

2009深圳国际珠宝展览会本周闭幕

豫商借会共谋中原珠宝业

2009年9月13日至17日，“2009深圳国际珠宝展览会”在深圳会展中心举行。该项展览被誉为中国内地最具规模、最高档次、最多买家群体、最具影响力、国际化进程较高的专业珠宝交易展览会，素有中国珠宝品牌的宣言书之称。本次展会，河南本土珠宝行业众多巨头也纷纷到展会中进行学习、交流，并通过在展会上得到的宝贵经验，共谋企业发展。可以预见的是，在不久的将来中原珠宝行业一定会增添不少亮点。 晚报记者 谢宽

锦泓珠宝国际交易中心董事长 陶红亚 学习沿海经验 打造中原珠宝中转站

“深圳珠宝展一直被称做中国珠宝首饰行业趋势的晴雨表。它不仅不仅是全球珠宝企业展示自身产品的绝佳平台，更是一次诠释珠宝时尚艺术、展现最新潮流的盛会。”通过参加深圳珠宝展，可以使锦泓珠宝国际交易中心为中原珠宝行业打造出“一站式”交易平台，整合凌乱的市场现状，进行精准推广。在他看来，虽然河南是个农业大省，经济不如沿海地区发达，但河南近年经济发展迅猛，且人口众多，消费水平也在迅速上升，因此具有更大的市场潜力。

金鑫珠宝总裁 年永民 搭建平台 进一步拉动珠宝消费

“深圳国际珠宝展为珠宝专业商家提供了一个展示产品、开拓市场的良好机遇，同时又是各个商家交流、学习的机会。”金鑫珠宝总裁年永民告诉记者，“深圳珠宝展，多年来丰富的积累与经验达成了目前出色的交易量，取得了累累硕果，成为联通珠宝商与买家、内地与沿海、国内与国际的桥梁，缔造出一套完善、便捷、成熟、高效的商业贸易模式，构建出一条完整的产业链。”在他看来，通过每年一次珠宝展的交流与学习，相信随着时间的推移，中原地区的珠宝行业吸引力终会崭露头角，由此也可以进一步拉动了中原乃至中部地区的珠宝消费。



天成珠宝代表 苏惠君 文化创新融入行业 提升品牌文化内涵

“作为一个奢侈品的概念归属，珠宝首饰的文化诉求颇为重要。文化创新融入珠宝行业，增加了产品的附加值，也进一步提升了珠宝品牌的文化内涵。深圳国际珠宝展，从初期简单货物的展出，各具特色的差异化陈列，再到形形色色的体验式营销，从中我们了解到珠宝可以多方面发展和进步，文化如何深入到真正品牌当中。”郑州天成珠宝王总认为：“结合沿海地区新颖的文化创意，学习他们行业浓郁的文化韵味，引进到中原来，把本地优秀的传统文化和现代品牌营销模式科学地融合，促进河南地区行业的发展。”

庆隆珠宝代表 刘卫明 发扬优势 把握行业脉动

“坚持本土特色，走出自我发展模式继而和国内一线城市运作接轨，取长补短进行提升。进一步说，做好本土的珠宝品牌则能更有效地发挥中原市场带动周边市场的作用，这点上，中原珠宝行业一直在努力。”庆隆珠宝刘卫明认为：“郑州凭借优良的交通发达优势，最先接触

到国内一线城市及沿海城市的珠宝潮流，产品品质与设计的提升，使郑州珠宝行业奠定中部六省的龙头地位。以深圳珠宝展为开端，我们以进行学习交流为目的，了解沿海发达地区珠宝行业的全新理念，然后引进中原，将企业的品牌形象和特色优势产品完美结合，对本土特色的推广和发扬也做出了许多重大贡献。”

翠福缘代表 张明 以“玉”会友，与“石”俱进

“在本次展会上，翡翠展示也同样精彩，这对我们翠福缘珠宝商贸有限公司这样在河南地区唯一一家专营高中档翡翠的股份公司来说，提供了一次很好的学习以及交流的机会。”翠福缘张明说：“翠福缘珠宝是集采料、加工、销售于一体的珠宝企业。其产品出口全球十几个国家和地区，并多次参加国内外大型珠宝展。而此次珠宝展正是我们以‘玉’会友，与‘石’俱进为目的，学习先进的传播玉知识，弘扬玉文化，更好地将翡翠美轮美奂的艺术魅力和博大精深的文化底蕴展示于中原消费者，并着力打造‘翠福缘’品牌。”

昭元之爱 新派婚纱 “九月最惠 胜十一”

随着十一的临近，许多结婚的新人都想趁着黄金周商家大幅度的优惠活动来预定婚纱照，但从消费者反应来看，昭元之爱成为目前很多“80后”结婚照拍摄的首选，原因在于，昭元之爱的多变风格，能展示出顾客心中的理想效果。9月17日，在上海城南门外场，昭元之爱全年最惠活动拉开帷幕。

据悉，本次活动时间为9月17日至20日，此次盛会推出“九月最惠 胜十一”预订婚纱照最惠999元，9大好礼，9大惊喜，9大影场对对尊享，全场婚纱照全拍全送全年最惠时。除此之外，昭元之爱特别在法国订购的价值百万的婚纱礼服出现在活动现场。据介绍，这款婚纱是用上万颗施华洛水晶及斯里兰卡的宝石手工制作而成，每一颗水晶都有一个爱情故事，这款礼服取名为“璀璨”。更值得惊喜的是，活动期间现场预订婚纱照的新人都可以获得穿着这件价值百万的璀璨婚纱免费拍照的难得机会。

