

先考察市场再来现场 直销惠价格经得起考验



- ★每天购物千元以上前20名的读者再减100元
- ★专家现场坐镇,教你品鉴翡翠
- ★数千款翡翠玉镯、挂件、项链、手把件、镶嵌类等翡翠饰品,总有一款适合你

●相关链接

你不可不知的 翡翠“术语”

购买珠宝、翡翠的时候,我们常常会被一些专业的术语所困惑,不了解这些术语背后的真正含义,并忌讳莫深。其实,这些术语是很简单的一些日常口语,掌握这些术语对我们购买珠宝时是非常有帮助的。鉴于此,我们从各方面归纳了一些经常能听到的术语,希望能对大家有所帮助。

1. A货、B货、C货

翡翠A货:指仅经过机械加工,其颜色、结构、透明度等均保持天然状态的翡翠,即天然翡翠;

翡翠B货:是指将低档翡翠经过强酸处理漂洗,去除杂质、污点后,用胶或环氧树脂等材料填补经酸液浸蚀损失的空间,经这类处理的翡翠,鉴定证书会注明“翡翠B货”或“翡翠处理”;

翡翠C货:指人工添加外来染料或药品处理后的翡翠及其成品。其方法是借高温高压将染色剂渗入原来无色的翡翠中,使它的全部或局部染成翠绿色或紫色等,但其色泽会随时间转淡及变暗。

2. 水头

水头是指翡翠的透明程度。水头长、水头足则透明度高,水头短、水头差则透明度低。还有一种几分水的说法,是指用聚光电筒(点光源)来观察翡翠的透明度,并且用光线照入的深浅来衡量水头的长短,如3mm的深度为一分水,6mm的深度为二分水,9mm的深度为三分水。

3. 种

种也称“种份”。这是一个模糊的概念,种称呼是五花八门。例如,按照透明度划分“透明度高,则种好”,反之,则种差;透明度很好的称为“老坑种”,透明度差的称为“新种”,透明度介于两者之间的称为“新老种”;也有“玻璃种”(透明度很好)、“冰种”(透明度较好)等称呼。按矿床类型,有“老坑种”(即籽料)、“新坑种”(即山料)之分。按颜色和透明度的好坏,有“花青种”、“油青种”之分,等等。

4. 翠性

翠性是指翡翠中单斜辉石的解理面或晶面,对光的反射看上去呈片状、针状或星点状闪光,这种现象成为“翠性”。行内人士常形象地描述为蚊子翅、苍蝇翅。一般来说,单斜辉石颗粒越粗大,翠性越容易观察到。

5. 价格

我们常听到的“这个价位在小五”,“这个值中六”这样的术语,类似小三、中四、大五这些术语代表什么意思呢?首先,小三、中四、大五代表的是一个价格区间,并不是某个具体的数值。小、中、大分别代表价格数字开头的1-3、4-6、7-9,后面的三、四、五代表价格的位数。这样连起来我们很快就能知道小三就是100-399,中四是4000-6999,大五是70000-99999了。如果你认为某个商品只值800元左右,则可以说“这个价位在大三”。



齐鲁晚报翡翠直销惠济南站活动现场。

市民打爆热线 这样的活动应该早办

“真的只有商场折后价的1/3?”“我最近刚从商场买了一件3万块的玉镯,你们的活动怎么才举办?”本报将举办“大型翡翠玉镯厂价直销惠”的消息最近引发读者的广泛关注,本次活动组委会的两部热线电话被打爆。

“喂……,是晚报吗?我想买一个水头好的手镯,大约多少钱?”“你好,从我们赵家庄村怎么到银座佳悦酒店?”……

翡翠展消息刊出后,本报6380009和6380110两部热线电话,响个不停,全是

咨询6月28日举办的“翡翠直销惠”活动。尤其每天9:00到11:00,2部热线全占线,还有十几位市民甚至直接跑到报社咨询。

钢城的元先生:母亲为我们操劳了大半辈子,听说翡翠手镯能保老人平安长寿,想买个手镯送给她,表达我们的感激之情。

口镇的王女士:女儿“七夕”结婚,小两口前几天买了钻戒,但是我们这代人感觉送个翡翠手镯作陪嫁比较好,你们的活动有没有好一些的手镯,送给女儿作个传

家宝,就更有意义了。

开发区的李女士:这次销售的翡翠手镯真那么便宜吗?真的只有商场折后价的1/3?哎呀,最近商场搞活动,我刚买了一个3万块的手镯,真如报道的那样,我岂不多花了两万块,你们的活动怎么不早举办?

