



Натуральные бриллианты

Как повысить их привлекательность еще больше



Борис РОМАНОВ,
директор компании
ООО «Север Алмаз
Технологии», Якутия

Бриллианты как финансовое вложение Как запустить инвестиционный механизм?

Сегодня мы столкнулись с проблемой реализации натуральных бриллиантов высокого качества. Потребительские предпочтения современных покупателей, особенно покупателей нового поколения, не распространяются на приобретение бриллиантов. Речь идет даже не об отложенном спросе, а просто о незнании. Какая разница – натуральный или синтетический, спрашивают они, если визуальный эффект практически одинаков. И вот здесь одним из стимулов приобретения натурального камня может стать инвестиционная составляющая.

Покупка натурального бриллианта – это в том числе и финансовое вложение. Деньги, затраченные на его приобретение, должны как минимум сохраняться. Поэтому нам нужно создать систему, позволяющую приобретателю камня продать его обратно производителю бриллианта, при этом не потеряв в цене.

Для этого необходимо показать потребителям, почему выгодно покупать бриллианты. И подробно рассказать обо всех преимуществах этого приобретения. Так как наряду с обладанием уникальным камнем, созданным природой миллионы лет назад и завораживающим своей красотой, вы получаете инвестиционный продукт. Не говоря уже о том, что украшение с таким камнем будет передаваться из поколения в поколение, при этом ценность его не утратится с годами.

Однако на сегодняшний день у бриллиантов нет инвестиционной привлекательности в глазах

покупателей. Поэтому ее нужно создать. Иначе мы потеряем большой сегмент потребителей и не приобретем в их лице на будущее поддержку отрасли. Как это сделать?

Прежде всего продажа камня и его последующий выкуп должны проходить по одной и той же цене. Сегодня его купят только за 50% первоначальной стоимости. А наша задача сделать так, чтобы ситуация в корне изменилась. Чтобы покупатель бриллианта чувствовал свою защищенность. Дать ее – в наших силах. Выигрывают от этого все.

В настоящее время в мире так и не создано универсальных инвестиционных инструментов на основе бриллиантов. Вероятная причина – отсутствие открытого массмаркета бриллиантов с понятным ценообразованием на основе спроса и предложения. В то же время наблюдается достаточно стабильная цена на бриллианты высоких характеристик. Россия могла бы выступить пионером – сделать бриллианты высоких характеристик залоговым инструментом, совершить первый важный шаг в направлении инвестиционного инструмента на основе бриллиантов. По аналогии с облигациями крупных российских предприятий Правительство РФ, Минфин, ЦБ могли бы создать залоговый инструмент на основе бриллиантов высоких характеристик для финансирования российской гранильной отрасли. Постановление правительства № 321 о маркировке и клеймении камней дает возможность для реализации этого механизма.

Камни высокого качества, получившие максимальную оценку по GIA, продаются очень сложно из-за высокой цены. Однако их стоимость абсолютно оправдана, и производителю бриллиантов продать их за полцены просто невозможно. Они же уникальны от природы! Но вот производитель украшений не хочет приобретать

ВНИМАНИЕ!

ПРИГЛАШЕНИЕ К СОТРУДНИЧЕСТВУ



«Север Алмаз Технологии» приглашает страховые компании и финансовые организации к созданию и реализации пилотного проекта по продвижению инвестиционных бриллиантов.

На настоящий момент у компании есть камни, которые могут быть использованы в данном проекте.

Давайте сделаем это сегодня!

Не будем откладывать на завтра!

Ждем вашего участия!



такие дорогие бриллианты. Ему это невыгодно. Купив камень с более низкими характеристиками, вставив его в изделие, он и так получит достаточно хороший продукт. Поэтому прекрасные камни с лучшими характеристиками должны стать инвестиционными. Они не только исключительные по показателям, но и крайне редкие – количество таких камней в природе невелико. Обладать этим камнем престижно. А если мы добавим еще инвестиционную привлекательность!

