



新款的钻饰、设计精美的彩宝、造型别致的黄金饰品,在灯光下熠熠生辉;珠宝美钻,搭配华丽美服,由模特们演绎出万种风情。7月8日下午,中国黄金珠宝高峰论坛在郑举行,活动现场,金鑫珠宝、中原珠宝城、一心珠宝等中原珠宝大腕悉数亮相,众多品牌珠宝商纷纷上台论道发展。同时数家品牌推出了新款珠宝首饰秀,让来宾们近距离欣赏到令人目眩神迷的珠宝魅力。 郑州晚报记者 熊维维 文/图

促进发展 保证繁荣 / 挖掘珠宝文化内涵是关键

最近十年来,国内的珠宝行业蓬勃发展,河南的珠宝首饰市场也进入快速发展期,而近年来,郑州专业经营珠宝的大卖场也进入快速发展期。

与此同时,随着收入水平的提升,河南人的珠宝消费也呈水涨船高之势。目前,全国范围内各类黄金珠宝品牌店、大中型商场黄金珠宝专区及黄金珠宝城总数已达2万余家,黄金珠宝行业的规模扩张速度明显。近一时期,黄金价格暴跌、“315千足金事件”等系列突发事件,严重影响了黄金珠宝行业。

“珠宝作为饰品其实并非只追求‘真、纯、高’,应该适合各种身份、各种收入的消费者,这才是真正的珠宝文化,做好这方面的宣传工作,能使珠宝行业更加蓬勃发展和市场繁荣。”河南省珠宝玉石首饰行业协会会长刘长秀告

诉记者。

刘长秀认为,目前,中原珠宝行业步入全速发展快车道,然而,珠宝市场的正常发展之道是正确认识珠宝的文化内涵,并与经济一体化发展,但受各方面因素的影响,“珠宝大众化”仍具有时间的长期性和任务的艰巨性。

有调查显示,在河南珠宝市场,目前黄金消费在全部首饰消费中占六成左右,受中国传统消费理念影响,购买珠宝类饰品多为婚庆、礼品等所用,珠宝商亟须创新各种营销模式以吸引消费者。在刘长秀看来,众多珠宝品牌商家需要不断创新发展思路,提高加工工艺,提升产业附加值,从品牌建设、行业文化等方面进行努力,进一步加强行业宣传和信息交流,构建以郑州为中心,全国中部地区最大珠宝加工销售中心。

品牌云集 竞争加剧 / 珠宝商“苦练内功”寻突围

在中国黄金珠宝高峰论坛的活动现场,不少珠宝商家在接受记者采访时表示,今年的珠宝市场竞争将会更加激烈,因为随着中原城市化发展,越来越多城市综合体涌入中原,更多的珠宝品牌开始抢占中原珠宝消费市场。

金鑫集团董事长年永安坦言,外来品牌带来的不只是冲击,其对中原珠宝市场的进一步发展也提供了助力。外来品牌将给中原珠宝市场带来更多前沿的理念,同时可以让珠宝商们认识到自己的优劣势,从而重新定位。

中原的珠宝商家,很多是从小金店发展起来的,他们根据市场需求,在发展中都各有侧重,比如有的珠宝店侧重做翡翠玉石,有些珠宝店主要做黄金饰品,还有些珠宝店主攻钻石

饰品,有些珠宝店则往综合型卖场发展。在款式上,相比以往,中原珠宝市场也有了很大提高,很多珠宝店老板为了给广大消费者提供时尚前沿的珠宝产品,都会到香港、上海、广州等大都市去取经,很多香港那边的款式在中原珠宝店都可以买到,有的甚至可以在原来的款式上加工,设计出符合中原人需要的珠宝产品。

作为中国珠宝、百泰首饰、老庙黄金、中金一品的河南区域总代理,郑州一心珠宝有限公司运营总监曹桂军也表示,随着珠宝业竞争的加剧,品牌效应显得更为重要,众多知名品牌云集中原,将会让更多珠宝品牌认识到市场竞争的激烈,从而做出更大的努力拉近距离,而品牌塑造和品牌升级正是促进品牌消费的关键。

个性产品 专业服务 / 抢占市场份额的制胜之道

如今,中原珠宝市场上的品牌越来越多,珠宝市场竞争激烈,本土珠宝商如何在这场争夺战中抢占尽可能多的份额,成为珠宝商们关注的话题。

郑州市一心珠宝有限公司运营总监曹桂军表示,当市场发展逐渐走向成熟,珠宝商更应提供更加专业的服务,不要走价格战路线,一味强调价格优势的后果不仅仅是企业获得的利润不高,还会将行业这块“大蛋糕”越做越小。

