

ИДЕЖ

НОЯБРЬ 2013

www.idexonline.ru
www.njt.ru/idex/

magazine

INCORPORATING MAZAL U'BRACHA

НАЗАД К ТОРГОВЫМ ПЛОЩАДКАМ. ИЗМЕНЕНИЕ АЛМАЗНЫХ БИРЖ

ЧАСТЬ I

Как и многие вещи из нашего прошлого, традиционная алмазная биржа как единственное место, где торгуют алмазами, и как место исключительно для торговли алмазами кануло в Лету. Время, когда торговцы встречались и занимались бизнесом лицом к лицу, вели долгие и упорные переговоры при каждой сделке, заканчивали ее словом *mazal* (фраза, которая используется для поздравления в честь какого-то события) и рукопожатием, уже прошло и вошло в мифы.

Сегодня многие трейдеры даже не появляются на торговых площадках главных мировых бирж. Они ведут свой бизнес из офисов, приглашая партнеров к себе. Торговые площадки обычно используют те, у кого нет офиса, и мелкие диамантеры – те, кто «носит свой офис в портфеле». А многие вообще предпочитают вести свой бизнес через виртуальные электронные торговые площадки (такие, например, как IDEX Online).

Биржи уже не являются только местом для торговли бриллиантами. Они активно и творчески ищут пути расширения бизнеса и стремятся сделать свои торговые площадки местом для ведения бизнеса.



Израильский торговый зал биржевых операций с алмазами



ТОРГОВЫЕ ПЛОЩАДКИ

Фото: Jonathan Torgovnik for IDI



Роль торговых залов в ведении бизнеса

Альберт
Робинсон

Возможно, как следствие глобализации и того, что конкуренция становится все более жесткой, а рентабельность – более низкой, ювелирам требуется повышенная конфиденциальность, но разве торговые залы не соответствуют всем требованиям современного алмазного бизнеса? Последние тенденции проведения выставок и других мероприятий на торговых площадках бирж привлекли всеобщее внимание к алмазным биржам и их меняющейся роли.

Попытка возродить торговые площадки на биржах была сделана почти четыре года назад на Антверпенской бриллиантовой торговой выставке. То же самое было сделано во время Израильской алмазной недели на торговой площадке Клуба алмазных дилеров Нью-Йорка (DDC) в декабре и во время проходящей в марте и августе Американской & Всемирной алмазной недели на Израильской алмазной бирже.

Вопрос в том, какое значение это имеет для 28 бирж из 22 стран мира, входящих во Всемирную федерацию алмазных бирж? В течение нескольких лет торговая активность на этих площадках шла на спад, включая биржи с высоким уровнем деловой активности – в Соединенных Штатах, Бельгии и Израиле.

Конечно, многие ювелиры предпочитают вести бизнес в тишине и уединенности своих офисов. Эта тенденция была усилена новыми технологиями, интернетом и мгновенными сообщениями, которые совместно обеспечили так называемые быстрые торговые площадки, созданные в последнее десятилетие или немногим ранее. Прагматичная конкуренция привела к трансформации способа ведения дел ювелирами.

Если раньше торговля проходила исключительно в торговых залах и на торговых площадках алмазных бирж, то сейчас бриллиантовые компании довольны тем, что трейдеры приносят товары других фирм, даже членов той же биржи, к ним в офисы. «Немного грустно говорить об этом, но мы предпочита-

ем оставаться в офисах и осматривать товары, которые нам приносят», – говорит **президент Клуба алмазных дилеров Нью-Йорка Рувен Кауфман.**

«У нас больше нет времени неторопливо гулять по бирже, беседуя с друзьями и знакомыми. Не поймите меня неправильно: сегодня это тоже бывает, но нечасто. Атмосфера сейчас более напряженная, чем в прошлом. Люди испытывают большие перегрузки. Все дело в результатах. Нужна эффективная работа, чтобы как можно меньше времени тратилось впустую, и когда люди приносят товары в офис, так и происходит», – добавляет он.