Давайте разберем на примере. Компания – производитель бриллиантов из всех своих реализованных инвестиционных камней назад получит совсем небольшое количество. При этом она ничего не потеряет, так как сможет в дальнейшем реализовать эти бриллианты. А покупатель будет уверен, что вкладывает деньги в наиболее стабильный инвестиционный продукт! То есть как минимум сохранит деньги! Да, идея требует глубокой проработки. Но очень важно, что есть понимание, как все это может эффективно работать.

Если нам удастся создать такой привлекательный инвестиционный механизм, мы получим покупателей бриллиантов высокого качества. Знание, что можно в результате возврата получить те же деньги, что были вложены в покупку, улучшит реализацию таких камней.

Общаясь с коллегами из АК «АЛРОСА», мы пришли к пониманию необходимости информирования конечных потребителей о ценности бриллианта, формирования спроса на этот камень с помощью СМИ. Это также разграничит сегменты – синтетические бриллианты и природные, возвысив последние. Уже совершенно очевидно, что синтетика никуда не денется, есть также изделия с фианитами и цирконами, есть кристаллы Swarovski. Теперь нам нужно укрепить на фоне всего перечисленного такой бренд, как натуральные бриллианты. И одной из составляющих этого может по праву стать инвестиционный проект. Все вместе мы сможем держать высокую планку уважения к этому камню, любви к нему.

Флуоресценция не влияет на качество камня

Может ли она влиять на его стоимость?

На протяжении долгого времени наши зарубежные коллеги поднимают вопрос флуоресценции камней. В добытых и упакованных АК «АЛРОСА» боксах на сегодняшний день 50–70% сырья имеет флуоресценцию (раньше это число составляло 20–30%). «О, как много флуоресценции. Это так плохо, это так удешевляет камни», – сожалеют наши партнеры. И в открытую говорят, что это непродаваемый товар. Таким образом оказывая давление на производителей бриллиантов.

СПРАВКА

ЛЮМИНЕСЦЕНЦИЯ – нетепловое свечение алмазов/бриллиантов под действием внешнего источника излучения. Способность камней светиться под воздействием ультрафиолетового излучения называется **ФЛУОРЕСЦЕНЦИЕЙ**.

Наиболее часто для алмазов применяют понятие ультрафиолетовой люминесценции, потому что ее достаточно просто возбудить УФ-лампой с длиной волны 365 нм (геомологическая УФ-лампа или обычный детектор валюты) и регистрируется она глазом наблюдателя.

По степени интенсивности существует градация: отсутствует, слабая, умеренная, сильная, очень сильная. Наиболее характерный цвет – сине-голубой гаммы, встречается в большинстве алмазов, реже – желто-зеленый, очень редко – оранжево-красный. Причина – присутствие примесей в кристаллической структуре.

ВАЖНО! Наличие или отсутствие УФ-люминесценции степень ее проявления и цвет никак не влияют на оптические характеристики алмаза и будущего бриллианта (коэффициент отражения, дисперсия, показатель преломления). Следовательно, визуально бриллианты без люминесценции воспринимаются человеком точно так же, как и с сильной степенью ее проявления при условии идентичности цветовых и чистотных показателей, а также группы огранки.

УФ-люминесценция – это всего лишь дополнительный идентификационный признак бриллианта.

Алмазам с люминесценцией приписывается такая характеристика, как напряженность. Степень напряженности фиксируется прибором полярископом. Такие камни требуют только одного – щадящего режима обработки, что для профессионального огранщика не является проблемой. Напряженность НИКАК не отражается на готовом бриллианте и его характеристиках!

ВАЖНО! Напряженность обнаруживается как в камнях с люминесценцией, так и в камнях с ее отсутствием. Поэтому люминесценция не может быть показателем напряженности! Это абсолютно разные физические явления, никак не связанные между собой.



«Север Алмаз Технологии»
предлагает эксклюзивные украшения для ваших клиентов.

Комплект «Северное сияние», белое золото, бриллианты

Давайте возьмем классификатор бриллиантов АК «АЛРОСА» и Гохрана России. Там вы не найдете такой характеристики, как флуоресценция, которая играла бы хоть какую-то роль в ценообразовании в отличие от цвета, чистоты, веса, формы.

