

一则有关国内平价钻石卖场将在5月集体涨价的传言最终变成现实。近日,记者从京城多家平价钻石卖场了解到,由于国际钻石价格在近期大幅上涨,靠“走量”吃饭的量贩钻石商家终于扛不住了,普遍对卖场内钻石的价格进行了近一成的上调。随之而来的是,平价钻石卖场陷入了“涨与不涨”的尴尬境地。

上游价格半年内四次上涨

京城平价钻石卖场面临提价尴尬

“在北京,买东西一定不能拖拉。”在4月刚刚购置了一枚钻戒的消费者李小姐如是说。其实,计划明年结婚的李小姐希望在年底购置钻戒,不过,由于在不久前听说钻石的价格即将大幅上调,她提前购买了钻戒。事实证明,李小姐的做法是正确的。

不过,并非所有消费者都能像李小姐一样“审时度势”。

由于上周五国际钻石价格出现了大幅上调,涨价幅度已经达到今年以来的最高点。包括全城热恋钻石商场在内,多个以国



际钻石报价单的价格为销售依据的平价钻石卖场,悄然提升了商品售价。据

全城热恋钻石商场的导购介绍,商场钻石的价格平均涨幅近一成。

记者于近日在多个平价钻石卖场看到,卖场内的导购颇为忙碌,纷纷在更新价签。

对于价格上调,全城热恋钻石商场的导购解释说,由于国际钻石报价单的价格大幅上调,商场的拿货成本增加,只能跟进调价。事实上,全城热恋钻石商场董事长万子红也曾在接受记者采访时表示,国际钻石报价单的价格涨或跌至一定程度时,商场都会随时调整价格。

不仅是全城热恋钻石商场连夜调整商品价格,知名钻石网购品牌钻石小

鸟和柯兰钻石,也纷纷上调了钻石价格。

其实,平价钻石卖场集体上调钻石价格也是在情理之中。从今年初开始,国际钻石价格的上调就颇为频繁。一方面,国际钻石采购价从1月开始已经连涨4次;另一方面,世界最大的钻石供应商戴比尔斯的出货量开始缩减。据知情人士透露,1至3克拉重量的裸钻,3月开始就已经成为“稀有”商品。

事实上,除了钻石上游价格催生平价钻石卖场上调零售价外,今年是结

婚大年的客观事实,也为钻石价格上涨起到了推波助澜的作用。记者注意到,在去年不少冷冷清清的钻石专柜,今年颇为火爆。不少钻石品牌顺势加大了促销力度揽客。

此外,由于投资楼市受到政策管控的影响,一些手中有不少现金的人,开始选择投资钻石。这些都是抬升钻石价格的重要因素。

尽管跟风涨价,对卖场的经营压力有所缓解,但却可能流失顾客群。

本报记者 李铎/文 暴帆/摄

· 短讯 ·

中国国际橡胶轮胎展开幕

近日,第二届中国(广饶)国际橡胶轮胎暨汽车配件展览会开幕。展会吸引了德国、意大利、日本、印度的橡胶轮胎、橡胶机械设备及原辅材料、汽车配件等23个国家的426家厂家,其1100个展位,展览面积达2.5万平方米。韩国LG、德国大陆集团、日本三菱等5家世界500强企业,固特异轮胎、正新轮胎、玲珑轮胎等25家全球轮胎75强企业、全球橡胶机械30强企业以及一大批国内外知名的橡胶轮胎及上下游企业悉数参展。

据了解,东道主广饶县橡胶轮胎产业2010年总产值达433.7亿元,出口13.9亿美元。在“十二五”期间,加大合资合作力度,力争通过3-5年的努力,使广饶轮胎产能达到全国轮胎产能的30%-50%,实现主营业务收入1040亿元,打造全球最大的子午胎生产基地。

本报记者 暴帆

“一二三澳中教育”签约中央芭蕾舞团

近日,知名幼教机构“一二三澳中教育”宣布与中央芭蕾舞团达成合作,使其成为了“一二三澳中教育”签约的重要艺术类品牌。

据悉,一二三澳中教育特别针对中国儿童制定了早期教育计划,与父母和学生合作在学习方面设定国际标准,利用澳洲先进的知识、人力资源和科学的程序建立区域性的、高质量的中国幼教学校。

在谈到为何与中央芭蕾舞团合作时,一二三澳中教育咨询公司方面表示,学习芭蕾舞从小培养孩子的形体美,能提升整体气质,还能增强孩子们对艺术的喜爱,提高身心素质和文化修养。

