

首家平价卖场“搅局”沪上钻石市场 卖钻石也可以像卖家电一样

经济新观察

本报记者 胡晓晶

“钻石恒久远,买颗就破产?”作为如今沪上婚宴的必备道具,钻戒成了不少新人结婚开销的一大支出。日前,国内最大的钻石连锁平价卖场“全城热恋”开进申城,这家去年在北京连开5店的钻石业“苏宁”,来沪开业头两天就创下了1700万元的全国钻石行业销售额新高。

像苏宁、国美卖家电一样去卖钻石。据悉,“全城热恋”年内计划在沪开出4家门店,到2016年完成全国百家店面布局。有关专家指出,随着平价钻石卖场的落沪“搅局”,传统百货商场渠道的钻石价格也有望在一定程度上跟进拉低,“阿拉”买钻石也会更讲性价比。

直接采购降低成本

买一克拉送一克拉,买千元戒

托送30分钻石……在南京东路置地广场背后的“全城热恋”,通过地铁广告广而告之的开业促销令人咋舌,开业头两天就引发消费者的连夜排队抢购潮。不过,相比开业时拉人气的这些“噱头”,比传统百货便宜一半的日常价才是“全城热恋”的“杀手锏”。

据悉,钻石行业多年以传统百货为主要销售渠道,形成了“工厂—中间商—商场—消费者”的模式。按行业公开的秘密,走传统百货渠道的中间商平均加价率是42%,商场加价率是25%。像一枚零售价在10万元的钻石,其中6—7万元就是中间商(及品牌商)和商场的加价,其实这颗钻石的成本只有3—4万元。

正是高额的中间差价,让“全城热恋”这样的平价卖场找到了“下手”的机会,由于向40多家国际供应商直采并贴设计师品牌销售,能省50%的成本。其次,相比传统钻

戒的“石+托”联买模式,他们在沪首创了钻石与戒托分离计价的销售法,钻石报价按每周五纽约钻交所提供的国际钻石交易标准价,戒托则以上海黄金交易所的当日金价计,这样消费者来买钻戒价格看得更透明。

钻石价格两极分化

记者观察“价格只有商场的一半,戴满三年还可回购。”这样的钻石平价卖法,让消费者得实惠,也被竞争对手视为“搅局”。业内人士指出,“全城热恋”入沪后,申城钻石销售就有了三类模式。一类是周生生、周大福、谢瑞麟等老牌珠宝企业,商铺多在百货公司、商业街头;第二类则是珂兰、钻石小鸟、九钻网等网店,消费者网上选产品、下单,再去实体店验货、拿货;第三类则是像“全城热恋”这样的钻石平价大卖场,打新兴的国际设计师品牌,价格

甚至接近网店,但选购的实际看样和试戴体验又比网店直接。

作为中国目前唯一的钻石交易进出口平台所在地,上海也是全球第二大钻石消费市场,拥有年增长超过15%的强大消费力。但在目前的沪上钻石市场,除了蒂芙尼(Tiffany)、卡地亚(Cartier)等一线国际大牌,以及周大福、周生生等二线品牌,其他的所谓三线品牌往往在品牌上并无优势,只是通过进百货商场提高了身价。

“实际上,世界上大多数钻石品牌的加工基地都在深圳、东莞、番禺,但每加工一颗钻石,工厂只收取100元的加工费。这意味着,钻石从出厂后到零售终端,价格翻了三倍都不止。”有关专家指出,“随着平价钻石的出现,未来沪市钻石行业将呈现两极分化,拥有高品牌附加值的国际品牌和价格亲民的平价钻石将更有市场。”

尼曼玛戈集团首度进军中国市场

美国著名的奢侈品零售商——尼曼玛戈集团,以一种独特方式首次进军中国市场:不是在中国开设奢侈品零售实体店,而是开设网店销售著名品牌的奢侈品。昨天,尼曼玛戈集团在上海宣布,对电子商务公司魅力惠香港控股有限公司进行非控股战略投资,通过魅力惠控股有限公司,尼曼玛戈集团将在2012年底前推出电子商务网站。