Молодое поколение ювелиров, которое пришло в бизнес в последнее десятилетие, оказывает свое влияние на изменение системы работы. Использование современных технологий принесло масштабные изменения в алмазный сектор, несмотря на его консервативную и традиционную природу. И хотя личные встречи остаются важным способом ведения бизнеса, новые методы совершения сделок тем не менее изменяют алмазный сектор.

«Раньше мы не верили, что будет возможно продать алмаз покупателю, который не видел его своими глазами и не трогал своими руками, – говорит **бывший президент Израильской алмазной биржи Ави Паз.** – Но в последнее десятилетие мы узнали, что при



Фото: Jonathan Torgovnik for IDI

использовании современных технологий и способов оплаты, а также при обеспечении гарантии того, что камень можно будет вернуть, это вполне возможно».

«Современный алмазный бизнес так быстро развивается, что если кто-то будет продолжать пользоваться старыми методами, то быстро отстанет. Сейчас нет другого варианта, кроме как идти в ногу со временем. Старым членам биржи это не очень нравится, но это надо принять так же, как это делает молодое поколение», – добавил **Паз**.

Некоторые молодые трейдеры всерьез спрашивают, зачем идти на алмазную биржу и покупать там камни, если несколькими нажатиями клавиш можно найти нужный камень на торговой платформе онлайн. «Я нечасто хожу на алмазную биржу, – говорит один израильский дилер. – Если я занят и должен все делать быстро, я остаюсь дома и работаю на компьютере и мобильном телефоне. Очень часто я могу подобрать камень за 30 минут и менее, экономя время на поездку и находясь дома с детьми. Это большое преимущество.

Я не хочу сказать, что так нужно работать

“ *Некоторые молодые трейдеры всерьез спрашивают, зачем идти на алмазную биржу и покупать там камни, если несколькими нажатиями клавиш можно найти нужный камень на торговой платформе онлайн* **”**

каждый день, ведь надо поддерживать деловые отношения. Надо смотреть людям в глаза, это очень важно. Но алмазная биржа сейчас не такое жизненно важное место работы, каким оно было для моего отца и его коллег. Израильская алмазная биржа не является для меня важным местом. Когда я собираюсь покупать алмазы в Антверпене, я встречаюсь с продавцами в кафе или ресторане, а не в их офисах».

Бывший президент Antwerpse Diamantkring CVBA (Антверпенская алмазная биржа) Дэвид Вэл подтверждает, что торговая

” *Надо смотреть людям в глаза, это очень важно. Но алмазная биржа сейчас не такое жизненно важное место работы, каким оно было для моего отца и его коллег* **”**

модель алмазной отрасли изменилась: «Ясно, что люди, занятые алмазным бизнесом, предпочитают свои офисы биржам, и там совершается гораздо больше сделок», – говорит он.

«Можно отметить растущее значение торговых выставок, где совершается много сделок. Необходимо иметь доступ к мировой аудитории, устанавливать новые контакты,

а большие выставки позволяют сделать это наилучшим образом. Это тоже явилось своего рода ударом по биржам, потому что вряд ли вы встретите много незнакомых покупателей и продавцов на своей бирже», – добавляет **Вэл**.

Многие игроки мирового алмазного сектора считают, что произошел резкий отход от торговых площадок. «Когда я начинал работать 20 лет назад, можно было видеть десятки покупателей и брокеров на торговых площадках и в коридорах бирж, – говорит один из американских ювелиров. – Сейчас коридоры биржи похожи на коридоры любого другого офиса, а торговый зал – то место, куда люди идут, если у них есть свободное время. Общественные места потеряли свою актуальность».