珠宝行业发展成熟后,款式和服务才是核心竞争力。因为随着80、90后消费力的兴起,这一群新兴的消费者在挑选珠宝产品时更加注重款式设计、服务等方面,如果商家们在这一方面下工夫,或许将会获得不错的发展。还有商家要重视品牌的重要性。因为珠宝业拥有自身的品牌优势,除了让消费者买个放心,也要能够充分体现品牌产品的个性化、服务专业化,从而吸引更多的消费者光顾珠宝店。

金鑫集团董事长年永安也表示,如今的消费者尤其是高端消费者,更加注重购买珠宝饰品时享受的乐趣及高水准的服务。为此,金鑫珠宝的导购员会站在顾客的角度考虑问题,推荐适宜的产品给消费者,不因为自己的私利而向顾客推荐那些不适合的饰品。“中原城市化速度很快,从外地来到郑州的新郑州人将成为这个城市的消费主力之一,因此在未来,我们将重点开拓这些客户,同时不断提升自己的服务,让更多人认识金鑫这个品牌。”老庙黄金河南区域的相关负责人认为,当下的珠宝市场竞争激烈,老庙黄金将创意设计作为产品开发的重中之重,依靠自主创新,在创意设计上下足工夫,立足中国优秀传统文化,在设计中表达有别于其他品牌的新颖之处。

除此之外,记者还了解到,为了尽可能多地抢占市场份额,许多珠宝商更多关注珠宝产品的款式、特色产品等方面。

中国黄金珠宝高峰论坛在郑举行,珠宝大腕论道发展 中原珠宝步入全速发展快车道 竞争提升实力 品牌成就未来

观点 1+1

河南省珠宝玉石首饰行业协会会长

刘长秀

金鑫集团董事长
年永安



目前,中原珠宝行业步入全速发展快车道,然而,珠宝市场的正常发展之道是正确认识珠宝的文化内涵,并与经济一体化发展,但“珠宝大众化”仍具有时间的长期性和任务的艰巨性。众多珠宝品牌商家需要不断创新发展思路,提高加工工艺,提升产业附加值,从品牌建设、行业文化等方面进行努力,进一步加强行业宣传和信息交流,构建以郑州为中心,全国中部地区最大珠宝加工销售中心。



外来品牌带来的不只是冲击,其对中原珠宝市场的进一步发展也提供了助力。因为外来品牌将给中原珠宝市场带来更多前沿的理念,同时可以让珠宝商们认识到自己的优劣势,重新定位,将各自优势发挥出来。中原城市化速度很快,从外地来到郑州的新郑州人将成为这个城市的消费主力之一,因此未来,我们将会重点开拓这一些客户,同时不断提升自己的服务,让更多人认识金鑫这个品牌。



落子济源 伊利全国布局再升级

今年,伊利集团加大了在国内、国际同步“织网”的力度,7月10日,伊利河南济源乳业有限公司正式竣工投产。该项目投资5.7亿元,达产后,年加工液态奶39万吨,实现年产值约26亿元。该项目的投产,使得伊利集团“纵贯南北,辐射东西”的全国战略布局在河南这个枢纽上又添重要一子。

自2006年以来,伊利集团逐步推进“五年三步走”发展战略规划,统筹各区域的奶

源基础、消费市场、物流交通等优势,通过“定制式”投资,实现了产能布局与产品结构的双重升级。而此次河南济源液态奶项目的投产,是伊利实现“五年三步走”发展战略后,全国布局再一次得到深化和加强。

据介绍,伊利的入驻,将全面激活济源地区资源优势。由于乳品的产业链涉及多个环节——养牛所需的饲料可以带动饲草、青贮等种植业的发展,原料包材的供应则可

带动纸业、塑料制品的发展,而大量的原奶收购需求则更将带动种植业的规模化、纵深化发展,同时,大量的成品出厂销售则又给当地物流业的发展增添了动力。

乳业专家陈渝认为:“近年来,伊利稳步推进全国布局,伊利的投资,是在统筹各地的奶源基础、消费特点和交通物流等因素后,选择最具优势的组,所以,每个项目都很有区域特色。” 万佳

