайте и получите в вашем городе



ювелирный инструмент



расходные материалы



весы



геммологическое оборудование



упаковка



подарочный ассортимент

Москва, Вадковский пер., 18а, т.: (095) 771-01-10, 973-3920/-89, 741-2340
Санкт-Петербург, ул. Подковырова, 20, т.: (812) 230-2940/-5990
Киев, +7 10 38 (067) 500-5785, 044-233-48-57

ГАЛЕРЕЯ
ШТЕЙНБЕРГ

Идеальный партнер
для творчества



PROXXON

малогобаритный
высокоточный
электроинструмент

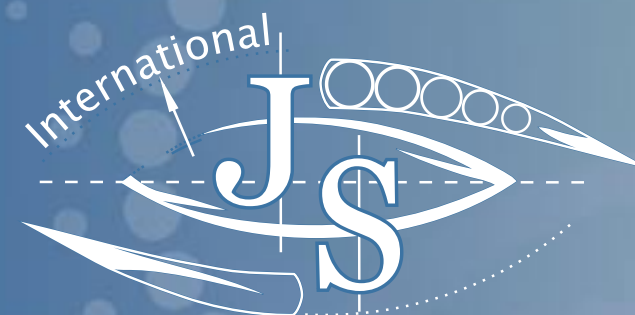
ПАРАДОКС

197046, Санкт-Петербург, М. Пискаревская ул., 5
т.: (812) 230 3046, ф.: 232 3883, 380 94 90
paradox@paradox.spb.ru | www.paradox.spb.ru

Приглашаем Вас
и представителей вашей компании
принять участие в работе

IV Международного Симпозиума ювелиров

Симпозиум будет проходить
в конференц-зале гостиницы "Англетер"
в Санкт-Петербурге,
с 4 по 8 июля 2005 года.



We have pleasure to invite you
and your company representatives
to participate in

IV International Jewelry Symposium

The Symposium will take place
on July 4 - 8, 2004,
In Saint-Petersburg in the conference hall
of "Anglettere" Hotel.

Тема Симпозиума:

"ТРАДИЦИИ,
ИННОВАЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ
СОВРЕМЕННОГО ЮВЕЛИРНОГО
ПРОИЗВОДСТВА"

Принимая участие
в работе Симпозиума,
Вы сможете

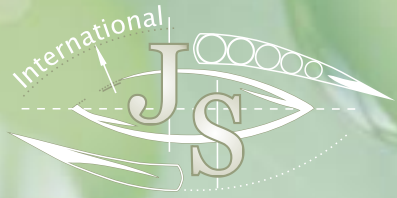
- ☞ установить новые деловые контакты,
- ☞ обменяться идеями и опытом с
российскими и зарубежными коллегами,
- ☞ достичь более высокого качества
изготовления изделий,
- ☞ открыть новые перспективы
в развитии Вашего бизнеса.

The main subject for discussions:

"TRADITIONS, INNOVATIONS AND
PERSPECTIVES OF MODERN JEWELRY
MANUFACTURING"

Taking part in the Symposium,
you will be able to:

- ☞ make new business contacts,
- ☞ exchange your ideas and experience
with Russian and foreign colleagues,
- ☞ get a chance to improve your know-how
and product quality,
- ☞ reveal new challenges
and open new horizons for your business.



1	Company title Название предприятия		
2	Company address Адрес предприятия		
	Bank Details Реквизиты банка		
3	Contact person Ответственное лицо		
	Phone num Телефон	+ ()	Fax Факс + ()
	E-mail		
4	Participant name ФИО участников		
5	Kind of participation Форма участия в симпозиуме		☐ Speaker Докладчик
			☐ Attendee Участник
6	Accomodation Размещение		☐ Самостоятельно Independently
			☐ other другое
	Date of arrival Дата заезда	July 2005	Date of departure Дата отъезда
		июля	July 2005
		июля	
7	Preferences Пожелания		
	" "	200__	Signature Подпись
			S.P. М.П.

