



越来越多的人如今都拥有多件首饰,可以配合不同的时装,不断更换款式,一件搭配适宜的饰品,给人带来时尚、个性之感。可以说,配饰的成功是装扮的最高境界,戴什么比穿什么更为重要。

四月临近,珠宝消费明显火热起来。金鑫珠宝里的钻石卖火了;周大福、周生生等品牌新品一上市就被抢购;“中华珠宝名店”龙凤珠宝新进河南……这一切都在向我们提示这样一个潮流趋势:珠宝消费平民化、生活化、时尚化的步伐已越来越快。

记者 熊维维

珠宝从保值到时尚

工艺创新引领产品更时尚

## 第二届中国郑州国际珠宝展览会今开幕 台商组团展出,看好郑州珠宝消费市场



# 珠宝时尚化 “炫”出时代感

今天的时尚界,谁能担纲主角儿?专业展览会汇聚了行业最新的技术、产品和信息,已成为一个行业的晴雨表和重要的贸易平台。在今日开幕的第二届中国郑州国际珠宝展览会上,斯里兰卡宝石、澳大利亚欧泊、韩国水晶精品、巴林鸡血石、台湾七彩玉、台湾蓝宝、台湾碧玺、珊瑚、巴基斯坦等国外企业带来了独具特色的名贵珍品,台湾厂商为观众集中展示多种表现东方艺术和文化价值的翡翠、珊瑚和彩色宝石等设计新品,每件首饰都蕴含了设计师的激情和灵感。

随着中国经济的发展,珠宝首饰迅速发展,已成为继房地产、汽车之后的第三个消费热点,拥有1亿人口的河南,珠宝消费市场潜力巨大。

来郑参加第二届中国郑州国际珠宝展览会的不少台湾珠宝商家日前接受记者采访时表示:“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。”近年来,随着人们对奢侈品消费观念的逐渐转变,珠宝首饰开始走入寻常百姓家。

由此珠宝企业开始从产品制造向产品创造、从产品营销向文化营销转变,高度重视产品的设计开发和工艺制造技术,开发具有国际先进水平的工艺技术。例如在今天开幕的第二届中国郑州国际珠宝展览会上,有珠宝品牌就推出了太空金素金、镶

嵌、通花、烤漆等品类首饰产品,一些工艺还获得国家专利,还有品牌推出的千足黄金系列产品,解决了千足金可保值但款式较陈旧,K金虽时尚但增值空间不大的难题。

在丹尼斯珠宝专柜,一位女士购买了一款“宝相花”的项链,营业员表示能根据这位女士颈部的粗细现卖现编。正在选购珠宝首饰的蔡

小姐表示:“不管黄金、铂金,样式好了就值得购买。”销售员张女士介绍,如今购买珠宝的人以年轻消费者居多,关心重量的人不多,大多为装饰而买。有珠宝业内人士表示:“现在珠宝饰品不再是以重量来衡量它的价值,消费者更注重其工艺的精细和时尚化。”



在复杂多变的饰品市场中,产品时尚永远是一个不可或缺的元素,它向消费者传递着流行潮流的讯息,引导着产品的创造方向。有业内人士表示:“饰品反映的是一种人文文化,个性化的设计既要重视民族特征,又需要追随时尚潮流,将传统工艺、现代思维、个人才能、自然材料、现代工艺、新科学、新材料完全融合到产品中,用产品‘炫’出时代感来。”

郑州晚报 我们一直在你身边

贯彻落实中宣部“走、转、改”精神  
庆祝《郑州晚报》创刊63周年、“5·30”改版10周年

# 2012年 郑州晚报 进社区 即将启动



《郑州晚报》进社区活动已经成功举办10年,走进了百余个社区,为居民解决了几万件实事,并催生了我市“邻居节”。

诚 邀

秀出你的风采,晚报搭台,你来表演  
诚邀:各类演出、艺术培训、健身机构、学校和社区文艺表演团体、有才艺的市民共同参与公益演出

面对面的展示,晚报搭台,你来推介  
诚邀:各类商家来社区推介产品和服务,为社区居民送来诸多实惠

招商报名电话:0371-67655526 67655678 18638929923