Флуоресценция – просто попытка сбить цену и приобрести камень выгодно. Делается это намеренно, чтобы формировать ценообразование будущего бриллианта не только по цвету, качеству – с включениями или нет, но и по наличию или отсутствию флуоресценции, которая используется как инструмент снижения стоимости камня. Эта схема работает у дилеров, другими словами – у перекупщиков, которые продают камни производителям ювелирных украшений. Но ни производителям, ни ретейлу, ни покупателям наличие в бриллианте флуоресценции не важно!

На фоне этого также укрепился миф, что камень с флуоресценцией – напряженный. И при огранке он разлетится. Да, есть камни, в которых присутствует напряженность. Но это абсолютно разные понятия, которые никак друг с другом не пересекаются!

Второй миф связан с тем, что УФ-свечение – это дешевые и неликвидные камни. Как это соответствует действительности? Никак. Флуоресценция

не сказывается на качестве камня, поэтому как он может быть плохим? Мы же оцениваем камень по другим параметрам. Тем более что флуоресценция в подавляющем большинстве случаев – показатель того, что это природный камень, значит, натуральный. И в этом его главная ценность. Плюс общепринятые и утвержденные международным ювелирным сообществом характеристики: цвет, чистота, вес, качество огранки.

Мы не можем и не должны поддаваться давлению и идти на поводу подобных мифов, которые нам навязываются. Как можно умалять из-за этого надуманного вопроса уникальность бриллианта, его природных свойств? А изделия с бриллиантами? В украшениях они приобретают особый смысл, красоту, достоинство. Становятся произведениями искусства.

Есть и другая сторона вопроса. Количество флуоресцентных камней увеличивается с каждым годом, доход в среднем до 60%. И если мы на это будем обращать внимание, то в целом в дальнейшем получим убытки в алмазно-бриллиантовой отрасли, потому что цены постоянно будут снижаться. Это очень мешает в работе огранщикам и ювелирам. На уровне сырья, цены на которое установлены АК «АЛРОСА» и Гохраном, сбить стоимость не получится. Это начинается, когда камень уже огранен, когда в него вложен труд огранщика! Дилер хочет купить бриллиант, при этом есть преискурент Рапатора, где четко прописаны цены в зависимости от характеристик камня, и как только возникает момент с флуоресценцией, он сразу начинает сбивать стоимость на 10–15%. Это неписаное правило в буквальном смысле слова, потому что у Рапатора, по которому работает весь мир, такая характеристика отсутствует. Но покупатель выставляет ультиматум: либо он не будет покупать, либо должна быть скидка.

Я знаком с представителем очень крупной иностранной компании, которая покупает алмазы в разных странах и затем гранит их. Они не рассматривают флуоресценцию вообще. Это связано с тем, что у компании максимальная линейка камней и она продает бриллианты производителям партиями, поэтому ей не важно, есть ли среди них камни с флуоресценцией. Придираться к ней им нет смысла в отличие от мелких компаний, которые как раз и поднимают этот вопрос. А таких мелких компаний большинство!

Между производителем бриллиантов и конечным покупателем всегда много дилеров, они и раскачивают эту систему. Их цель – сбить цену любыми доступными способами. Наша задача – переломить ситуацию и не дать этому стереотипу мешать развитию алмазно-бриллиантового рынка. [H](#)

ООО «Север Алмаз Технологии»

Адрес представительства:

125493, Москва, ул. Смольная, д.12, офис 2081

Тел.: 8 (914) 270-24-76

romanov_ba@mail.ru; www.severbrilliant.ru

northdiamondsco.com

ЮВЕЛИРНАЯ КОМПАНИЯ

КАРАТ·К

ПРОИЗВОДСТВО И ОПТОВАЯ ПРОДАЖА
ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ



г.Екатеринбург, ул. Щорса 29
ТЦ "Golden Park" 2-ой этаж оф. Карат-К
+7 (343) 286 65 46; +7 (922) 227 63 79

Курганская обл., г. Шадринск,
ул. Михайловская, 96-1
+7 (35253) 7 63 00, +7 (922) 560 05 75

www.karat-k.com