

## 2013中原黄金珠宝行业年度“风云榜”继续揭榜 乾昌珠宝“最受消费者喜爱”

自本报2013中原黄金珠宝行业年度“风云榜”评选活动启动以来,备受各界好评。目前,榜单已经出炉,我们会陆续为您揭晓。

本周,应读者要求,我们要揭晓“年度最受消费者喜爱品牌”,因为这是广大消费者最关注的一个奖项。

据了解,在投票评选阶

### 年度最受消费者喜爱品牌

**获奖理由:**乾昌珠宝始于1989年,是一家集设计、制作、批发、零售、加盟连锁为一体的大型珠宝企业。公司发展至今,已在河南、深圳、黑龙江、新疆、陕西、四川、江西、湖南、湖北等地设有大型的珠宝展厅及批发零售中心。乾昌珠宝定位于大众化消费,是切切实实让利于民的珠宝品牌。

消费者亲切地称乾昌珠宝为“最亲民”的珠宝,不只是

段,该奖项的角逐最激烈。金鑫珠宝、天成珠宝等都曾阶段性地登上该榜单第一的位置。

但是,在最后两周,乾昌珠宝“突然发力”,一举斩获“年度最受消费者喜爱品牌”大奖。有不少消费者表示:“乾昌珠宝价格合理、品质又好、贴心完善的售后服务,这一票必须投给它!”

### 乾昌珠宝

因其在每一场促销活动中都尽可能满足各个层次消费者的不同需求,更因其强大的“零门槛”售后服务体系。以最近乾昌开展的“盛惠贺新年”活动为例,其最大亮点在于黄金可免费全城调换,而且不限品牌、不限克数。除了能黄金换黄金,也能以黄金当日价来调换柜台里所有饰品。另外,即便顾客在活动中只买了几款超低折扣的特价商品,也照样享有跟普

通商品一样的“售后服务”,可免费清洗、保养、维修。

2013年,对于乾昌珠宝来说,是跨越升级的一年,是突破求新的一年。这一年,乾昌珠宝城落户商丘,为企业的开拓发展再添新力量;这一年,《情锁乾昌》杀青,缔造珠宝界首部微电影。不管是产品亲和力,还是品牌影响力,乾昌珠宝都不愧为“年度最受消费者喜爱品牌”。

郑州晚报记者 王一品

## 周大福携手朱冰 开启郑州欢庆季

1月3日下午,由国内著名珠宝厂商周大福发起的“欢庆聚,乐相随”郑州欢庆活动正式启动。在这节庆之时,秉承“真诚·永恒”品牌理念的周大福,携手河南卫视《梨园春》主持人朱冰共乘“欢庆号”快乐列车吹响欢庆季活动的序幕。

本次活动,周大福倾情奉献,活动现场更被布置成为可爱十足的福星宝宝月台场景,让到场嘉宾的心提前踏上了返乡的旅程。随后,著名节目主持人朱冰的到场,更是将活动气氛推向高潮。接受采访时,周大福河南区高级经理岳磊介绍说,双节期间,周大福将人们对新年的美好祝愿幻化为代表健康、平安、快乐、真情、家和、智慧、财富的福星宝宝。并将象征着道劲、昂扬的马之形象,雕刻成精致的马年生肖足金珠宝,在栩栩如生的金马中感受喜气与祥瑞。 郑州晚报记者 周华

## 飞鹤载誉2013 做专属中国宝宝的好奶粉



在2013年,飞鹤获得系列荣誉,成为其半个世纪以来坚持专注于奶粉领域最好证明。

2013年初,工信部公布了2012年国家级信息化和工业化深度融合示范企业名单后,飞鹤乳业被授予国家级“两化”深度融合示范企业称号。此后,飞鹤在中国质量万里行市场调查活动中荣获“质量信誉承诺单位”。

最近一年来,飞鹤的品牌影响力倍增。在新浪婴幼儿盛典上摘得“市场竞争力品牌”和“推荐品牌”两项大奖,在新浪年末的“爱孕婴童”盛典上获得“最具市场竞争力”大奖,在中国网财经峰会上斩获“远见2013之开拓创新奖”。此后,飞鹤又获得腾讯2013年度微盛典“最具活力企业品牌”称号,及搜狐2013年度金赢销奖“最佳精准营销奖”。飞鹤品牌得到公众极大的认可与支持。