Несмотря на уменьшение роли бирж как места заключения сделок, они сохранили свое значение в одном ключевом аспекте –

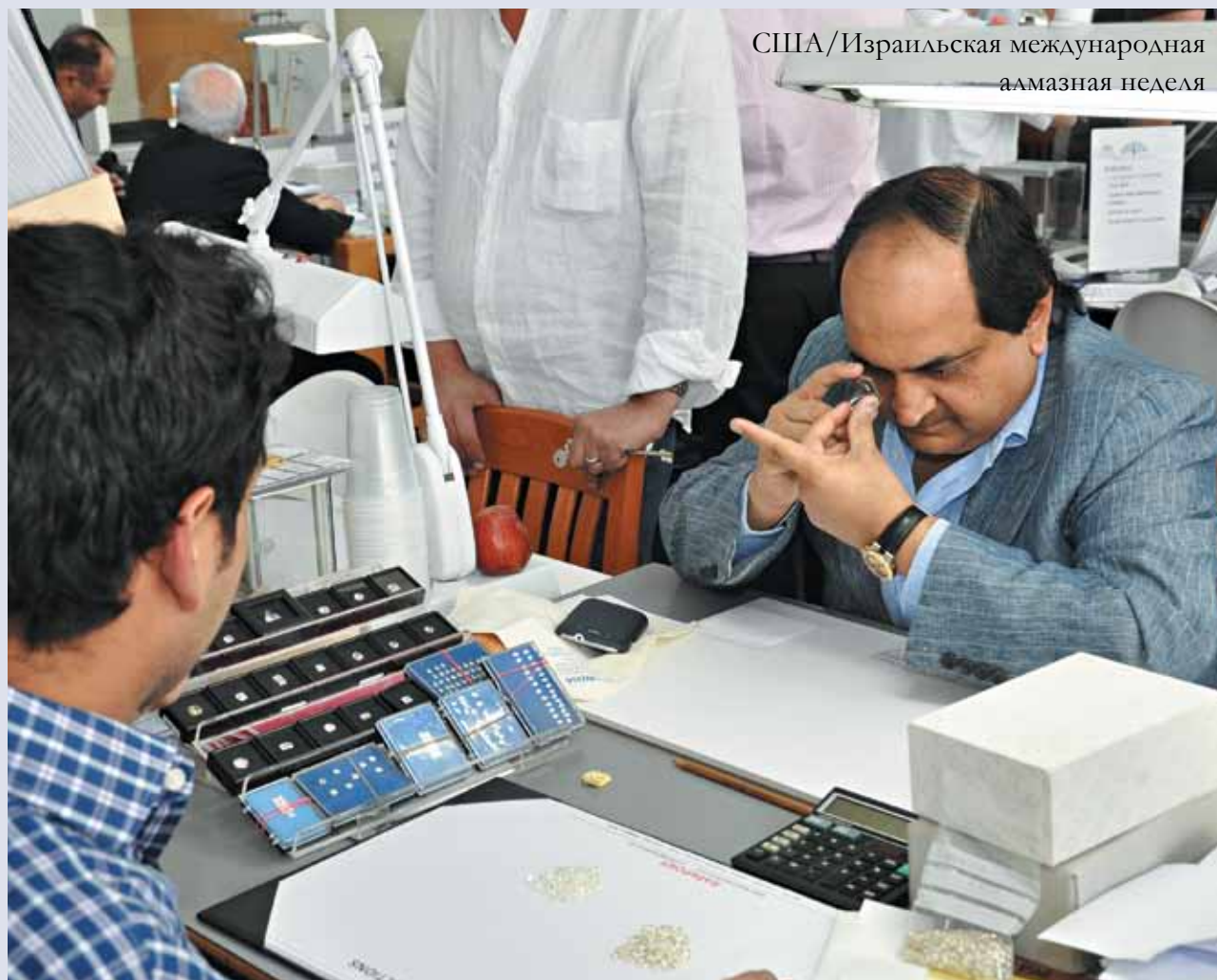




Фото: Jonathan Torgovnik for IDI

юридическом. Споры в алмазном бизнесе часто рассматриваются арбитражным советом бирж. Член биржи, который нарушает правила, не может торговать ни на какой другой бирже мира. Возможность применять определенные санкции – очень важная часть роли алмазных бирж.