Пожалуйста,
отправьте Ваш бланк заказа
в организационный комитет:

Ул. Шевченко, д. 21, корп. 1
Санкт-Петербург, 199406, Россия
Тел / fax +7 (812) 355 1106
info@j-symposium.ru или j-symposium2@yandex.ru
http://www.j-symposium.ru

Please,
send your application form
to Organizing Committee:

21/1 Schevtchenko st.,
Saint Petersburg, 199406 Russia
Tel / fax +7 (812) 355 1106
info@j-symposium.ru or j-symposium2@yandex.ru
http://www.j-symposium.ru

Технологии

Органические вспомогательные материалы процесса точного литья по выплавляемым моделям

Александр Фляте, главный специалист, ООО «ЮМО» (Россия)

Качество отливок, получаемых методом литья ювелирных изделий по выплавляемым моделям, в значительной степени определяется свойствами используемых в этом процессе органических вспомогательных материалов: модельных составов и формообразующих эластомерных композиций для эластичных пресс-форм. Российский рынок предоставляет потребителю достаточно широкий ассортимент этих материалов, выбор которых потребитель может сделать, основываясь на информации, носящей преимущественно рекламный характер. В связи с этим в настоящей статье предпринята попытка аналитического обзора физико-химических и физико-механических характеристик упомянутых объектов исследования и технологических свойств материалов с оценкой влияния условий их эксплуатации на изменение показателей.

Многoletний опыт, связанный с разработкой рецептур отечественных вспомогательных материалов ювелирного производства, технологией их промышленного изготовления и применения указывает на важность оценки объективных характеристик и технологических свойств материалов.

Данный тезис полемизирует с мнением американской фирмы CASTALDO, являющейся одним из крупнейших мировых поставщиков вспомогательных материалов для литья ювелирных изделий, состоящим в том, что выбор потребителем того или иного материала в мировой практике ювелирного производства осуществляется

только на основе «индивидуальных ощущений и традиций».

Не умаляя фактора практического опыта использования материалов в ювелирной промышленности, мы в то же время полагаем, что знание объективных показателей материалов и характера их изменений в условиях эксплуатации весьма полезно, причём как для разработчиков рецептур производителей, так и для потребителей.

Обладая соответствующей информацией, разработчик получает возможность улучшить качественные характеристики материала введением в рецептуру требуемых ингредиентов (например, антиоксидантов, антистатиков, антиадгезивов и т. п.), а также выдать потребителю конкретные рекомендации с учетом специфики производства и применяемого оборудования. Кроме того, всесторонняя оценка свойств материала позволяет в ряде случаев расширить область его применения в производстве ювелирных изделий. Так, примером расширения области применения разработанного материала может служить литьевой модельный состав, незначительная корректировка рецептуры которого позволяет использовать его не только для получения восковых моделей инъекцией расплава в резиновые пресс-формы, но и применить в процессе объёмного моделирования в качестве исходного термопластичного материала.

Теперь перейдем непосредственно к обзору и анализу результатов исследования органических вспомогательных материалов процесса точного литья по выплавляемым моделям, поставляемых на российский ры-

нок, и рассмотрим перспективные направления создания новых материалов с улучшенными свойствами.

1. Модельные составы для изготовления восковых моделей инъекцией расплава в эластичные пресс-формы

Лабораторным исследованиям и опытно-промышленным испытаниям подвергались модельные составы как отечественного производства (ЗАО «Россилвер»), так и импортные, поставляемые на российский рынок фирмами CASTALDO, FERRIS, KERR.

В ходе лабораторных исследований осуществлялось определение физико-механических показателей модельных составов температуры каплепадения (по Убеллоде), температуры затвердевания, линейной усадки, твердости по Шору А, зольности.

В ходе опытно-промышленных испытаний оценивались технологические свойства исследуемых модельных составов: адгезия к поверхности резиновой пресс-формы, качество поверхности восковых моделей, изменение свойств составов с изменением температуры инъекции и в процессе длительной эксплуатации, поведение составов при зачистке облоя восковых моделей.

Оценка технологических свойств модельных составов осуществлялась на операциях изготовления восковых моделей номенклатуры ОАО «Русские самоцветы».

Результаты определения физико-механических характеристик отечественных и импортных модельных составов представлены в табл. 1 и 2.