“没想到电话这么多,目前接到的电话不仅有钢城的、莱城的,还有口镇的,甚至新泰的,”组委会康总十分兴奋。她认为,从中可以看出,一方面是翡翠手镯需求很大,另一方面商场价格高

企抑制了市民购买需求。

康总介绍说,作为史上最大规模的翡翠展专场,此次直销惠将为读者现场展示上千款手镯,品种多、样式型号齐全,价格从几百元到几十万元不等,总有一款适合您。为了保证质量,让您买的放心,现场手镯每款都有鉴定证书,件件都是A货。在活动现场,齐鲁晚报还将聘请翡翠专家,为到场的读者免费提供翡翠知识培训和品鉴服务。本次直销惠最大亮点就是所有货品价格不到商场折后价的1/3。

先考察市场再来现场

“货比三家、价比三家”一直是老道的翡翠收藏者出手的一大原则。本次活动我们承诺:不到商场折后价1/3销售,绝对会说到做到,读者朋友可以利用活动开幕前的这几天时间,先考察一下市场,再来现场对比。

康总的自信是有事实根

据的,康总进一步解释说,在制订工厂价直销的策略之前,我们对于市场的消费心理进行了长期的揣摩。真正需要撬动的市场是几千元、几万元的这种中间市场,这部分市场的消费者有消费需求,埋单却很谨慎,而虚高的价格,实际上吓退了这批潜力不小的消费

群体。这次与齐鲁晚报回馈读者的翡翠A货切实做到了微利和零中间环节,每件货只加最低的毛利,这与很多同业几倍甚至十几倍利润,通过宣传包装促销的策略背道而驰,单件货品的利润下来了,总的销售额却冲到了行业领先。康总介绍说,实际上今年以来,翡翠

行业的整体销售已经遇到了瓶颈,很多同业品牌的销售出现了负增长,而通过“工厂价”策略,用这种“实在价”和实惠让利的措施,换取消费者的一个信任和信心,即回报了齐鲁晚报忠实的读者,也使我们成为业内为数不多的销售额增长的品牌。

多看看 多比比 升值也要分种类

“当然是品相越好的升值空间越大,但也并不是说只有那些几万甚至几十万的才有升值空间。比如我们在淄博直销惠时售价6500元的白底青手镯,在商场通常都要卖到3万左右,它的升值空间就很大;还有我们这里标价2000-6000元的挂件,在商

场的价格都要在万元以上,从它们的材质上来说,同样很有升值潜力。”康总强调说。而除了品相、质地、翡翠饰品的雕工和题材,也是翡翠能否升值的重要因素。为了这次在莱芜的翡翠直销惠,康总特地从云南的工厂,挑选了品相出众,而且题材、

款式更新颖的翡翠产品。类似紫罗兰手镯、冰糯手镯,还有转运珠、车挂件、平安扣、貔貅和如意等等。

“冲动型消费是翡翠消费过程中的大忌。”工作人员介绍,很多消费者之所以会上当,大多都是源自冲动型消费。要么在旅游景点,要么

是经不住销售人员或广告的诱惑。齐鲁晚报翡翠直销惠莱芜站,将于6月28日在银座佳悦酒店正式开幕,为期三天。作为消费者眼下可以去各大商场了解翡翠的基本行情,到时现场再加以比较,到底值不值得买,到时候再到现场做决定。



齐鲁晚报·今日莱芜“回馈读者第二季”

齐鲁晚报

翡翠直销惠 莱芜站

举办时间:6月28-30日 举办地点:莱芜银座佳悦酒店6楼 咨询电话:0634—6380009,6380110