В этой связи биржи получили должное признание, так как решение совета не только полностью выполняется на бирже, где оно было принято, но и передается на все другие биржи, которые являются членами WFDB (Всемирная федерация алмазных бирж). «Понимание того, что решение будет передано на все биржи, которые являются членами WFDB, внушает членам биржи большое чувство безопасности – они могут спокойно торговать, не беспокоясь о нарушителях», – объясняет **Вэл**.

«Это очень важно, так как торговля становится все более международной в последние два десятилетия. Сделки с заграничными партнерами стали привычным делом, как будто они находятся в соседнем офисе или этажом

ниже. А так как решения распространяются на все биржи, входящие в WFDB, они автоматически передаются и выполняются», – добавляет он.

Еще одна жизненно важная задача алмазных бирж – наблюдать за работой Кимберлийского процесса (КР) в своей стране. «Они должны следить за тем, чтобы правила соблюдались неукоснительно», – сказал высокопоставленный израильский чиновник, связанный с КР, в то время когда Израиль возглавлял эту международную организацию.

Смогут ли мировые алмазные биржи сохранить свое влияние в то время, когда деятельность торговых площадок идет на убыль и нет особой необходимости вести на них бизнес? Ясно, что алмазные биржи должны адаптироваться, чтобы оставаться нужными для своих членов, а это значит, что они должны быть более предприимчивыми, чтобы убедить их выйти из офисов.

A large, ornate hall with a high ceiling and classical architectural details. In the center, a large clock is mounted on a decorative wall. Below the clock, a group of people is seated at long wooden desks, some looking towards the camera. The floor is polished wood, and the walls are decorated with intricate carvings and columns. The overall atmosphere is formal and grand.

Мир тесен



Антверпенская алмазная биржа

Всемирная федерация алмазных бирж (WFDB) была основана в 1947 году. Ее задачей было создание коллективного органа, разрабатывающего свод правил для бирж, торгующих камнями – как алмазами, так и бриллиантами, а также защита общих интересов трейдеров. В самом начале WFDB объединила небольшое количество участников, но затем выросла и сегодня включает 28 бирж из различных стран, так как интерес к бриллиантам продолжает расти. Главный редактор журнала IDEX Magazine Даниэлла Макс побеседовала с президентом WFDB Эрнестом Блумом об изменениях, которые происходят в WFDB, и с Рами Бароном, членом исполнительного совета WFDB, об одном из проектов организации – Всемирной алмазной марке (World Diamond Mark).



Эрнест Блум

Даниэлла Макс: Как, с вашей точки зрения, меняется роль алмазных бирж?

Эрнест Блум: Задачи алмазных бирж меняются, и я думаю, что их роль становится более важной, так как торговля алмазами развивается. Поскольку торговля становится более глобальной, а контакты – более быстрыми, меняется способ ведения бизнеса, следовательно, очень важно, как работают биржи.

Например, сюда, в Южную Африку, люди еженедельно приезжают за алмазами и бриллиантами, но прежде чем я начну вести дела с новым клиентом, я бы хотел убедиться, что он – член биржи. Биржи регулируют эту деятельность и обеспечивают контроль.

А как меняется роль WFDB?

WFDB предлагает поддержку всем биржам. Она следит за соблюдением принципов деловой этики и берет на себя руководящую роль. Эта роль становится все более важной в сегодняшнем торговом мире, так как помогает защитить интересы членов бирж.

Видите ли вы необходимость традиционных бирж или считаете, что развитие технологий, онлайн-торговли и т.д. делает их пережитком прошлого?