Аристократия качества

Чистящие средства Town Talk (Англия)



Артикул **211080**
Средство для
чистки изделий из
золота, 225 мл

Цена
5.00

Артикул **211081**
Средство для
чистки изделий из
серебра, 225 мл

Цена
5.00

Артикул **211082**
Средство для
чистки изделий из
золота, 50 мл

Цена
3.80

Артикул **211083**
Средство для
чистки изделий из
серебра, 50 мл

Цена
3.80

Артикул **211084**
Спрей для поли-
ровки изделий из
золота, 50 мл

Цена
4.00

Артикул **211085**
Спрей для поли-
ровки изделий из
серебра, 50 мл

Цена
4.00

Артикул **211086**
Стакан с раство-
ром для очистки
столового серебра
600 мл

Цена
6.50

Артикул **211097**
Варежки для по-
лировки и очистки
изделий из серебра

Цена
6.50

Артикул **211095**
Салфетка двойная
для полировки и
очистки изделий
из золота 45х30 см

Цена
6.00

Артикул **211096**
Салфетка двойная
для полировки и
очистки изделий из
серебра, 45х30 см

Цена
6.00

Артикул **211089**
Набор из трёх сал-
феток для чистки
изделий из золота

Цена
1.80

Артикул **211090**
Набор из трёх сал-
феток для чистки
изделий из серебра

Цена
1.80

Артикул **211091**
Салфетка из для поли-
ровки и очистки изде-
лий из золота, 14х7 см

Цена
1.10

Артикул **211092**
Салфетка для полиров-
ки и очистки изделий
из серебра, 14х7 см

Цена
1.10

Артикул **211093**
Салфетка из микро-
фибры для полиров-
ки и очистки изделий
из золота, 65х65 мм

Цена
0.70

Артикул **211094**
Салфетка из микро-
фибры для полиров-
ки и очистки изделий
из серебра, 65х65 мм

Цена
0.70

Артикул **211087**
Салфетка для по-
лировки и очистки
изделий из золота
45х30 см

Цена
4.50

Артикул **211088**
Салфетка для по-
лировки и очистки
изделий из серебра
45х30 см

Цена
4.50

620086 Екатеринбург, ул. Посадская 23, тел.: (343) 212 58 58, 223 43 63
факс: (343) 212 58 68, e-mail: info@ruta.ru
115533 Москва, ул. Нагатинская 10, тел.: (095) 730 14 12, 111 00 01
факс: (095) 111 01 52, e-mail: moscow@ruta.ru

Адреса остальных представительств компании “Рута” и все новости — на сайте www.ruta.ru

* Цены указаны в долларах США

На основании проведенных лабораторных и опытно-промышленных испытаний исследуемых модельных составов было установлено:

1. Практически все исследуемые образцы импортных модельных составов по сравнению с отечественными характеризуются большей зольностью и большей линейной усадкой (за исключением воска FERRIS голубого цвета).

Воски CASTALDO и FERRIS характеризуются по сравнению с отечественными большей, а воски KERR меньшей твердостью (большей пластичностью).

2. Для всех импортных модельных составов при повышении температуры расплава до 90—95°C отмечается изменение цвета составов.

Длительная эксплуатация составов в данном диапазоне температур приводит к вскипанию воска CASTALDO, изменению вязкости расплава и образованию осадка (воски FERRIS и KERR), а также потере антиадгезионных свойств (для самосмазывающихся восков FERRIS), что обусловлено деформацией составов.

3. Согласно рекомендациям фирмы KERR при эксплуатации восков фирмы необходимо периодическое перемешивание расплава в инжекторе и еженедельная замена состава на свежий.

Для отечественных восков в этом необходимости нет.

4. Зачистка восковых моделей, полученных с применением составов KERR, вызывает большие затруднения, чем зачистка моделей, полученных с использованием отечественного воска.

5. Преимуществом импортных модельных составов по сравнению с отечественными является их поставка в гранулированном виде, что облегчает расплавление восков в инжекторе и наличие в рецептурах антиадгезионных компонентов, облегчающих извлечение восковых моделей из резиновых пресс-форм.

Анализ результатов проведенного исследования модельных составов позволил сформулировать требования, предъявляемые к модельным составам следующего поколения с улучшенными антиадгезионными, антиоксидантными и антистатическими свойствами, исключающими прилипание

Наименование показателей	Воск производ-ства США (постав-щик «Ардос»)	Воски фирмы FERRIS (самосмазывающиеся)	Воски ЗАО «Россиilver» (Россия)			
Цвет	Светло-голубой	Голубой	Синий	Красный	Голубой	Коричневый
Выпускная форма	Гранулы в форме тыквенных семечек	Гранулы каплевидной формы	Плиты массой > 3 кг			
Температура каплепадения по Уббелюде, °C	74	69	78	64	74	62
Температура затвердевания, °C	68	64	67	57	63	56
Линейная усадка, %	2,5	1,25	2,5	1,12	1,25	0,8
Твердость по Шору А, усл. ед.	95	95	95	91	92	91
Зольность, %	0,05	0,03	0,03	0,01	0,011	0,01