本报记者 李铎

国盛时尚启动公益营销

近日,新加坡企业国盛(中国)在东直门开出新商场国盛时尚购物中心的同时,还以其在成都认养的大熊猫“浩浩”为主题,举办了大型公益活动。此次活动中,国盛(中国)通过将捐赠物品拍卖,共筹措善款144.8万元。

据悉,这些善款将分别捐助给中国保护大熊猫研究中心75万元、东城区残疾人联合会8.5万元、昌平打工子弟学校11.3万元。

此外,丰隆集团主席郭令灿捐赠50万元,支持东城区政府慈善事业。值得一提的是,活动期间的拍卖品包括1600只熊猫图,由东城区艺美小学的孩子们亲手完成。

本报记者 李铎

海淀消协:购物谨防“中奖陷阱”

气温回暖,销售热情也有所升温,不过随之而来的诈骗数量也跟着上升。记者近日了解到,海淀消协北下关分会接到一起投诉。消费者胡女士与老伴从内蒙古来京,消费600多元购买了两双皮鞋,商家告知胡女士可以抽两张奖券,胡女士抽奖中得两块玉石,但商家这时却说大一点的需交费295元,小的则交195元;消费者又花了490元拿到了这两块玉石。

次日,老两口来到海淀消协北下关分会,对此事进行咨询。工作人员明确告知消费者,商家侵犯了消费者的知情权,有强制消费的嫌疑,并存在不正当竞争行为、虚假宣传

行为,消协工作人员当即与该商家联系为消费者办理退费事宜,胡女士不到一小时就拿到了退款。

海淀消协方面表示,目前“中奖陷阱”主要有几种。

商场购物中奖。本案例就是消费者在商场购物时参加的抽奖活动,大部分商场购物抽奖活动是合法的,但如果奖品仍需消费者掏腰包,消费者就应该醒悟这是中奖陷阱,涉嫌强制消费和虚假宣传,切勿中计。

商品包装中奖。在商品包装内,附有“中奖说明”,价值几元钱的小商品会“中得”上万元甚至几十万元的奖金,以此刺激消费者购买。

手机短信中奖。消费者可能会接到手机号码中奖或者某流行电视栏目中奖之类的虚假短信。不明真相的消费者可能会按骗子“要求”向其支付“手续费”或奖品的“邮寄费”等费用而导致被骗。

网络庆典中奖。在微博、QQ等常用网络聊天、博客网页中发布中奖信息,诱使网民登录骗子网站,按照网页提供的操作步骤,填写个人真实姓名、银行卡号、账户名、身份证号等重要信息。之后拨打骗子网站的客服电话,会被告知需要汇保险费、税费、奖品邮寄费等才能得到奖品,从而被骗。

海淀消协提醒广大消费者,利用抽奖强制消费,

违反消费者权益保护法,消费者有权拒绝购买因中奖而强迫进行的消费,发生类似情况请消费者到当地工商或消协进行申诉或投诉。得到任何中奖信息,不要急于兑奖,急于汇款,首先要通过当地的查号台查询对方公司真实信息,或者通过当地工商部门及当地公证处查询;不要先拨打获奖信息中所留的电话,不要轻易透露自己的个人信息。

遇到骗局并造成一定的经济损失时,应及时向公安机关报案。举报网络诈骗,可以点击新浪、网易等门户网站主页页面下方的“网络110报警服务”链接,进行网络报警。

本报记者 姜子谦

首地大峡谷进行消防演习

为了杜绝商业企业的安全隐患,近日,丰台区公安消防支队在南三环右安南桥东南角的首地大峡谷开展了消防演练。

此次消防演练模拟了商场五层美食城火灾现场,商场内部人员全员疏散、抢救被困人员、抢救贵重物资、现场灭火救援、现场警戒、处理事故源、人员疏散、善后处置以及消防队使用云梯车救出被困人员等情景。

丰台区公安消防支队右安门消防中队在此次消防演习中共出动6类7部消防车、50名官兵到达“火灾”现场。根据指挥员命令,中队迅速成立了侦检、警戒、堵漏、照明、疏散救助、供水6个分队,各分队成员在做好个人防护的前提下开始按职责对火灾现场进行处置。

首地大峡谷的相关负责人表示,发生事故后,能以最快的速度、最大的效能、有序的实施最



大限度减少人员伤亡和财产损失,把事故危害降

到最低点。
本报记者 李铎/文并摄