



到乐语 买手机 二七路 盛大开业

移动营业厅

详询: 66388888
0371-66388888

全国首次关注空巢老人公益烛光晚会在郑州举行 珠宝企业深掘文化内涵提升竞争力

“烛光里的奶奶”空巢老人祈福现场



珠宝企业通过公益活动提升品牌影响力

“出门一把锁，回屋一盏灯”，这是对丧偶、离异的单身老人们生活的形象描述，而空巢老人和留守老人也逐渐成为社会关注的焦点。11月10日晚，在郑州市二七路金鑫珠宝正弘店前的广场上，举办了一场特殊的相亲会，这场相亲会的参加者，不是大龄男女青年，而是丧偶或离异的单身老人。负责承办此次“烛光里的奶奶”大型烛光祈福晚会的新时代相亲俱乐部负责人说：“该活动旨在呼吁子女多关心空巢老人，让空巢老人不再寂寞孤单。”

郑州晚报记者 樊无敌 文/图

珠宝商争做慈善提升自身影响力

随着珠宝企业力量的增强，珠宝企业的慈善力量也在不断增加。作为有爱心的企业，金鑫珠宝一直以来热衷社会公益事业，并公益赞助新时代相亲俱乐部。2013年单身节，特别为空巢老人举办相亲专场，及“烛光里的奶奶”大型公益祈福活动。现场邀请相亲老人上台讲述

感情经历，社会爱心人士在场人士共唱“黄昏恋曲”为他们爱心祈福，最后点亮大型烛光矩阵，集体祈福让空巢老人不再寂寞孤单。

新时代相亲俱乐部负责人介绍，之所以举办此活动，目的是希望能得到各界爱心人士的支持，期待更多的爱心人士到场参加大型

烛光晚会，为空巢老人进行爱心祈福。

其实，和金鑫一样不断通过各种慈善公益活动传递“社会正能量”的企业还有很多，龙凤珠宝在商丘的爱心助学活动、周大福珠宝的“为你点亮一盏灯”等慈善公益活动都受到了社会的关注和好评。

要发展挖掘珠宝文化内涵是关键

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。河南省珠宝玉石首饰行业协会会长刘长秀指出，众多珠宝品牌商家需要不断创新发展思路，从品牌建设、行业文化等方面进行努力。

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表示，随着珠宝业竞争的加剧，品牌效应显得更为重要，品牌塑造和品牌升级正是促进品牌

消费的关键。

“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。”金鑫集团董事长永安说，我们不仅要认识到自己的优劣势，重新定位，将各自优势发挥出来，还要通过各种公益活动，塑造金鑫这个品牌的知名度和美誉度。

目前，在河南珠宝市场，珠宝商亟须创新各种营销模式以吸引消费者。刘长秀指出，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。

抢占市场份额的制胜之道是什么？

对一家企业而言，如果市场意味着利剑，文化则代表了思想。正确的市场战略能帮助企业跑马圈地，但从长久来看，企业文化决定它到底能走多远。

“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，不要走价格战略路线，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。”曹桂军说，珠宝行业发展成熟后，款式和服务才是核心竞争力。

随着80后、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功夫，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。永安说：“如今的消费者尤其是高端消费者，更加注重购买珠宝首饰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。”

行业资讯

中国酒业职业经理人河南俱乐部成立

11月9日，中国酒业职业经理人河南俱乐部在郑州正式成立。“中国酒业职业经理人”隶属于中国酒类流通协会，专注于中国酒行业高端人才培养，致力于提高国内酒行

业经理人的职业素质。

据悉，俱乐部成立之后，将为酒业经理人们提供一个创造职位、创新业务、创造价值，共同开创美好未来的平台；加强酒业经理人之间的沟

通交流、携手同心、共同进步。同时，俱乐部还将邀请会员参加定期、不定期的各种大型活动，以便增加职业经理人与酒厂、大型经销商的互动及合作机会。朱江华

首届“豫酒杯”全省酒类行业职工篮球赛仰韶展风采

11月7日上午，由河南省财贸轻纺烟草工会、河南省酒业协会联合主办的为期3天的首届“豫酒杯”全省酒类行业职工篮球比赛拉开了序幕。

据悉，共来自豫酒名企的8支球队参加了本次比赛，仰

韶酒业队在赛场有不俗表现，在本次比赛中荣获亚军。

据了解，仰韶酒业一直积极关注和支持体育事业的发展，致力于推动河南体育文化事业的繁荣和发展。仰韶·彩陶坊先后赞助了“2012年河

南省全民健身比赛”、“仰韶彩陶坊”杯高尔夫球赛”、“2012年伦敦奥运会河南军团壮行专用酒和庆功专用酒”、“仰韶彩陶坊酒被奥运冠军李雪英收藏”等一系列与体育文化有关的活动。贺荣凤

第二届中原糖酒食品交易会现场成交逾亿元

11月9日~11日，由河南省酒业协会、鹤壁市商务局等单位主办，鹤壁市酒业协会、瑞城展览服务有限公司承办的第二届中原糖酒食品交易会在鹤壁市会展中心举办，共设展位460个。三天会期共接待参观人数达3万多人次，现场成交额逾亿元。

据了解，本次糖酒会不仅有代表性的豫北酒企大部分到场，仅鹤壁市就有68家企业参与展

出，且以酒企为主。此外，来自省外多家酒类企业，在交易会上也都有精彩呈现。河南省酒业协会会长熊玉亮参观了这次交易会以后总结道，定位很准，大部分参展企业都是小微企业，他们在平常很少有机会参加大型交易会，中原糖酒食品交易会弥补了他们的缺失。同时可以看到，鹤壁地产酒正在发力，相信很快会发展起来。贺荣凤

丸美6重惊喜神秘买家浪漫求婚

近日，丸美峰·跃限量版纪念礼盒活动的神秘买家终于露出庐山真面目——通过精心策划，以拍卖所得的6重惊喜为爱情信物，在银河SOHO向相恋11年的女友进行了一场“丸美”的求婚。

近日，丸美峰·跃限量版纪念礼盒拍卖以82666元一锤定音，引起了网友的轩然大波。原来，这位神秘买家的女友是丸美的忠实粉丝，丸美推出的限量版礼

盒让女友蠢蠢欲动。于是，神秘买家就突发灵感，以82666元的价格竞拍，将这6重惊喜送给她，正好借这个机会向她求婚。最终，丸美公司倾情相助，精心准备了玫瑰花、氢气球、“爱情长跑线”等浪漫信物，并指派工作人员全程协助神秘买家现场求婚，以更好地助力买家抱得美人归，完成这场浪漫的爱情告白。鲁红

绵柔杜康品鉴推介会在北京举行

11月6日，由洛阳杜康控股与新食品杂志社联合主办的“绵柔杜康 品质中国——调整期中国白酒盈利商机论坛暨绵柔杜康品鉴推介会”在北京举行，洛阳杜康控股销售公司总经理苗国军、销售公司总经理助理徐振江、京津大区总监贺

保举，以及来自北京各区域的60多家白酒重点经销商参会。

据苗国军分析，目前白酒行业形势严峻，行业已经进入调整期，名酒时代已经衰弱，民酒时代已经到来，经销商应该重点关注中国第一历史文化名酒的白酒品牌——杜康，重点

关注杜康产品线结构中，顺应民酒时代的产品，如酒祖杜康窖藏、国花杜康、中华杜康、绵柔杜康、杜康老酒等，而杜康也将重点打造北京、天津市场，加大各方面的投入力度，与经销商携手书写逆势复兴的传奇。贺荣凤