Таблица 1. Физико-механические характеристики исследуемых модельных составов

Наименование показателей	Модельные составы фирмы KERR			Модельный состав ЗАО «Россиilver»
Цвет	Красный	Синий	Морской волны	Голубой
Выпускная форма	Гранулы каплевидной формы			Плиты массой > 3 кг
Температура каплепадения по Уббелюде, °C	69	73	71	74
Температура затвердевания, °C	64	67	65	63
Линейная усадка, %	2,2	3,7	1,7	1,25
Твердость по Шору А, усл. ед.	90	85	90	92
Зольность, %	0,03	0,025	0,03	0,011

Таблица 2. Физико-механические характеристики инъекционных восков фирмы KERR и модельного состава ЗАО «Россиilver»

восковой модели к резиновой пресс-форме, обеспечивающими улучшение качества поверхности модели, увеличение срока службы состава без ухудшения его основных свойств, а также снижение уровня электризации восковых моделей и модельных блоков.

Перспективным направлением при создании рецептур таких составов является введение в составы технологических добавок на основе комбинации олигоорганосилоксанов и фтортензидов, в которых наблюдается эффект синергизма.

Считаю нужным отметить, что проведенные исследования модельных составов охватили пока лишь небольшую часть инъекционных восков, представленных в настоящее время на российском рынке.

2. Эластомерные материалы для изготовления эластичных пресс-форм

Лабораторным и опытно-промышленным

испытаниям была подвергнута отечественная резиновая смесь рецепта 4065 на основе комбинации синтетических каучуков, разработанная при непосредственном участии автора доклада, и импортные резины, как на основе натурального каучука (НК) производства Великобритании и США (CASTALDO), так и кремнийорганические (силиконовые) резины.

Определение физико-механических характеристик резин осуществлялось на базе оборудования кафедры химии и технологии переработки эластомеров Санкт-Петербургского технологического института, а оценка технологических свойств резин — на участках изготовления пресс-форм ОАО «Русские самоцветы» с использованием мастер-моделей (эталонов) номенклатуры ОАО «Русские самоцветы».

Определение физико-механических показателей резин предусматривало установление таких показателей, как условная

Компания ООО «Современные
Ювелирные Технологии»

осуществляет поставку высококачественного европейского оборудования и технологий, связанных с массовым производством ювелирных изделий. Полная техническая поддержка своих клиентов на этапах от изготовления мастер-модели и до склада готовой продукции, включая защиту серебра от потускнения в предпродажный период.

Центробежно-дисковые финишные станки компании OTEC серии CF18, CF18EL позволяют сделать ваше ювелирное производство максимально эффективным, получать большие объёмы готовой продукции со стабильно высоким качеством и существенно снизить процент ручного труда при массовом изготовлении ювелирных изделий.

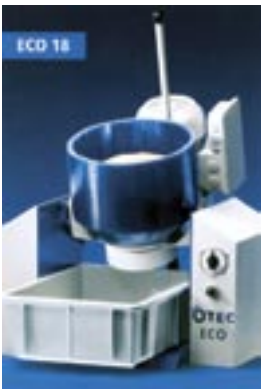
Специалисты компании обладают достаточным опытом настройки технологической цепочки отливка + финишный станок, а также осуществляют гарантийное и послегарантийное обслуживание установок.

Всегда в наличии на складе расходные материалы для процессов отливки, непрерывного литья и финишной обработки драгоценных металлов.

По желанию заказчика возможна организация выездных семинаров по ознакомлению персонала компаний с методикой процесса отливки, финишной обработки и вопросам, связанным с извлечением драгоценных металлов после обработки изделий в центробежно-дисковых финишных станках.



Официальный представитель компании OTEC Prazisionsfinish в России компания ООО «Современные Ювелирные Технологии» Россия, 197374, Санкт-Петербург, ул. Оптиков, д. 4 E-mail: ajtld@mail.ru, Тел./Факс: +7-812-118-76-02



прочность при разрыве, относительное удлинение после разрыва, остаточная деформация после разрыва, твердость по Шору А.