Необходимость в традиционных биржах будет всегда, тем не менее им следует быть инновационными и работать на опережение,

|| *Если мы посмотрим на онлайн-торговлю, мы увидим ряд проблем, и если бы не биржи, трудно было бы найти механизм для их решения. Общение – также очень серьезный аспект, и здесь биржи играют жизненно важную роль в получении доступа к партнерам* **||**

когда дело касается технологий, онлайн-торговли и инноваций.

Если мы посмотрим на онлайн-торговлю, мы увидим ряд проблем, и если бы не биржи, трудно было бы найти механизм для их решения. Общение – также очень серьезный аспект, и здесь биржи играют жизненно важную роль в получении доступа к партнерам.

Как я отметил ранее, биржам, чтобы сохранить свое влияние, необходимо идти в ногу с последними достижениями в своей области. Традиции и технологии должны сочетаться таким образом, чтобы обеспечить устойчивое развитие раз и навсегда.

Почему новые биржи в таких странах, как Панама и Южная Корея, где сфера потребления алмазов не является традиционной, вступают в WFDB?

Много новых стран – потребителей алмазов хорошо знают о нас. Они становятся все более осведомленными в вопросах того, что происходит в алмазном мире, и у них есть желание стать частью глобальной организации. Такие страны, как Панама и Южная Корея, например, поняли выгоды от участия их бирж в WFDB. Панама видит свою стану воротами в Южную Америку и хочет закрепиться на этом континенте, а Южная Корея – это очень большой потребительский рынок.

Где, как вы думаете, появятся новые потребительские рынки?

Хороший вопрос. Мне бы хотелось иметь магический шар предсказаний, чтобы увидеть будущее! Я думаю, что Южная Америка вскоре развернется. И у Бразилии сегодня очень сильная экономика.

В Стамбуле было заявлено, что WFDB собирается организовывать свой павильон на международных торговых выставках и там ее члены будут выставлять товар под вывеской WFDB. Чем выгоден такой шаг?

Для многих членов WFDB участие в торговых выставках очень дорого. Идея заключается в том, чтобы арендовать площади на различных торговых выставках – на каких, мы еще не решили, – а затем предоставлять там место для тех, кто не имеет возможности выставить свою продукцию в рамках национального павильона. Мы постараемся доработать эту идею на следующем заседании комитета, претворить ее в жизнь и предоставить такую возможность членам WFDB.

Важной проблемой является недостаток женщин в отрасли. Что делает WFDB, чтобы увеличить количество дам – участниц торговли? Почему, как вы думаете, на руководящих постах в отрасли совсем нет женщин?

Я недоволен тем, что в отрасли мало женщин. Надо больше привлекать женщин и на руководящие посты на биржах, но WFDB не может указывать, кого ставить во главе, так как это выборные должности. Мне бы хотелось видеть больше женщин, занимающих административные посты, но как убедить их сделать это – сложный вопрос. Я собираюсь поощрять молодежь занимать административные посты на биржах, это касается и женщин.

Вы хотите добавить что-нибудь еще?

Я считаю, что WFDB играет ведущую роль в алмазной индустрии. И эта роль именно для нас, так как WFDB – самая большая организация в отрасли.

Много новых стран – потребителей алмазов хорошо знают о нас. Они становятся все более осведомленными в вопросах того, что происходит в алмазном мире, и у них есть желание стать частью глобальной организации //

Роль WFDB

Основная цель Всемирной федерации алмазных бирж – защита интересов как самих бирж, так и их членов, а также разрешение разногласий и конфликтов, возникающих как между членами бирж, так и между биржами, входящими в федерацию.

Для осуществления этой задачи WFDB участвует в развитии международной торговли и поощряет создание новых бирж с целью воссоединения в федерации всех центров, которые активно торгуют алмазами.