网站以其对正价当季新品的专

业化推荐为特色,满足中国奢侈品消费者出众的品味。网站还将特聘专家点评、潮流发布和幕后花絮视频内容,为消费者提供极具价值的奢侈品品牌资讯和独特见解。

尼曼玛戈集团将向魅力惠控股有限公司投资2800万美元,用于建立新品牌的电子商务业务。两家公司将整合现有员工队伍,组建一个全新的团队来负责新网站的发展、建立及管理。

肖雪

宁波银行发布“网银 4.0”

宁波银行近日正式推出“网银4.0”,标志着宁波银行以网上银行、移动银行、电话银行和自助银行为主体的电子金融服务平台全面升级。

宁波银行新一代网上银行全面提升八大专业平台,分别是账户管理、投资理财、网上融资、国际业务、电子票据、集团服务、信用卡和电子商务。

谈璿

大成新锐创今年来股基首募规模之最

大成新锐产业股票基金昨天发布的基金合同生效公告显示,经过为期三周的发行,该基金首募规

模20.5亿,基金合同于3月20日生效。该基金为今年以来首只募集规模超过20亿的股票型基金。许超声

上海探路中小企业融资新模式

为了破解中小企业融资难,上海正在探索一种新的模式。由上海市经济和信息化委员会、上海市促进中小企业发展协调办公室和长宁区商务委主办,上海长宁国有资产经营投资有限公司承办的上海市中小企业融资市场挂牌三个多月以来,发展了170多家会员单位,帮助27家中小企业向金融机构提交了贷款申请,目前已经成功融资2535万元,深受企业的欢迎。

中小企业融资难是一个老话题,这种困境很大一部分是信息不对称造成的。上海市中小企业融资市场负责人告诉记者:“我们已经和28家各银行上海分行,8家小贷公司,5家担保公司建立了合作关系,线上平台集纳了各家银行针对中小企业的贷款产品,解决了银行和企业之间存在的

河北容城对接上海

河北容城县县委县政府日前在上海浦东举行仪式,聘请数十名上海及江浙服装设计、研发高级人才,担任县政府服装产业发展顾问和容城县服装龙头企业首席设计师。此举,使容城县服装产业企业把上海和江浙等长三角发达地区变成该县服装产业的人才高地和研发基地,而上海及江浙服装行业高级设计人才集群则把容城县变为他们创新实践高地和生产基地,实现两地高级人才资源与容城县传统产业资源共享。姬端

全球首款具有健康管理系统的云电视在创维诞生

3月13日,创维在深圳召开新品发布会,高调推出全球首款具有健康管理系统的云电视。由于此管理系统基于云计算实现,创维取名为“云健康”。“云健康”系列产品全球首创健康管理系统,为家庭量身定制合理的健康计划,培养健康的生活习惯。

创维集团彩电事业部总裁刘棠核表示,健康是创维彩电的基因,在高端云电视产品中首创健康管理系统,这将进一步巩固创维技术创新领先的地位。创维继2011年取得销售冠军后,会继续研发出更多的创新技术,大量推出新技术产品,推动行业进一步转型升级。

技术创新领先 创维云电视再度升级

据介绍,云健康是创维与权威医学机构联合开发的家庭健康计划系统。它基于专业的健康测试系统,结合无线传输技术设计,在云电视上实时测量体重、脂肪、血压等健康指数,通过云平台对数据进行管理、分析和共享,为家庭成员量身定制合理的健康计划,培养家人的健康生活习惯。

创维此次发布的三大系列云电视新品均具有“语音博士”的应用。语音博士以云计算和语音识别为技术基础,通过语音实现人机交互,创先在云电视上实现语音遥控、语音搜索、语音百科、声纹识别、方言播报等多种交互体验,能做到有问必答。

语音博士基于云技术开发,带有自我学习功能,可以逐渐和用户相互熟悉,并智能理解用户的需求。此外,语音博士还能利用云端资源,查询实时天气、日期等,甚

至可以给用户讲笑话、教做菜、进行在线翻译,是家庭生活的好助手。

旗舰产品E800A系列采用全新“无边屏”体设计,整体浑然一体,超越空间界限无限延展,由内至外带给用户更极致的3D视觉体验。

创维集团中国区营销总部总经理刘耀平表示,云健康、语音博士和无边屏,是创维新品的三大亮点。创维坚持将最新技术融入产品中,再度升级云电视,继续主张做科技含量更高的行业领导品牌。