В ходе опытно-промышленных испытаний резин оценивались их технологические свойства: адгезия к обойме, адгезия к мастер-модели (эталону), поведение резины при разрезании пресс-форм, качество рабочей поверхности пресс-формы после извлечения эталона, адгезия воска к поверхности резиновой пресс-формы.

Режимы вулканизации и физико-механические характеристики резиновых смесей представлены в табл. 3 и 5, а оценка их технологических свойств приведена в табл. 4 и 6.

В результате проведенных сравнительных лабораторных и опытно-промышленных испытаний резин было установлено:

1. Все марки исследованных резиновых смесей на основе НК имеют высокую адгезию к поверхности эталонов, изготовленных из недрагметаллов и серебра и требуют обязательного применения золочёных или родированных мастер-моделей.

2. Все импортные резины на основе НК имеют низкую стойкость к термоокислительному старению при хранении.

3. Из испытанных импортных резин на основе НК лучшим комплексом физико-механических и технологических показателей характеризуется резина Gold Label (CASTALDO).

4. Силиконовые резины (MILLENIUM, FUXIA A-50, LS и MZ) по сравнению с резинами на основе НК и отечественной характеризуются более низкими величинами физико-механических характеристик.

Преимуществом данных резин является высокое качество воспроизведения поверхности мастер-модели, отсутствие остаточной деформации, а также отсутствие адгезии резин к эталону и отсутствие адгезии воска к поверхности резиновых пресс-форм.

К недостаткам этих резин можно отнести: высокую адгезию к обойме при многократном изготовлении пресс-форм, невысокий срок службы пресс-форм (ввиду низкого комплекса физико-механических показателей), высокую стоимость.

5. Отечественная резина по сравнению с испытанными импортными обладает лучшей стойкостью к термоокислительному старению, удовлетворительным комплекс-

№ п/п	Наименование резиновой смеси, марка	Режим вулканизации, °С × мин	Физико-механические показатели			
			Условная прочность при разрыве, мПа (кгс/см²)	Относительное удлинение после разрыва, %	Остаточная деформация после разрыва, %	Твердость по Шору А, усл. ед.
1	Смесь резиновая для эластичных пресс-форм, рецепт 4065 (Россия)	150x45	16,9 (169)	812	13	38
2	FLEX ACRON	143x30	17 (170)	540	8	39
3	Силиконовые резины: MILLENIUM	150x45	8,2 (82)	320	0	60
4	FUXIA A-50	180x2	4,9 (49)	506	0	50
5	LS	90x3	4,8 (48)	346	0	48
6	MZ	90x3	4,8 (48)	350	0	45

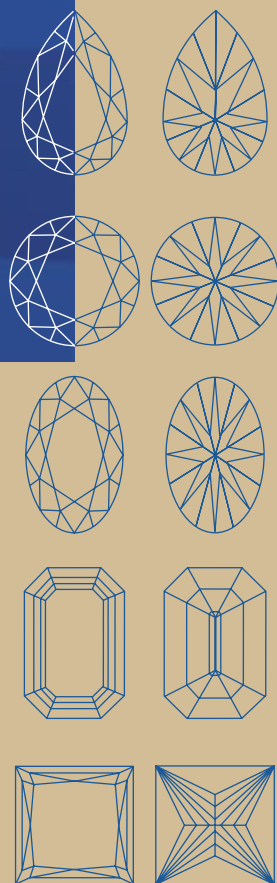
Таблица 3. Режимы вулканизации и физико-механические показатели отечественной и импортных резиновых смесей для эластичных пресс-форм

№ п/п	Наименование резиновой смеси, марка	Технологические свойства				
		Адгезия к обойме	Адгезия к эталону	Поведение резины при разрезании пресс-форм	Качество рабочей поверхности пресс-формы после извлечения эталона	Адгезия воска к поверхности резиновой пресс-формы
1	Смесь резиновая для эластичных пресс-форм, рецепт 4065 (Россия)	отсутствие	отсутствие	удовлетв.	удовлетв.	отсутствие (при использовании разделительных материалов)
2	FLEX ACRON	отсутствие	высокая (при многократном использовании эталонов из недрагоценных металлов и серебра)	удовлетв.	неудовлетв. (при использовании эталонов из недрагметаллов и серебра)	Отсутствие (без использования разделительного материала)
3	Силиконовые резины: MILLENIUM	то же	отсутствие	то же	высокое	то же
4	FUXIA A-50	то же	отсутствие	то же	высокое	то же
5	LS	то же	отсутствие	то же	высокое	то же
6	MZ	то же	отсутствие	то же	высокое	то же