Члены бирж, входящих в состав Всемирной федерации алмазных бирж, обязуются поддерживать традиции и принципы взаимного доверия, уважения и дружбы между членами бирж по всему миру. Они обязуются соблюдать и передавать эти принципы и заботиться о том, чтобы они являлись базовыми в деловых отношениях между членами всех бирж, входящих в федерацию.



Рами Барон

Всемирная алмазная марка

Для чего была создана кампания Всемирная алмазная марка (WDM)?

Рами Барон: Простыми словами, цель кампании Всемирная алмазная марка – обеспечить устойчивость и рост алмазной и ювелирной промышленности во всем мире. Это создаст новые возможности членства для алмазных ритейлеров внутри их местной биржи или ювелирной организации. Благодаря простой и прагматичной системе алмазный ритейлер станет Полномочным торговцем алмазами (Authorized Diamond Dealer).

В соответствии с этой стратегией мы пригласили крупную компанию по выпуску кредитных карт стать нашим официальным партнером в алмазной отрасли. Выгода от такого сотрудничества двойная. Уменьшение платы за сделки с помощью кредитных карт и огромный массив маркетинговой информации – ведь компания по выпуску кредитных карт может использовать свои возможности.

Маркетинговые кампании будут субсидироваться из двух источников: плата ритейлеров за членство и взносы других участников, например, производителей и заинтересованных лиц, которые поймут, что им не придется брать на себя бремя расходов в одиночку и что это не только их единоличная ответственность. Финансирование будет справедливо распределено, так же как и траты на маркетинговые программы.

Марке может потребоваться много времени на раскрутку. Что сдерживает ее продвижение сейчас? Повлияла ли на это смерть Фредди Хагера, который занимался данным проектом?

Я был воспитан на девизе «Все хорошее приходит к тому, кто умеет ждать». Размер и размах проекта таков, что если мы будем торопиться, можем упустить важные моменты. Необходимо, чтобы вся отрасль поняла и поддержала Всемирную алмазную марку добровольно, а не по принуждению, не только на словах, но и на самом деле оценила грандиозность проекта и печальные последствия, если мы не доведем его до конца.

Мы постоянно говорим, что наша задача – вовлечение, а не исключение. Что это значит? Это значит, что мы хотим, чтобы вы были членами семьи WFDB, если вы работаете в алмазном мире и если вы торговец алмазами. Мы хотим, чтобы вы разделяли наше мнение о том, что только вместе мы поднимем нашу отрасль.

Прошли времена монополий. Но все хотят свой кусок пирога, и роль Всемирной алмазной марки заключается в том, чтобы сохранять этот пирог свежим и полезным для потребителей.

Людам и юридическим лицам, будь то крупные игроки или обычные организации, требуется время, чтобы понять, что WDM создана в их интересах и не является их конкурентом, что бы они ни делали для продвижения своего товара.

Одна из причин, по которой мы долго ждали, прежде чем выйти на рынок, – создание юридических лиц и уполномоченных органов, чтобы можно было торговать различными способами, опираясь на правовую базу.

Перед запуском этого проекта мы должны были убедиться, что у нас надежная команда и спонсоры и что мы не будем вовлечены в различные проблемы, с которыми сталкивается отрасль сегодня.

Фредди Хагер был очень дальновидным человеком. Когда я впервые пришел к нему со своими идеями, он заставил всех меня вы-



Рукопожатие в торговом зале

слушать и осознать новые идеи, он действовал как катализатор процесса. Нам всем его очень не хватает.

Как проект соотносится с новыми торговыми реалиями, например, онлайн-продажами и аукционами?

Онлайн-торговля – не препятствие, это просто другой способ продаж. Каждый ритейлер решает для себя, где и как он хочет торговать. Наша роль – создавать стимулы, давать доверие и уверенность потребителям, когда они выбирают бриллианты, и в то же время следить, чтобы они имели дело с Полномочными торговцами алмазами (Authorized Diamond Dealer).