为了让这份幸福与幸运继续传递，9月19日至20日，凡是郑州晚报的年轻女性读者均可到大上海城南门活动现场免费领取惊喜大礼包一份，让全城的朋友共同感受热闹欢乐的现场，见证新人的幸福，体验昭元之爱的真诚和风采。



稻香村月饼 凭借品牌力量继续征战月饼高峰季

随着稻香村月饼今年多渠道运作方式不断深入，市场销售形势一片大好。特别是高峰期的来临，这个“国字号”月饼生产企业更加焕发出新的活力，在精耕细作河南市场的同时，凭借品牌的力量和优势，继续征战月饼高峰季。

采访中，河北稻香村食品有限公司郑州办事处总经理李志刚对今年月饼的销售势头做出了充分的肯定，他说：“规模的扩大，市场渠道的扩展已经初见成效，下一步则是更好的把稻香村品牌在河南市场做大做强，依靠品牌的力量继续发力月饼市场。”

在他看来，“稻香村”的金子招牌，成为企业天然的品牌优势，因为“稻香村”作为“中华老字号”，始创于清乾隆38年（公元1773年），乾隆皇帝亲笔御赐“稻香村”而得名。“稻香村”背后的文化无不充盈着历史赋予的深刻内涵。

但是如何去运作品牌效应，河北稻香村食品有限公司董事长周广海则认为：“品牌优势有了，剩下的就是要凭借质量取胜。目前，公司正在集研发、生产、销售为一体，引进国外先进生产线，实施全方位透明化无菌生产。并与中国发酵科学研究院、中国食品质量监督检验中心共同携手，成立了‘中国糕点食品技术研发中心’，进行中式糕点产品的研发改良和推广工作。”

据介绍，河北稻香村食品有限公司近几年来，先后通过了ISO9001质量管理体系认证、QS认证、HACCP食品安全体系认证；获得中国商务部颁发的第一批“中华老字号”企业称号，并连续荣获中国食品工业协会颁发的“中国名饼”“国饼十佳”“全国放心月饼企业”等荣誉称号，苏式月饼被评为“中国最佳特色月饼”，是苏式月饼制作技艺申请国家非物质文化遗产项目唯一保护单位。 谢宽

翡翠文化节受追捧 翡翠珍品抢眼球

——中原首届翡翠文化节昨天开幕



昨日，中原首届翡翠文化节在锦泓珠宝国际交易中心拉开序幕，数千种珍品翡翠集中展出，数万件珠宝产品打折优惠，吸引了数千名消费者前来观看。据悉，本次活动将一直延续到10月8日，其间有翡翠文化长廊、模特走秀、免费抽奖、公益讲堂、来就送等一系列活动贯穿始终。 晚报记者 袁瑞清

珍品翡翠大放异彩

昨天，锦泓珠宝国际交易中心人声鼎沸，人来人往，中原首届翡翠文化节在这里隆重开幕，活动吸引了数千名翡翠饰品的爱好者和收藏者，而亮相现场的珍品翡翠，更是让消费者大饱眼福。

此次展出的数千种珍品翡翠，价格从几千元到几百万元不等，而且，种类齐全，品种丰富，可以满足不同消费者的需求。在这次价值数千万元的翡翠饰品中，色彩纯正、质地通透、水分足的翡翠收藏精品吸人眼球。展出的珍品中，一款翡翠珠链高达200多万元，而另一款翡翠耳钉更是由钻石作为配饰，售价也高达300多万元，堪称翡翠收藏品中的精品。

一名收藏爱好者对记者表示，目前，我国是世界上最大的玉石和翡翠消费市场，仅河南省就有翡翠经营商户近千家。“翡翠具有很高的收

藏价值和艺术价值，此次展出的很多珍品，让我这个跟翡翠打了多年交道的人，都感到十分惊喜，很多展品可以说价值连城啊，平时很少有机会一见的。”

翡翠是一种最珍贵、价值最高的玉石，被称为“玉石之冠”，还由于深受东方一些国家和地区人们的喜爱，因而被国际珠宝界称为“东方之宝”。其所展示的神韵是中华民族灿烂文化的重要组成部分，也是人类艺术的光辉成就。

“但翡翠文化却高深莫测，一般的消费者对其知之甚少”，主办方负责人表示，举办中原首届翡翠文化节，主要目的是让更多的消费者了解翡翠的历史文化，学会辨别翡翠的真伪优劣，同时加大对诚信规范经营商户的宣传力度，以促进河南省翡翠市场的健康发展。

文化节10月8日结束 五大主题活动贯穿始终

精美礼品。

活动二：翡翠文化长廊。可以近距离感受翡翠的魅力，了解翡翠的开采、加工过程，还可以学到更多关于翡翠的历史典故、文化渊源等内容。

活动三：免费鉴宝。消费者可以拿出自己的翡翠到现场一辨真伪，此次免费鉴宝活动将于9月19日、9月26日和10月1日，每天下午的3点到5点举行，主办方特邀多位国家级资深鉴宝专家，免费为广大珠宝玉石爱好者鉴宝答疑。

活动四：公益大讲堂。9月26日的下午，主办方将邀请专业人士举行宝石与运程讲座，讲述佩戴宝石对人的身心健康有促进作用，诠释宝石与事业、爱情、财富运程之间的微妙关系。

活动五：贵宾卡“回娘家”。文化节期间，锦泓珠宝也将推出一系列优惠让利措施，比如办理锦泓珠宝城会员卡购物，无论金额大小，都可获精美礼品一份，同时还将在现场开展抽奖赠送礼物活动，购物消费者均有机会赢取珠宝大奖。