

厂家直销价引来钻石“发烧友”

价格低至商场价的三分之一,赶快到太平洋大酒店抢购吧

本报9月6日讯(记者 秦雪丽) 6日,本报与“钻石普及运动”联手举办的“钻石普及运动”,在太平洋大酒店一楼拉开帷幕,活动首日,便以实惠的价格、精美的款式引来不少钻石“发烧友”。据了解,此活动持续到本周日,有需要的市民赶紧来抢购吧!

“到底买哪一款好呢?”在“钻石普及运动”展销会现场,看着款式多样的钻戒、钻石吊坠等首饰,一位女士有点拿不定主意。说起钻石首饰,这位市民可谓是一个“发烧友”,所有首饰都和钻石有关。

记者看到,光钻戒,这位女士就戴了两枚。而现场,和该女士一样的“钻石粉”不在少数。另一位市民介绍,她非常关注钻石展销会,每当有这样的活动,都会去瞧瞧。“今天在现场转了一圈,发现价格确实亲民,性价比很高啊!”

“这次钻石普及运动,将一次性拿出1500余款精品钻

戒。”山东妃灵翠珠宝文化会馆总经理齐伟然介绍,在价格方面,主打平价,以低于市场价一半甚至1/3的价格,回馈烟台消费者。这对想购买钻戒的市民来讲是个难得的机会。

现场,记者看到,相对于商场专柜的钻石饰品,此次展销会的价格可谓亲民,价格从两千多元到几十万元不等。其中一款3克拉的钻石,现场特价只有17万元,而平常的市场价格,则需要40多万元。另外,为了方便市民,现场还有国家级的珠宝质检师到场,免费提供鉴宝服务。

齐伟然称,在本次活动之前,他们曾在东营、济宁、临沂等地举办过类似的平价展销会,每次活动都受到当地市民的热烈追捧。“近年来,公司的钻石销量也以20%-30%的速度增长。”钻石饰品在普通百姓中的普及率也越来越高。



6日,展销会现场,市民正在挑选钻石。本报记者 秦雪丽 摄

头条链接

价格平民原因

直接从工厂拿货 节省流通成本

平民价格是此次“钻石普及运动”展销会的一大特点。对此,很多市民可能会问,同种品质的钻石,为何能卖得如此便宜?“减少层层流通环节,直接从工厂拿货。”齐伟然给出了解释。

齐伟然称,成品钻石从国外进口到国内后,会进入工厂进行镶嵌等加工,制成钻戒、吊坠等饰品,然后再批发给品牌运营商,运营商会在广告运营、人工成本、品牌形象维护等方面加大投入,然后通过下面的珠宝商进驻商场专柜,再销售给消费者。

“而我们直接从厂家拿货,然后以工厂价也就是批发价格卖给消费者。”齐伟然笑着介绍,“省去这些流通环节的成本,钻石价格自然平民,比商场能便宜一半左右,甚至更低。”

一年能卖130多辆百万级豪车

烟台人豪车消费能力高,这还只是一家“豪车超市”的销售数字



6日,在车展现场,20多辆豪车一溜排开,很是壮观。本报记者 齐金钊 摄

本报9月6日讯(记者 齐金钊) 在车展上,豪车展区历来是最夺人眼球的。5日,2013年第九届烟台国际汽车工业展览会开幕,宾利、兰博基尼等顶级豪车纷纷亮相,在诸多市民赏车、买车的同时,现场也成了这些豪车的“角力”场。而对精明的经销商来说,展出豪车可不仅仅是赚噱头那么简单,烟台人较高的豪车消费能力,才是让车商们趋之若鹜的真正原因。

宾利、保时捷、路虎、奔驰……在车展A馆嘉泰翼宝汽车展区内,20多辆豪车一溜排开,很是壮观,引得不少

市民驻足观看。“去年百万元级以上的豪车就销售了130多辆,今年计划销售170辆至200辆。”嘉泰翼宝汽车贸易有限公司的总经理杜海涛介绍,烟台人的豪车消费水平比较高,车展开幕两天以来,已陆续签了17辆车的订单,总价值1200多万。

杜海涛说,正是看重了烟台的消费市场,公司才在烟台最早开设了集合多种豪车为一体的“豪车超市”模式,汽车全部从美国进口,价格比4S店便宜,受到了很多消费者的认可。

在国际博览中心4楼的宾

利展区,3辆泛着冷光的宾利也是赚足了眼球,引来诸多市民拍照合影。“烟台人对宾利的认可度比较高,几乎每届车展我们都带订单。”青岛宾利的工作人员介绍,在本届车展开幕当天的上午,价值435.8万元的宾利新飞驰即被订走,烟台人对于豪车的喜爱程度可见一斑。