Те, кто участвует в программе Всемирная алмазная марка, будут иметь очевидные преимущества перед конкурентами в глазах потребителей.

В 2011 году вы представили план по расширению проекта в сфере розничных продаж. Что вы можете об этом сказать? На какой вы сейчас стадии?

Я думаю, если развить то, что я говорил раньше, мы согласимся, что ритейлер – это «лицо бриллиантов для покупателя». Препятствием, с которым сталкиваются ритейлеры, является то, что у них нет ни ресурсов,

ни достаточных навыков, чтобы справиться с огромными переменами, происходящими в отрасли.

Очевидно, что если WFDB с помощью нашей маркетинговой программы Всемирная алмазная марка не поможет ювелирным ритейлерам, то мы оставляем дверь к потребителю открытой для кого-то другого. И это могут быть производители любых других предметов роскоши, которые обеспечат розницу своей отрасли средствами и маркетинговыми инструментами, сделают ее деятельность проще и выгоднее.

Вы хотите добавить что-нибудь еще?

Мы понимаем, что зажгли искру, которая медленно разгорается. Конечно, существует определенная степень риска, так как это весьма амбициозная программа. Уже были проекты, например, планы Международного совета по бриллиантам, которые так и не сдвинулись с мертвой точки. Алмазная отрасль не может еще раз позволить себе такое.

Мы счастливы, что наш президент Эрнст Блум одобряет и понимает важность этой инициативы. Вместе мы движемся вперед, реализуя огромную программу действий. Только совместно мы поднимем алмазную отрасль на захватывающую высоту, сделав бриллиант главным символом любви у покупателей всего мира.



Antwerpsche Diamantkring Cvba
Beurs Voor Diamanhandel Cvba
Diamantclub Van Antwerpen Cvba
Vereniging Beurs Voor Den

Diamond Club West
Coast, Inc.

Diamond Dealers Club

Diamond Bourse of
Southeast United States,
Inc.

Panama Diamond
Exchange

WFDB – Аффилированные алмазные биржи



London Diamond Bourse

Diamanhandel Vrije Diamanhandel Nv

Diamant- Und Edelsteinbörse Idar-Oberstein E.V.

Diamant-Club Wien

Borsa Diamanti D'italia

Istanbul Gold and Diamond Exchange

Israel Diamond Exchange Ltd.
Israel Precious Stones and Diamonds Exchange Ltd.
New Israel Club for Commerce in Diamonds Ltd.

Diamond Chamber of Russia
Moscow Diamond Bourse

Dubai Diamond Exchange

Bharat Diamond Bourse

Bangkok Diamonds and Precious Stones Exchange

Diamond Exchange of Singapore

Hong Kong Diamond Bourse Ltd.

Shanghai Diamond Exchange

Tokyo Diamond Exchange Inc.

Diamond Dealers Club of South Africa

Diamond Dealers Club of Australia

СВОДКА ЦЕН НА БРИЛЛИАНТЫ ОТ IDEX

Сводка цен на бриллианты от IDEX обновляется еженедельно.

Последнюю сводку цен вы можете найти по адресу <http://www.idexonline.com/DiamondPrices.asp>.

Ежемесячное обновление на русском языке – в каждом номере журнала

«Навигатор ювелирной торговли» и по адресу: www.njt.ru/idx/

Что такое сводка цен на бриллианты от IDEX?

В Сводке цен на бриллианты от IDEX содержится информация о наивысшей границе запрашиваемых цен на бриллианты высокого качества различных категорий в крупнейших мировых центрах алмазного бизнеса. Сводка базируется на данных, полученных путем статистического анализа около 500 тыс. позиций сертифициро-

ванных бриллиантов, представленных различными компаниями на платформе IDEX Online. Эти сотни тысяч позиций взяты из прайс-листов тысяч компаний (производителей и дилеров), представляющих все крупные алмазные центры мира, благодаря чему вам доступна достоверная картина рыночной ситуации.