六大健康测试 四大健身计划

据了解,目前云健康应用包括体重、脂肪、血压、视力、色盲和心理等六大测试模块。根据这六大测试进行不同组合,创维为用户提供家庭四大健身计划,包括宝贝成长计划、爸爸健身计划、妈妈瘦身计划和父母保健计划,一家老小全部受益其中。

体重测试、脂肪测试和血压测试通过无线WiFi,将测试设备和云电视连接。体重测试时,用户站在体重仪上,电视上便能准确显示当前体重,按照结果创维健康博士同步提供专业的建议,并且可以查看历史曲线变化。

脂肪测试能一次性为用户测出肌肉、脂肪率、内脏脂肪和水分四个指标。通过测试,用户可以了解到当前人体的肌肉比重,身体成分中脂肪组织所占的比率,人体内脏脂肪的含量和人体水分比例。

血压测试能得出用户高血压、低压和脉搏三项指数,电视上显示更加直观易懂。

以上三项测试,用户可以将测量的数据保存到云平台的个人数据库中,并能随时查看历史数据变化曲线。这些数据能体现用户身体变化,方便用户随时掌握家庭成员的身体健康状况。同时也可以将这些测试结果分享给好友,共同探讨养生之道。

此外,云健康中的色盲测试,

与专业医疗结构采用同一套图谱,便于辨别色盲和色弱;心理测试则包括星座、情感、社交、性格、职业和综合六个模块,并能联网后台更新;视力测试则通过采用国际标准的视力测试图标,精确测试每天视力的变化,这有利于家长随时掌握小孩眼睛发育状况,有效预防近视眼。

以上六大健康测试操作简单,为用户提供诸多便利,相当于把一个小型体检医院搬回家,时刻掌握家人的健康状况。通过观察指标的变化,如果用户仍需要其他指导建议,可以使用语音百科,直接从互联网询问相关答案。

不仅如此,用户可以按照健康测试结果进行健身计划。创维云电视中具有跑步、瑜伽、乒乓球等健康运动项目,通过语音博士直接搜索运动项目,足不出户便能进行各种健身运动,塑造强健体魄。

创维持续引领云电视产业转型

发布会上,有专家点评,创维云健康电视再度将云电视的标准拔高,创维所坚持的“彻底的产品主义”理念再次收获创新硕果。

据了解,云电视正是由创维率先成功研制,并于去年8月上市销售,迅速成为彩电市场重拳产品。创维首批推出的云电视利用云计算技术,实现云空间、云服务、云浏

览、云搜索等个性化应用,是真正的革命性产品,领跑行业。

去年11月,创维又迅速整合推出云推送应用,无需硬件升级和更换电视,用户直接升级享受新的应用。12月,由中国电子视像行业协会、中国消费电子产业发展中心、国家广播电视产品质量监督检验中心、ITGov中国IT治理研究中心、奥维咨询联合创维等企业共同发布的《2011中国云电视发展白皮书》中所提出的云电视的六个标准,正是由创维提出。

刘耀平总经理在讲述云电视战略布局的时候指出,创维从一开始就将云电视定位为革命性突破的产品,为高于智能电视的新品类。因此创维对云电视的理解、定义、标准等,都是先行者,并持续技术升级。健康管理体系融入云电视中,既是满足消费者需求的体现,也是创维技术创新领先的明证。这一场新的产业革命,创维有信心和决心做领跑者。

就在前不久,由权威机构奥维(AVC)公布的数据显示,2011年,创维整体彩电零售量、创维液晶彩电零售量和创维偏光式3D彩电零售量市场占有率分别为15.1%、16.7%和38.6%,三项指标均名列第一。这是创维继在2010年连续五年蝉联彩电销售总量及液晶销售额双第一后,再度夺取2011年销量冠军。