

奥运金银商品持续升温

金鑫珠宝城服务打头奥运为先

尽管近几年来金价一路攀升，但是奥运年的到来，仍然给金市带来了一路鸿运。以鼠年鸿运为主题、奥运纪念为主题及爱人的永恒浪漫系列等金饰都受到了郑州市民的追捧。随着奥运会的临近，以及婚礼扎堆的热潮，业内人士预测，未来一段时间，郑州的金银首饰市场仍然会保持渐热的趋势。

金鑫国际珠宝有限公司郑州区域经理常晓霞告诉记者：“目前，郑州友谊金鑫珠宝城、金博大金鑫珠宝专柜、建设路大商新玛特金鑫珠宝专柜，已经开设奥运商品专柜，同时为了优惠顾客，我们还特意在郑州友谊金鑫珠宝城开设了周末特卖场。” 晚报记者 虎萌/文 赵楠/图

奥运金银商品销售火爆

据了解，目前已发行的主要奥运产品大概可分为邮品、纪念币(章)和纪念品三大类。

最受追捧的奥运纪念币(章)类主要有贵金属类、足金足银类和镀金镀银类，前两种更成为奥运题材的主流产品。

据常晓霞介绍，金鑫珠宝销售的有北京奥运金银商品，还有一些特殊的奥运首饰，不仅这些奥运金银商品吸引着消费者的目光，这些首饰也颇受年轻人追捧——结婚赶上了“奥运年”，戴“奥运首饰”才更有感觉嘛。而在郑州金鑫珠宝城，记者还看到，不少顾客在挑选单个或成套的奥运金银商品，其价格从几百元到几万元不等。“毕竟是中国第一次奥运会，这些商品都是绝无仅有的，具有很高的收藏价值的，我也趁机赶紧丰富一下我的‘收藏库’。”一位正在挑选奥运金币的王先生称。

几万元一套的奥运纪念金币、几千元一套的奥运牌匾，这些昂贵的带有浓厚纪念意义的金银产品在郑州开始走俏。常晓霞告诉记者，由于奥运特许经营产品是奥组委的特许产品，几乎每一套产品都是限量发行并配有发行证书，因此，一些颇具收藏价值的产品深受收藏者喜爱，甚至有些产品已经断货。



“每一套奥运特许商品都是限量发售，每一件商品都有防伪标志，每一件商品都不允许打折。”

巧手员工为首饰添彩

生活是丰富多彩的，人们的创造力也是无法想象的。经过半个月时间的准备，6月26日下午，金鑫珠宝城员工编织大赛终于落下了帷幕。一个个大胆的创意，巧妙的编织手法，再配上异彩纷呈的首饰，让所有人都饱尝了一场视觉大餐。

据介绍，本次大赛的目的是调动员工动手的积极性，最大限度地挖掘员工自身的创造潜能，另外，也可进一步提高员工的绳艺编织技能，大赛收到了很好的效果。现在员工们的优秀作品已经和色彩艳丽的手饰一同摆上了柜台，为金鑫珠宝城增添了无限的风采。其中有多款手工编织作品都与奥运有着紧密的结合，作品“奥运五环”代表五大洲，五大洲人民手拉手，

心连心，共同迎接奥运。

会员可免费畅游马拉松湾

据常晓霞介绍，为了更好地服务顾客，提升顾客的满意度，金鑫珠宝城每年都会组织会员旅游活动。而今年7月26日当天组织会员畅游马拉松湾。凡是在2007年6月以后办理金鑫珠宝城至尊卡和钻石卡的会员都可以报名参加，金鑫珠宝城将免费赠送两张马拉松湾门票，届时，会员朋友们可以在马拉松湾尽情地戏水休闲。

周末特卖场继续进行

同时，自上周开始，金鑫珠宝城还推出了打折特卖形式的周末特卖场，推出部分商品2折起，韩国著名品牌“吉姆皮亚”彩金系列3.8折，还有部分水晶2折、全场钻饰6折起的优惠活动。上周末的特卖场销售情况很好，吸引了很多顾客，特别是韩国的彩金系列吸引了无数年轻人的目光，同时也带动了其他商品的消费。



永不止步的豪享来

分店很多，走到哪都有它的身影；形象很统一，每个分店的布置风格都相近；餐品很可口，哪家的味道都很地道；服务很到位，每项服务都很周到；环境很优美，每家都有一种如家的温馨感觉……这是豪享来给记者的初步印象。

近两百家连锁店的“经营模式”

豪享来，创建于1993年，以直营形式在中国建立起近200家连锁分店，跳出地域的樊笼，足迹遍布武汉、长沙、西安、南京、成都、贵阳、南昌、兰州、北京等全国近百座大中城市，它开创了花园城市——厦门中餐与西餐合璧的先例，是厦门最早专业从事经营中西餐饮连锁业务的企业。

创业之初即借鉴吸取国际著名餐饮连锁企业的成功经营管理经验，结合中国本土餐饮行业的实际状况，形成了一套有效的门店选址、形象设计、食品配方、操作规程、设备配备、门店管理、采购管理、品质管理、仓储管理、物流配送、人员管理、市场营销、顾客服务、信息管理等等全方位的运作模式，确保了顾客在任何一家都能感受到豪享来的一致服务。这样的经营模式和理念也给豪享来带来