Как формируется сводка цен на бриллианты IDEX?

Лучше всего пояснить это на примере. Допустим, нас интересует цена на бриллианты какой-либо категории, например «круглые/1-1.24 кт/цвет G/чистота VS2». Мы видим, что на рынках на данный момент опубликованы тысячи предложений по подобным камням, при этом цены существенно отличаются. В листингах прайс-листов IDEX Online мы увидим позиции от 2000 долл./кт до 9000 долл./кт при средней цене в 5300 долл./кт (на октябрь 2011 г.) Таким образом, верхняя граница ценового диапазона на 350% превосходит нижнюю! Чем же объясняется такой большой разброс цен на бриллианты одной категории и какова «нормальная» цена на данные камни? Цена зависит от качества огранки, которое официально может различаться от «плохого» до «отличного», от наличия сертификата, от наличия флюоресценции (влияющей на восприятие цвета и соответственно на стоимость бриллианта).

Таким образом, чтобы разобраться с ценами нам недостаточно использовать только главные параметры системы 4C (тип огранки, караты, цвет, чистота). Необходимо смотреть и на другие свойства, такие как ка-

чество огранки, флюоресценция, чистота полировки, симметрия, геометрические размеры и т.д. В нашем примере верхней границы (около 9000 долл./кт) достигает стоимость самых красивых камней, тогда как камни, чья цена ближе к нижней планке (2000 долл./кт) выглядят гораздо менее привлекательно.

Принимая во внимание вышесказанное, теперь мы можем пояснить принцип формирования нашего отчета. Сводка цен от IDEX дает на основе статистического анализа прайс-листов информацию о средних ценах на ЛУЧШИЕ, высококачественные бриллианты в той или иной категории. При этом, когда в какой-либо категории мало текущих позиций (из-за редкости такого сорта бриллиантов на рынке в данный момент), мы даем оценку на основе анализа данных прошлых периодов и цен на бриллианты близких категорий.

Сводка цен на бриллианты от IDEX публикуется каждую неделю по четвергам. Так как отчет базируется на обширных реальных данных и методика его формирования постоянна, он достоверно отражает текущие колебания рынка.

Как использовать сводку цен на бриллианты от IDEX?

1. Так как сводка содержит средние цены на ЛУЧШИЕ бриллианты конкретной категории, в большинстве случаев цена камней той же категории в прайс-листах производителей и дилеров будет ниже цены, представленной в сводке.
2. Чем выше качество бриллианта, который вы хотите приобрести, тем ближе его цена к цифре, опубликованной в сводке. Наоборот, дискант на цены камней относительно
- низкого качества достигает -60% и более по сравнению с публикуемой в сводке ценой.
3. Увидеть реальные рыночные цены (с дискантом в зависимости от качества) можно путем поиска в предложениях в данной категории бриллиантов на нашем сайте www.idexonline.com.
4. Сводку удобно использовать для мгновенной оценки изменения конъюнктуры цен (подорожавшие позиции отмечаются зеленым, а подешевевшие – красным цветом).

ВАЖНО ПОМНИТЬ:

1. Сводка цен на бриллианты от IDEX – это базирующаяся на реальных прайс-листах оценка цен на лучшие бриллианты по категориям системы 4C (тип огранки, караты, цвет, чистота). Публикуемые нами цифры, как правило, выше рыночных из-за разницы в качестве реально предлагаемых камней.
2. Мы используем постоянную методику анализа, благодаря чему сводка объективно отражает колебания рынка.
3. Используйте нашу сводку для того, чтобы видеть текущую конъюнктуру рынка и цены на ЛУЧШИЕ бриллианты по категориям.
4. Используйте торговую систему IDEX Online, чтобы видеть реальные цены с дискантом в зависимости от различных факторов, влияющих на качество бриллианта (качество огранки и полировки, флюоресценция и др.).