

## 详解眼镜行业现状,为您找回清晰“视”界 系列报道之四

日前,郑州宝视达勇夺“中国驰名商标”,成为河南眼镜行业首家获此殊荣的企业。人们在感叹宝视达通过近几年不懈努力终于圆梦的同时,也不禁要问,为什么眼镜行业如此“迟钝”?这个行业的现状如何?

对此,河南省眼镜协会秘书长王卫东表示:“尽管中国早已成为眼镜大国,却始终没能成为眼镜强国。一方面是因为消费者的消费理念比较落后;另一方面是因为行规不完善,门槛比较低。” 晚报记者 王一品

## 眼镜既是矫正视力的工具,更是时尚饰品

# 眼镜=化妆品

### 重视眼镜就是保护我们的眼睛

#### “至少让眼镜和化妆品画上等号”

女人有几个不去做美容?男人有几个不去做足疗?人们每年可以在这些方面花费上万元甚至更多,却不愿自己在视力方面增加一些预算。在郑州的各大眼镜店里,我们经常可以看到这样的情景:一位手拎LV的女士驱车前来配眼镜,但会为了500元一副镜片讨价还价,甚至与客服人员争得面红耳赤。

“眼镜和化妆品一样是单一产品,原价500元的化妆品,可以通过美容护理服务增值到1800元,其实眼镜也可以通过视力健康服务来增加其附加值。”河南宝视达眼镜(连锁)有限公司副总经理徐永焯说,目前河南消费者的理念还没有转变过来,总认为眼镜就是个单一的功能性商品。在欧美,眼镜既是矫正视力的工具,更是必不可少的饰品。

对此,郑州明视达眼镜有限公司总经理杨阳也表示:“在什么场合佩戴什么眼镜,不仅美观,还能保护视力。一个外国人至少有十副眼镜,而一个中国人最多有两三副,有的人甚至只有一副,什么时候坏了什么时候再去配。我们希望通过整个市场的引导,至少让眼镜和化妆品画上等号,让河南的消费者越来越重视眼镜,从而越来越重视保护视力。”

#### 存在门槛较低、从业人员素质较低等问题

“尽管中国早已成为眼镜大国,却始终没能成为眼镜强国。一方面是因为消费者的消费理念比较落后,而另一方面是因为行规不完善,造成整个行业庞杂无序。”河南省眼镜协会秘书长王卫东分析,眼镜行业是个半医半商的特殊行业,在国外,对眼镜店的开业实行严格的审核批准制度,而我国只在生产许可方面做出了相关规定,对眼镜店的开业是没有没有什么限制的。

目前眼镜行业存在进入门槛较低、

从业人员整体素质较低等问题。目前,该行业若要实现规范管理,除了需要技术层面的矫正,还应加强法律监管,严惩仿冒劣质产品。

在菜市场,通常可以找到公平秤,现场验证是否短斤缺两;在玉器市场,专门设有质量鉴定中心,可以随时检测商家的诚信度。但是,在配镜这个关系到人身健康的关键问题上,消

费者却无处寻觅保障自身权益的专业鉴定部门。一副镜片商家说多少钱就多少钱,商家说怎么好就怎么好,消费者从表面上根本看不出来。

#### 大型眼镜连锁机构会日趋成熟

提及河南眼镜行业何时能与世界接轨,王卫东还是很有信心的。

“目前我们不是有‘中国驰名商标’了吗?不也有了具备国际一流水平的视光中

心吗?这说明从业者在看问题之后,在积极地想办法去引导市场,转变观念,走向光明。下一步,随着大型的眼镜连锁机构日趋成熟,那些低端的、无序的眼镜零售店的生

存空间只会越来越小。”王卫东说,“如果非要问我这个行业何时会真正繁荣、成熟的话,我觉得至少还需要十年时间。到时候我们不仅仅是眼镜大国,更是眼镜强国。”

## 不管你信不信,反正我是信了 金鑫珠宝,送U盘金砖了

“买珠宝真的送金砖吗?”自8月7日金鑫珠宝推出“送金砖U盘”活动后,很多读者纷纷致电晚报表示怀疑。为此,记者近日前往位于二七广场的金鑫珠宝友谊店探访。一名消费者拿到沉甸甸的限量版特制金砖U盘后,激动地说:“一开始我也不相信,是抱着去看看的心态来随便逛逛的。后来看见好几个顾客真的把金砖拿走了,我才动了心。现在不管别人信不信,反正我是信了!货真价实的金砖啊!”