了许多的荣誉：“全国绿色餐饮企业”、“全国餐饮名牌企业”、“中华营养美食店”、“福建省著名商标”、“中华餐饮名店”、“中国餐饮百强企业”……

以质感恩顾客、以爱回报社会

豪享来在倡导“享受美食，享受生活”新观念的同时，也在致力于积极投身各项社会公益事业，用点点滴滴的行动来书写“以质感恩顾客、以爱回报社会”的篇章。

赞助厦门大学第四届3·15学生月活动、六一儿童节时请福利院的小朋友到餐厅过节并向福利院捐赠物资，将通过赞助“音乐与爱同行——豪享来之夜，小瑜钢琴音乐会”而获得的音乐CD义卖所得款全额捐赠给厦门慈善总会，“关爱贫困户、慈善年夜饭活动”给贫困家庭赠送年夜饭和物品。四川汶川大地震灾难发生后，豪享来餐饮有限公司第一时间号召全体员工为灾区捐款，共计捐赠善款近百万元。

“虽然我们创业不过短短15年，但却用实际行动昭示自己的存在，彰显自己存在的价值。”企业负责人表示，豪享来餐饮有限公司仍将一如既往地用爱来诠释着企业的生存理念，向社会发挥自己的光与热。

晚报记者 唐善普

当母爱成为“网”事

“嘿！你别揪我耳朵，好疼啊，要断啦，有什么事儿你直说，别动手啊！”嗯？摆弄玩具的嘟嘟被手中的哆啦A梦吓了一跳，怎么机器猫说起话来？”看到这段话，你会想到什么？你肯定猜不到，这段话是一位有着奇思妙想、内心充满母爱的妈妈撰写的，出现在“优博的爱 妈妈的爱——2008相聚北京”母爱分享活动的网络故事接龙板块。以母爱为轴心的平民运动在网络的推波助澜下，展现出了更为新颖活泼的一面。

以往提到母爱，大多数人都会想到“孟母三迁”的典故，唐代诗人孟郊的那首《游子吟》，也丝丝入扣地诠释出母爱的真挚和伟大。而在当今社会，母爱有了更独特、现代的表达途径，化身“网”事，借助网络畅言母爱，或许这是80后妈妈们向宝宝表达母爱的特有方式。

迎合现代妈妈们这一行为方式的变化，不少厂商也积极通过网络，为妈妈们搭建分享和展现母爱、互动交流经验的最佳平台。圣元在2008年3月即开通了“优博的爱 妈妈的爱——2008相聚北京”母爱分享活动网络平台，其突破单一上传照片模式，在互动性方面做足功夫，所以就出现了本文开头“匪夷所思”的那一幕。记者了解到，圣元此次母爱分享活动，仅用三个月时间即用“爱的箴言”、“爱的故事接龙”、

宝视达眼镜 让你享有看得清的权利

时下，学生的眼睛近视的越来越多，而且度数也越来越吓人：从200度、400度到高中的600度，看着孩子看书和写字时头低得快挨到书本上了，哪一个家长不着急？换眼镜，再换眼镜，家长叹息：换到什么时候是个头啊？可以说，“孩子近视眼，折磨两代人”的情况已是很普遍和让家长头痛的事。在与眼镜业内人士谈起这个现象时，许多人都是强调让孩子注意对眼睛的保护和对近视的预防，但孩子的近视还是越来越多越来越重。

“这个现象也许可以改变了。”宝视达眼

“爱的乐园”、“08星宝贝”等多种参与方式，吸引了4万多名注册用户，宝宝靓照大公开、妈妈才学尽展现，母爱“网”事进行得如火如荼。

母爱成为“网”事显然已是大势所趋，借助网络，走向更为宽广的分享平台。在网络上，妈妈们不仅可以上传宝宝照片，分享抚育宝宝的点滴喜悦，博得大家的支持和鼓励，满足自己小小的“虚荣心”，而且还可以在互动交流中，相互学习，切磋育儿经验，这也是母爱“网”事得以盛行的关键所在。

笔者在圣元非常宝贝乐园网站就发现，妈妈们热心互相推荐参加优博母爱分享活动，成就了超高的人气：注册人数超过4万，包括照片、征文及接龙故事在内的上传作品数量已突破1万。

据了解，“优博的爱 妈妈的爱——2008相聚北京”母爱分享活动正在火热进行中。自2006年起圣元已经在全国范围内成功举办了第二届母爱分享活动，吸引五万多家庭参与其中，受到妈妈们的广泛好评。作为第三届母爱分享活动，本次“优博的爱，妈妈的爱——2008相聚北京”活动不仅在时间跨度上较前两届有大幅延伸，以满足更多妈妈宝宝的参与热情，同时，在活动形式和内容上更加突破创新、灵活多样。

镜工作人员表示，他们最新引进了一种“梦戴维角膜塑形镜”，一种非手术矫治近视的高科技硬性角膜塑形，控制近视度数加深。据介绍，这种梦戴维镜片采用美国进口的RGP高透氧材料制成，遵循全吻合的弧度设计反向几何原理，通过夜间配戴，可逐渐改变角膜形状达到降低近视或散光度数的目的。适合当兵、考学者及招工、体检身体、打球运动时使用，每天配戴6-8小时，无需手术就能让人轻松换掉眼镜（限600度以下近视）。

晚报记者 唐善普