Таблица 4. Оценка технологических свойств отечественной и импортных смесей для эластичных пресс-форм

Наименование показателей	Марки резин CASTALDO			Смесь резиновая для эластичных пресс-форм, рецепт 4065
	Gold Label	White Label	No Shrink Pink	
Режим вулканизации, °С × мин	152x45	152x45	154x45	150x45
Условная прочность при разрыве, мПа (кгс/см²)	22,5 (25)	16,2(162)	16,2(162)	16,9 (169)
Относительное удлинение после разрыва, %	780	660	760	812
Остаточная деформация после разрыва, %	12	12	20	13
Твердость по Шору А, усл. ед.	36	38	37	38

Таблица 5. Режимы вулканизации и физико-механические показатели отечественной и импортных резиновых смесей для эластичных пресс-форм



НАДЕЖНОСТЬ

№ п/п	Наименование резиновой сме- си, марка	Технологические свойства				
		Адгезия к обойме	Адгезия к эталоны	Поведение резины при разрезании пресс-форм	Качество рабочей по- верхности пресс-фор- мы после извлечения эталоны	Адгезия воска к поверхности резиновой пресс- формы
1	Смесь резиновая для эластичных пресс- форм, рецепт 4065 (Россия)	отсутствие	отсутствие	удовлетв.	удовлетв.	отсутствие (при использовании разделительных материалов)
2	Gold Label	отсутствие	отсутствие	удовлетв. (при использо- вании эталонов с гальвано- покрытием), высокая (при использовании эталонов из недрагоценных металлов и серебра)	удовлетв. (при использо- вании эталонов с гальванопокрытием), неудовлетв. (при ис- пользовании эталонов из недорогих металлов и серебра)	Отсутствие (без использования разделительного материала)
3	White Label	отсутствие	то же	удовлетв. (режется труднее, чем Gold Label)	то же	то же
4	No Shrink Pink	отсутствие (при t вулк.= 154°C), высо- кая (при t вулк более 160°C)	то же	удовлетв.	удовлетв. (при использо- вании эталонов с гальванопокрытием и вулк. при t= 154°C), неудовлетв. (при использовании этало- нов из недорогих металлов и серебра и вулк. t= 160°C)	то же

Таблица 6. Оценка технологических свойств исследуемых резиновых смесей

сом физико-механических характеристик и позволяет получать качественное воспроизведение поверхности эталонов, не имеющих гальванопокрытия.

К основным недостаткам отечественной резины следует отнести:

- наличие в отдельных партиях резины инородных включений, ухудшающих качество рабочей поверхности пресс-формы;
- невыдержанность калибра листов резины по толщине, что затрудняет изготовление пресс-форм и приводит к непроизводительному расходу резины.

Перечисленные недостатки могут быть устранены повышением культуры производства производителем резины и строгим контролем за соблюдением технологии изготовления этого материала на всех технологических операциях.

Говоря о возможных перспективных направлениях в деле разработки новых эластомерных материалов с улучшенными свойствами, хочется обратить внимание на термоэластопласты — перспективный класс полимерных материалов, свойства которых близки к свойствам обычных резин, но которые, в отличие от них, перерабатываются высокопроизводительными методами, применяемыми при переработке пластмасс, в частности мето-

дом горячего прессования, что позволит осуществить неоднократную переработку этим методом ранее изготовленных пресс-форм из композиций на основе ТЭП без ухудшения технологических свойств материала.

Работами по созданию новых эластомерных материалов на основе изопрен-стирольных ТЭП для пресс-форм, используемых в процессе литья ювелирных изделий по выплавляемым моделям, проведенными автором совместно с Воронежским филиалом Всероссийского института синтетического каучука им. С. В. Лебедева, была достаточно убедительно показана возможность получения таких композиций с удовлетворительным комплексом физико-механических показателей, характеризующихся также хорошим воспроизведением качества поверхности мастер-модели, прозрачностью и пониженной адгезией материала к металлической мастер-модели.

