



# 外来大牌珠宝商将抢滩洛阳—— 本土珠宝商“蜕变”谋双赢

□本刊记者 李雨璐

自今年7月以来,我市各大珠宝卖场的促销战可谓高潮迭起,从黄金促销潮到钻饰、彩色宝石饰品促销潮,再到近日的铂金饰品促销潮,不少市民觉得,今年珠宝市场的促销战比往年来得更猛一些。

频频促销背后,是否预示我市珠宝市场将迎来一场变革?变革又将给消费者带来什么?为一探究竟,近日,记者采访了金鑫珠宝、今世福珠宝和今生有约等大腕级本土珠宝商,并邀请河南科技大学教授、洛阳经济社会研究中心首席研究员席升阳为我们一同解读珠宝促销潮背后的奥秘。



(资料图片)

## 1 商业巨头扎堆抢滩 本土珠宝商应对有招

近年来,随着洛阳城市建设的不断发展,不少商业巨头都将目光投向了洛阳。今年,又有多个商业巨头在洛阳抢滩布局。大商新玛特即将入驻洛城,王府井百货在达码格利开设分店……洛阳商业发展迎来更多机遇和挑战。

商战、商业格局变化在激活洛阳商业氛围的同时,也将给本土品牌带来威胁。“在这场商业巨头抢滩洛阳的‘战役’中,珠宝无

疑是争夺焦点之一,必然会有很多外来大牌珠宝商进驻我市。他们的到来将打破原有市场格局,细分洛阳珠宝市场。”席升阳说。

“自7月以来,我市不少珠宝卖场频频促销,这也是为了稳定已有客源,应对大牌珠宝商的出现。”金鑫珠宝连锁企业洛阳分公司副总经理李艳利说,我市珠宝品牌的不断增多,将导致珠宝行业的利润越来越低,但竞争也会对增强珠宝品牌及卖场的盈利能力

有帮助。

目前,我市珠宝行业中,金鑫珠宝、今世福珠宝、今生有约等品牌知名度较高,并占据了大部分的市场份额。随着更多商业巨头抢滩洛阳,入驻的外来知名珠宝品牌会越来越多,消费者在购买珠宝时也会有更多选择。席升阳表示,抢夺市场份额时,价格促销战是不可避免的,这也表明未来我市不少珠宝品牌的价位将走亲民路线。

## 2 应对珠宝业变革 苦练内功是关键

外来大牌珠宝商紧盯洛阳市场,这是否会对本土珠宝品牌产生致命冲击?这个问题,是不少业内人士共同的心声。

对此,今世福珠宝老城店店长赵逆涛认为,冲击肯定会有,但不会太大,因为外来大牌珠宝与洛阳本土珠宝品牌各有千秋。外来大牌珠宝商虽然有较强的经营、供货能力和较大的品牌影响力,但相较

于本土珠宝品牌,它们不够熟悉洛阳市场,对洛阳的文化习俗、市民的消费习惯和消费心理不够了解。这些品牌要赢得本地市场及消费者的信赖,需要一个漫长的预热过程。而本土珠宝品牌在洛阳扎根多年,拥有较强的品牌认知度和信赖度。

席升阳分析,目前,国内商业市场的资本转移趋势是从沿海城

市向中部城市转移,洛阳的文化底蕴深厚、交通便利、产业基础良好,为商业市场的资本转移提供了得天独厚的条件,在大品牌渠道不断下沉的过程中,将有更多知名珠宝品牌源源不断地进入洛阳。本土珠宝品牌要想打好市场份额争夺战,要在品牌定位、店址选择、人才储备、售后服务等方面苦练内功。

## 3 与其拼个你死我活 不如取长补短谋双赢

对本土珠宝品牌而言,外来大牌珠宝商不断入驻洛阳已经不可逆转。专家认为,本土珠宝商与其跟外来品牌拼个你死我活,不如取长补短,实现双赢。

今生有约珠宝连锁企业副总经理叶鹏认为,我市珠宝卖场中不乏国内知名品牌,如老凤祥、I Do等,这些品牌与本地卖场合作,联手经营抵御市场风

浪。这种发展模式值得我市更多本土珠宝品牌借鉴。此外,连锁化经营也将是我市本土珠宝品牌的发展趋势,连锁经营有助于抵御其他品牌的冲击,让本土品牌在抢夺市场份额时更具优势。

席升阳表示,上半年国际金价“跌跌不休”,我市不少本土珠宝品牌经历金价风暴。通过这场“洗

礼”,我市本土珠宝品牌已经更加成熟,能更好地应对外来大牌珠宝商带来的冲击。但值得注意的是,在未来的洛阳珠宝市场中,从消费者身上获利的传统销售模式将改变,本土珠宝品牌应跳出惯性思维,把握各种珠宝的周期性波动,对价格涨跌做出准确预判,以获取更大利润空间。

## 2013洛阳秋季名优电动车展落幕 三天卖了近千辆 买家卖家皆欢颜



车展现场,人气爆棚

□记者 杨柳 文/图

9月1日,由洛阳日报报业集团主办的2013洛阳秋季名优电动车展圆满落幕。本届电动车展商家参与热情高涨,现场看车、订购车者络绎不绝,电动车销售数量再创新高。

### 车展未开始,买卖先成交

8月30日8时30分,记者在位于九都路与珠江路交叉路口的2013洛阳秋季名优电动车展现场看到,车展还未正式开始,各商家正在做最后的准备工作,已有不少市民在展棚里看车、咨询。

“7点36分,我们卖出了第一辆电动车!”凤凰电动车促销员激动地说。“一大早,我们正忙着搭建展棚,就有人来买车了,是个中年男子。他是奔着凤凰电动车来的,到现场后直接选定了车型,交了钱,骑上就走了。”

在车展现场,众商家卖力推荐自家产品,促销人员热情地招呼市民看车、选车。据了解,各电动车厂商都看好洛报集团强大的媒体宣传优势,把此次车展看成一次难得的推广机会。

### 3天,销售电动车900余辆

据车展相关负责人介绍,本届电动车展非常成功,参与品牌多、观展人数多、成交量再创新高。在车展现场,各商家不仅推出了大力度的优惠活动,还准备了丰厚的赠品,市民看车、选车热情高涨,商家更是喜笑颜开。

8月30日至9月1日3天时间,车展现场共销售电动车900余辆,销售金额达150万元。在本届车展上,各商家都取得了喜人的业绩,也提升了自身的品牌影响力,实现了口碑、效益双丰收。

对于本届车展,市民更是反响强烈,给予一致好评。家住西工区的张馨瑶今年大学刚毕业,马上要参加工作了。她在《洛阳晚报》上看到电动车展的消息后,打算买一辆电动车。张馨瑶说:“到电动车展上买车很方便,各种品牌、款式的电动车集中在一起,省去东奔西跑的麻烦,挑选余地也大,价格更是比平时优惠不少。”最终,她在车展现场挑选了一款小巧时尚的踏板电动车,满意而归。