在产品方面,飞鹤更是始终坚持“质量不为任何事情让步”的生产原则。2013年8月,四川消协婴儿配方奶粉比较试验结果公布,飞鹤奶粉不辜负消费者信赖,被证明各项指标更优。随后飞鹤又荣膺“中国食品健康七星奖——年度食品制造企业”。

飞鹤凭借着在奶粉领域的辛勤耕耘,得到越来越多消费者的信赖,也越做越强,已入围2013黑龙江企业100强。2014年,飞鹤将迎来52岁生日,相信其不仅会继续脚踏实地做好专属中国宝宝的好奶粉,并会在产品结构和品牌影响力方面都取得更加卓越的成就。 郑州晚报记者 王一品

# 2014 战略联盟+特色经营=? 传统店商要“时尚”突围

刚刚过去的2013年,传统零售业并未摆脱困境,这是客观现实。“越是困难时期,越要调整经营指导思想,发现新的契机。”近日,河南省商业行业协会会长张慧玉分析道,“2014年,传统百货商场应该考虑如何在同质化竞争中依托战略联盟、特色经营突出重围,抓住新的增长点。” 郑州晚报记者 王一品



扫一扫 更精彩

## 河南商业实现多业态多品牌大融合

2013年12月28日,河南省商业行业协会商业服务业品牌拓展工作委员会正式成立。该委员会是经河南省民政厅注册登记的全国性行业组织的分支机构,委员会由国内外知名连锁百货、购物中心、超市、餐饮、娱乐、酒店、家具、院线、电器数码等行业的企业开发负责人组成,实现了多业态多品牌大融合。

据了解,该委员会主要负责人员是经全体委员理事成员选举产生,现任负责人为李华伟(大商集团郑州地区集团发展总监)。理事会员覆盖了国内外著名的连锁品牌,包括大商集团、丹尼斯百货、百盛、家乐福、大润发、永辉超市、世纪联华、奥斯卡院线、CGV院线、国美电器、苏宁电器、肯德基、必胜客、星巴克、豪享来、屈臣氏、巴奴火锅、迪卡侬等100余家商业品牌。

## 传统商业发起“战略联盟”

在委员会成立仪式上,不仅能看到河南省商业行业协会会长张慧玉、大商集团郑州地区集团总裁皇甫立志、丹尼斯百货总经理蔡英德的身影,更能看到河南省房地产商会秘书长赵进京,以及万科地产、建业地产、保利地产、升龙置业、豫发置业等近200家省内外知名地产企业的高管来参会。

## 用“时尚感”和“体验感”来突出重围

数据显示,2013年全年,信息消费规模超过2万亿元。面对电商一次次的冲击,传统店商若要摆脱困境,除了“结盟”,未来还需要去发现新的增长点。

在2013年年底,十八届三中全会的召开传递出许多“商业”信号,对于传统零售业的未来无疑是值得期盼的。“比如加快城镇化步伐,这显然是一种增进消费信心的讯号。伴随着改革开放的历史新时期,城镇

“传统百货商场需要拓展,而地产商业刚刚崛起又面临着业态整合、品牌资源、经营管理、市场分析等一系列问题,所以大家需要沟通渠道,一个资源共享的平台。”张慧玉在谈起创办商业服务业品牌拓展工作委员会的初衷时说,“这是河南首个品牌拓展协会,要为商企和品牌之间搭建更畅通的桥

梁,也要为商业地产的发展提供更丰富的资源,更要为我们这座城市的商业网点规划出谋划策。交流行业经验、整合商业资源,委员会还将起到商业地产咨询、项目论证、规划设计、商业资源推介等功能。”传统商业此番发展的初衷时说,“这是河南首个品牌拓展协会,要为商企和品牌之间搭建更畅通的桥

梁,也要为商业地产的发展提供更丰富的资源,更要为我们这座城市的商业网点规划出谋划策。交流行业经验、整合商业资源,委员会还将起到商业地产咨询、项目论证、规划设计、商业资源推介等功能。”传统商业此番发展的初衷时说,“这是河南首个品牌拓展协会,要为商企和品牌之间搭建更畅通的桥

消费者又需要怎样的时尚?以服装来说,个性化且适合自己的潮流服饰,才是真正的时尚。因此,我们的商场必须打破同质化。”

毫无疑问,新的一年,传统店商将在新形势下不断创新,在新机遇中迎接挑战。希望他们依托特殊经营、个性魅力,用真正的“时尚感”和“体验感”来突出重围,发现并抓住新的增长点。