晚报记者 王一品



#### “本次活动重在文化营销”

据了解,此番活动从8月7日至31日。其中有三项满额赠活动最吸引眼球:一是买钻饰满1万元,即送“山楂树之恋”纯金吊坠一件;二是买钻饰满3000元即送限量版特制金砖U盘一块;三是买黄金满5000元即送限量版特制金砖U盘一块。

“面对日益激烈的珠宝市场竞争,做好服务已成为企业的一大共识。面对产品同

质化严重,市场竞争差异化越来越小,靠什么赢得客户?就是货真价实的商品和服务,就是比别人更优惠、更大胆、更创新的促销活动。”“本次活动金鑫珠宝重在文化营销。一是依托经典电影的背景,希望更多的年轻人能拥有一份永生难忘的爱情。二是借助现代科技的力量,希望更多的中老年人也能越来越时尚。”

#### 产品优势+品牌服务=核心竞争力

金鑫珠宝自开业以来一直把服务消费者放在第一位,从之前的“宁失万两金,不负顾客心”,到今年上半年的“牡丹花服务”,无不体现着该企业“金饰专家,至真服务”的信条。据了解,“牡丹花服务”的推出,不仅为消费者提供了贴心、专心的会员服务,也开启了珠宝行业及零

售行业服务的新秩序、新典范。

做好商业就十个字:“产品、品牌、服务、规模、营销。”金鑫珠宝通过打造珠宝服务品牌、卖场品牌,形成规模化、专业化、品牌化,同时以突出产品优势为特色,引领时尚,引领高端,彰显个性。



## 郑州也有国际级的珠宝展了

8月19日至22日,郑州国际会展中心,将迎来第一次国际级、专业化的珠宝首饰展览会——2011郑州国际珠宝首饰玉石展览会。在我市大力发展会展经济之际,这一突破性的展会,势必更能全面地展示河南形象。

价值2000万元的金镶玉佛饰雕件将亲临现场,爱钻珠宝将为您诠释奢华配饰的魅力,台湾珠宝精品会璀璨亮相,缅甸毛料赌石将为您带来刺激与好运……与此同时,承办此次展会的郑州海名汇博会展策划有限公司还特邀国际

级珠宝鉴定师到现场免费提供咨询、鉴定服务。

纵观郑州珠宝首饰行业,一直蕴藏着惊人的潜力。比如国际知名品牌卡地亚在郑州开设的精品店,每年销售额都有30%~40%的增长。可是,尽管郑州已经成为国际卖家必选之地,却一直没有国际级的珠宝首饰展会。以至于业内人士说:“郑州人在奢侈品消费上相当低调,与此同时,他们对高端商品的消费能力却足够惊人。”

如今,这种怪现象终于被“打破”。郑州海名汇博会展策划有限公司董事总经理肖奎先表示:“本次展会是郑州珠宝市场目前唯一的一次专业珠宝展,也是郑州国际会展中心第一次承接如此大规模的珠宝展,这将开启郑州乃至河南珠宝行业的新纪元。” 晚报记者 王一品

## 王老吉“红动中国” 完美演绎新时尚盛宴

百位明星、百万粉丝,千万网友,“不怕上火,红动中国——王老吉唱支红歌给你听”活动红动中国,成为2011红色主旋律的时尚盛宴。

作为向建党90周年的献礼,“王老吉唱支红歌给你听”活动,通过丰富的形式,邀请尚雯婕、刘晓庆、刘劲等众多著名演艺明星传唱红歌,重新诠释了新时代的红歌新风尚,为红歌主旋律的潮流中注入了新的活力。这一创新之举,取得了良好的社会反响,使得红罐王老吉形象深入人心,成为消费者心目中国民族、娱乐、时尚的品牌符号。

自5月22日活动启动以来,获得了数千万网友的赞誉和追随,在王老吉“红动中国”活动官网上,网友热情参与唱响红歌,2000多万的网友关注此次活动盛典,200多万的网友热情参与到活动中。幸运网友及消费者随同当红影视明星,硬汉偶像段奕宏、实力演员黄海波,联袂光线当家主持人谢楠、方龄先后走进延安、井冈山,与当地群众一起,红歌互动、红歌对唱、红歌



联播,让红色旋律响彻老区。

加多宝公司在建党90周年之际,携手普通消费者,红色之旅走进延安、走进井冈山革命圣地,与当地人民面对面交流,感受老区红色精神。作为凉茶始祖王老吉一直秉承中华民族源远流长、博大精深的中华文化精神,弘扬中华民族优秀传统文化,传承和发扬中国凉茶文化,将传统的中国养生文化与现代产业相结合,推动凉茶文化走向世界,提高中华文化国际影响力。唱红歌活动的成功举办进一步彰显了王老吉根植华夏、弘扬中华精神精髓的企业社会责任感,也进一步为凉茶事业的发展奠定了深厚的文化基础,品牌的文化基因得到进一步的升华。 晚报记者 万佳