金价走高点燃市民投资热情

业内人士提醒:投资黄金饰品,获利并不容易

本报11月3日讯(记者 王宗吉) 近几年,黄金价格持续走高,也催生了不少德州市民投资黄金饰品的热情。黄金具有保值性好、容易变现的“准货币”特性,但黄金饰品由于存在加工、流通环节等因素,投资获利并不容易。

“从今年六七月份到现在,千足金的价格每克至少涨了三四十元。现在千足金的价格达到了360元/克。很多市民来买黄金饰品就是抱着保值升值的目的。”李小姐说,她负责的柜台每天都能成交三四十笔。现在是婚庆的高峰期,来购买饰品的情侣较多,但多数消费者还是本着投资的目的来的。

“黄金的价格这几年一直维持在高位,买些首饰既能讨女朋友欢心,还能保值增值、投资两不误。”在该金店选购黄金饰品的程先生说,黄金的市场行情一直在上涨,投资黄金饰品比把钱放在银行里好多了。现在物价上涨快,银行存款利率低,还不如投资在黄金首饰上来得划算。

记者了解到,很多首饰店并不开展换现业务,开展换现业务的店铺很少,即使能够换现,价格也很低。“我家里有些旧的金耳环,现在都不戴了,想找个能换现的正规店铺很难,而一些小店收购的价格又太低。”市民王正芳女士告诉记者,原以为黄金变现时很容易,没想到这么难。

在一家金店,刚完成变现的郑女士告诉记者,变现的黄金价格与市场价格差得太大了,一克能差50多元。想趁着黄金价格在高位时变现,但没想到现在变现远没有预想的盈利多。“我这些首饰是在2006年买的,那时候也就200元/克。现在变现虽然不赔钱,但考虑到物价上涨因素,并没有赚到多少钱。”郑女士同时表示。

某金店负责人许女士告诉记者,黄金首饰回到店里后,还需要返厂重新加工,这个过程不仅提高了加工成本,重新加工后再回到流通环节的黄金饰品,还需要缴税。这些费用加在一起,都需要从回收的价格里扣除,所以投资黄金饰品,远没有想象中那么容易获利。

加湿器热卖

11月3日,在德州一家电卖场内,市民正在选购加湿器。由于天气干燥,部分造型新颖、具有空气净化功能的加湿产品受到市民的青睐。

本报记者 马志勇 摄

火锅店迎来生意旺季

防员工流失 老板忙加薪

本报11月3日讯(记者 高倩倩) 眼下已是深秋,随着气温的降低,市民吃火锅的热情高涨,火锅店的生意也迎来了旺季。3日,记者在采访中发现,不少火锅店老板都忙着给员工涨薪加福利,以防止员工流失和应对用工荒。

“我们现在也通过计算工龄、增加福利等措施奖励员工。”天衢路上一家火锅店的工作人员告诉记者,本来餐饮业人员流动就大,再加上现在的用工荒,招到合适的员工不容易。“福利保障做到位了,员工也会觉得踏实,这样才能尽量减少人员的流失。”

3日中午,记者在湖滨中大道上的一家火锅店看到,大厅里坐满了正在吃火锅的客人,工作人员忙得不亦乐乎。火锅店门口贴着一张招聘启事。“现在招人可太难了,启事贴出来好久也没有招聘到合适的。”一名姓张的工作人员表示,现在招人那么难,还不如涨点工资留住现有员工。“招个新人来,对店里的情况不熟悉,忙的时候会跟不上。”

随后,记者又走访了几家火锅店发现,几乎每家店都或多或少地给员工涨了薪水,要不然就增加了福利补助。“现在正是生意旺季,本来就忙不过来,可不能再让员工流失了。”一家火锅店的李女士告诉记者,到了旺季,员工的工作量也会相应加大,往年都会有员工流失的现象。“在用工荒这种大背景下,我们今年早早地就给员工涨了二三百块钱的工资。”

相伴八年,搜索营销造就“巅峰智业”

纵观当下,企业融网之路所络绎不绝,让人想不到的是这种专为别人出谋划策的咨询企业也潜伏已久。一直以来,咨询行业给人的感觉是高智慧、高难度、小众市场,但真智慧为生。

北京巅峰智业咨询顾问有限公司跳出传统思路,运用新平台,抢占首发优势,经过八年搜索营销实践,把巅峰智业打造成国内领先、规模最大的专业涂料咨询集团公司。

从试一试到营销主力

巅峰智业的主营业务是为涂料企业提供咨询、属于广告业。一开始客户并不太愿意为广告付费。在上海服务咨询公司,有限公司在上海开设分公司,在国内这个行业还没有很成熟,公司只是进入了一个探索期。但上海业务比原北京公司的业务量要高,上海公司现在大概有六人,业务量要比北京要多很多。

因为整个行业的发展和成熟,导入期企业不太愿意付费。在合作初期很困难。因此,巅峰智业一方面不断地发展业务,另一方面加强对广告的宣传。

巅峰智业是如何做的呢?就是将自己不断调整一个正确的营销方式。“公司广告量初期很小,但后来随着行业发展上来的时候,从2002年开始,我们公司就要求后来的人不能再是我们业务员出身,必须是广告专业的。”

“我们在这个行业中,不断地调整,不断地学习,不断地发展,不断地成熟。”公司广告量初期很小,但后来随着行业发展上来的时候,从2002年开始,我们公司就要求后来的人不能再是我们业务员出身,必须是广告专业的。

“我们在这个行业中,不断地调整,不断地学习,不断地发展,不断地成熟。”

发掘潜在客户的利器

从2002年与搜索营销结缘,经过八年的实践,巅峰智业终于摸索出自己的营销模式,并成为行业内的佼佼者。在巅峰智业看来,搜索营销是为客户寻找潜在客户的利器,对于这种营销模式,巅峰智业有自信的方式。它们会为客户寻找适合他的搜索引擎,并且会把他的搜索引擎排名提高,这样就会为客户带来很多的潜在客户。

“搜索营销广告,不到新的营销工具,是很成熟,而且很,而在此广告的营销营销方式,搜索引擎营销的推广效果比广告的效果比广告的效果比广告的