在业内人士看来,属于三线城市烟台,近年来已经被汽车经销商们看成了豪车的二级甚至是一级市场,豪华车品牌经销商早已加快了在烟台跑马圈地的步伐。宝马、奔驰、欧宝、捷豹等早早地将特

许店或4S店开到了烟台;保时捷烟台4S店也正在酝酿筹备之中,凯迪拉克更是要把北方最大的4S旗舰店建在烟台,除了品牌4S店外,一些进口豪车综合店也纷纷进驻烟台。

“从历届车展上就能看出烟台市民的消费潜力,车展上的豪车预订量也在逐年增长。”烟台车界的业内人士认为,以往豪车购买多以企业居多,但近年来个人购买豪车的数量开始攀升,一些有实力的私企老板更加重视座驾的品味。除市区之外,招远、龙口等县市区豪车消费的潜在市场也非常广阔。

钻石行情如何

全球价格很透明 投资模式很成熟

“在国际上,钻石的价格是很透明的,流通性也是很强的。”国家珠宝玉石注册质检师张志刚介绍,在一些发达国家,有很多从事钻石回收、变现的机构。

张志刚介绍,相对于黄金价格的忽高忽低,钻石的价格比较稳定,在国际上也一直受投资者们的青睐。尽管目前该行业在国内还并不成熟,但随着与国际的接轨,确实是一个投资趋势。

在国内,钻石行业却起步较晚,行业的不成熟,也致使价格的不透明。“尤其是在华北地区,钻石行业市场的发展情况,目前只相当于深圳及东北地区2005年时的情况。”齐伟然称,目前对于国内大部分消费者而言,购买钻石大都为消费佩戴,投资者还在少数。

由于国内钻石回收、变现机制不完善,目前,国内投资者大都通过拍卖、典当、品牌珠宝商等途径变现。

怎样挑选

人工造假钻石少 看准“身份证”

张志刚介绍,相比玉石经常出现人工造假的情况,钻石的造假率很低。“钻石的主要物质是碳,是在高温高压的岩浆喷发中形成的,也正因此,大颗粒的钻石非常稀有和珍贵。”

钻石独特的产生环境,也给造假者带来很多困难。张志刚说,首先造假成本很高,此外人工造钻石难度较大。

在挑选钻石饰品时,张志刚也给了不少建议。每个钻石饰品都有一个“身份证”,也就是鉴定证书,但如何从鉴定证书中判断钻石品质的权威性,也有很多学问。

张志刚说,首先要看鉴定证书上是否“仁标识”齐全,分别包括CMA、CAL、CNAS。CMA是计量认证的标识,在每个鉴定证书中,必须具备。CAL是质监局授权标识,CNAS是国家实验室认可标识,“后两者不是强制要求,但在CMA的基础上,再拥有这两项,则表明证书更具权威性,更正式。”

另外,每个鉴定证书都有一个唯一的编号,凭借这个编号登录证书上标注的查询网站,或拨打查询电话,也可辨别钻石的真假。

本报记者 秦雪丽

现场直击

先下手为强,车企纷纷“抢跑”三包政策

本报9月6日讯(记者 李园园) 6日,在2013年第九届烟台国际汽车工业展览会上,对于10月1日即将实施的“汽车三包”政策,部分车企主动“出击”,提前1个月进入“三包”。

9月份是汽车销售传统的旺季,不过今年10月1日起国家正式实施的汽车“三包”政策,让部分消费者持币观望,

等到10月以后再购车。为了打消消费者的这一顾虑,6日,在车展现场,记者看到部分车企已提前实施“三包”政策,争抢市场资源。

在国际博览中心B馆,有关“汽车三包”政策的广告格外显眼。在北京汽车展台前的牌子上这样写着:率先实行国家三包政策,包修、两年5万公里包换、包退。不仅北京汽车

提前实行三包政策,还有奇瑞汽车、雪佛兰、东南汽车等诸多汽车4S店都以提前实施“三包”政策,作为车展的促销点。

一从事汽车销售多年的业内人士称,由于“三包”政策即将实施,部分消费者持币,这对于车企来说并非一个好的现象。而“金九银十”又是各个车企冲击全年目标的关键时刻,在这种前提下,借助此

次车展,车企提前实施“三包”政策来抢占市场先机。

据了解,《汽车三包规定》的出台延长了大多数生产厂家的承诺包修的期限,要求包修期不低于3年或者行驶里程6万公里,“三包”有效期不低于2年或者行驶里程5万公里。此外,打破了生产厂家过去对家用汽车“只包修理不包退换”的老规矩。