Очень надеюсь, что термоэластопласты найдут в ближайшем будущем своего исследователя, который создаст на их основе новый класс эластомерных композиций и сможет рекомендовать их в качестве формообразующих материалов процесса литья ювелирных изделий по выплавляемым моделям.



МОДА ПРОХОДИТ -
ДРАГОЦЕННОЕ ВЕЧНО



Ювелирное предприятие
«Грингор»
Санкт-Петербург, пл. Растрелли, 2
Отдел сбыта: (812) 271-9025
271-9945, 271-9439
факс: (812) 271-9021

Регистрационное удостоверение № 5031 выдано
С-З государственной инспекцией пробирного надзора

Поздравляем

Наши поздравления!

- 2 октября Ялунин Андрей Анатольевич, генеральный директор компании «Эрми» (ТМ «Ринго»)
- 3 октября Новоселов Александр Олегович, генеральный директор компании «Бриллианты АПРОСА»
- 4 октября Ганди Раджеш, генеральный директор компании «Чорон Даймонд»
- 7 октября Рыбаков Сергей Евгеньевич, зам. генерального директора компании «Тверское Золотое Княжество»
- 8 октября Соколов Павел Борисович, генеральный директор ООО «Соколов»
- 16 октября Хамдамов Шавкат, генеральный директор компании «Ямагива»
- 19 октября Радашевич Валерий Борисович, вице-президент ассоциации «Гильдия ювелиров России»
- 23 октября Пономарев Олег Евгеньевич, президент ЮФ «Шар»
- 31 октября Чернова Вера Васильевна, зам. директора по дизайну компании «Каст»
- 24 ноября Будный Валерий Васильевич, директор выставочных программ ВО «Рестэк»
- 18 сентября исполнился 1 год компании «Соната»
- 1 октября исполнилось 6 лет компании «Роза»



РУССКИЙ ЮВЕЛИР

MAGIC

Daloz



Коллекция украшений для мужчин

ЭКСКЛЮЗИВНАЯ

коллекция

ювелирных

изделий

из палладия

с ониксом



КРАСЦВЕТМЕТ

ОАО «Красцветмет»
660027, г. Красноярск,
Транспортный проезд, 1
тел./факс (3912)
62 94 80, 59 33 42, 59 32 07
www.kntmp.ru



РУССКИЙ ЮВЕЛИР. Информационно-аналитический журнал.

File Edit View Favorites Tools Help

Back Search Favorites Media

Address http://www.russianjeweller.ru

о журнале
анонс
объединённый каталог
архив
распространение
реклама в журнале
дизайн студия
наши партнёры

График выхода журналов 2004-2005 гг.

вход для пользователей
e-mail
пароль
OK

поиск по сайту
найти

Следующее

моя корзина

поиск | объединённый каталог ювелирных изделий и часов

Ценовая категория: Любая цена
Регион: Любой
Фирма-производитель: Все

Металлы:
☒ Золото
☐ 585°
☒ 750°
☐ другое

Номенклатура:
☒ Кольца
☐ Обручальные
☒ Перстни
☐ Другие

☐ Серебро
☐ Платина
☐ Палладий
☐ Не драгоценные металлы

Вес: Любой

Вставки:
☐ Без вставок
☐ Смешанные
☐ Бриллианты
☐ Цветные камни
☐ Жемчуг
☐ Кубический цирконий

Каратность: Любая

☐ Главанопластика
☐ Каменерезная пластика
☐ Интерьер

Артикул:

☒ Гарнитуры
☐ Изделия с эмалью
☒ Новые коллекции

Эксклюзивные изделия
Детские коллекции
Иностранные коллекции

Результаты поиска: По 12 на страницу
ОЧИСТИТЬ ИСКАТЬ

Баск-Крин
Артикул — 6765768
sz6765768-001

Кольцо с сапфиром
Металл: золото, 785°
Вес: 25 гр.
Вставки: смешанные — бриллианты, сапфир.
Цена: xxxxxx.xx руб.

Автор:

Адрес магазина: 195030, Санкт-Петербург, ул. Химиков, 26
Тел./факс: (812) 335-0164, (812) 335-0166
e-mail: basckkrin@hotmail.com
http: www.

Гарнитура

изделие в корзину
гарнитура в корзину

О журнале | Анонс | Объединённый каталог
Архив | Распространение | Дизайн-студия | Наши партнёры

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

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

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