



深圳最大珠宝直销体验中心

国家AAA级旅游景区·宝福珠宝园

珠宝艺术工厂 直销体验中心

铂金·黄金·镶嵌饰品·翡翠·珍珠·文化精品

3000m²购物展厅 180000m²旅游体验



宝亨达

热线

2871 8052

地址：深圳市龙岗区南湾街道布澜路33号宝福珠宝园1楼

网址：www.chinaahd.com

宝亨达视窗

宝亨达集团

《宝亨达视窗》总第16期

2014年4月·季刊

传播珠宝文化 点亮幸福人生

FIGURE 人物

薛焜

大器早成的
青年总裁

PROJECT 专题

宝福分会场
最火文博会

SUPPLEMENT 附赠

珠宝消费指南



封面人物
宝亨达集团总裁 薛焜



第十届中国(深圳)国际文化产业博览交易会
The 10th China(Shenzhen) International Cultural Industries Fair
宝福李朗珠宝文化创意产业集聚区分会场
Bofook Lilang Jewellery Culture Industry Zone Venue

时尚男神张亮邀您同游
国家AAA级旅游景区·宝福珠宝园
深圳最大珠宝直销体验中心



5月17日 14:00 张亮粉丝见面会

地址: 龙岗区布澜路宝福珠宝园 0755-2871 8999

详情关注微博 @ 宝福珠宝园
www.chinabhd.com



我们
趣玩吧

五月珠宝购
全城最低价

黄金268元/克
铂金368元/克
珠宝类低至3.6折

深圳最大珠宝直销体验中心
活动时间: 5月1日-31日



宝亨达珠宝官方微信
扫描二维码
获取更多咨询

目录 CONTENTS

行业资讯	04	设计师	26
企业新闻	06	珠宝世界	30
企业文化	10	潮流	33
市场观察	13	旅游	34
人物	16	美食	37
团队力量	20	专栏	38
员工风采	21	乐活	40
专题	22	文艺园地	41



P07 深圳市龙岗区华侨青年商会就职典礼暨2014春夏联谊会

出版Publish

宝亨达集团
Bohenda Group

主办Presenter

深圳宝亨达珠宝有限公司
Shenzhen Bohenda Jewelry Co., Ltd.
深圳宝亨达珠宝文化发展有限公司
Shenzhen Bohenda Jewelry Cultural Development Co., Ltd.
深圳宝亨达国际珠宝有限公司
Shenzhen Bohenda International Jewelry Co., Ltd.
深圳宝亨达珠宝有限公司
Shenzhen Bohenda Jewelry Co., Ltd.

协办Sponsor

深圳市中港珠宝有限公司
Shenzhen Zhonggang Jewelry Co., Ltd.

总编辑地址: 深圳市福田区华强北路33号

宝亨达集团珠宝文化产业园

邮 箱: 1515112

电 话: 0755-28718999

网 址: www.bohenda.com

编辑邮箱: bofock@163.com

出 版 人: 薛煜

总 编: 薛煜

编 辑: 黄文强 薛煜 陈国雄 林文强 薛煜

副 编: 林国雄 林国雄 林国雄 林国雄

总 策 划: 林文强

执行编辑: 薛煜

文字编辑: 薛煜

美术编辑: 薛煜

编 辑: 薛煜

校对: 薛煜

封面设计: 薛煜

印刷: 薛煜

发行: 薛煜

广告: 薛煜

设计: 薛煜

摄影: 薛煜

排版: 薛煜

校对: 薛煜

印刷: 薛煜

发行: 薛煜

广告: 薛煜

设计: 薛煜

摄影: 薛煜

排版: 薛煜

校对: 薛煜

印刷: 薛煜

发行: 薛煜

宝亨达视客

薛煜
大器早成的
青年总裁

宝福分会场
最大文博会

珠宝消费指南

The One

文博会前夕, 全新改版, 内容丰富的《宝亨达视客》终于在集团上下、内外人士的支持和帮助下顺利完成, 希望这本新鲜出炉的期刊带给你耳目一新的感觉。

第一时间映入眼帘的是封面, 杂志的形象代表。新版《宝亨达视客》封面以最高规格、最高品质重磅打造——宝亨达集团董事长薛煜先生笔触刊名, 集团总裁薛煜先生封面人物。

封面人物, 其一是深深吸引并备受欣赏; 其二是有社会影响力公众认可; 其三身份地位含金量高; 其四是年龄非常年轻; 其五是思想有故事有个性格神可感。集齐之大成, 当然, 薛煜最能是《宝亨达视客》封面人物的不二之选。最能代表我们, 我们还看到他商界、珠宝界、时尚界多美顺利的精彩人物。故知封面人物背后的故事, 且品读人物专访《薛煜, 大器早成的青年总裁》。

《宝亨达视客》编辑部
2014.04

宝亨达集团
BOHENDAGROUP

珠宝·服饰·家居·珠宝·家居

BOFOCK
宝福珠宝

珠宝·服饰·家居·珠宝·家居

BOFOCK
宝福珠宝

珠宝·服饰·家居·珠宝·家居

BOFOCK
宝福珠宝

珠宝·服饰·家居·珠宝·家居

BOFOCK
宝福珠宝

珠宝·服饰·家居·珠宝·家居



宝亨达集团积极开展“学雷锋”义工活动

学习雷锋精神，弘扬文明新风。3月5日是全国学雷锋日，宝亨集团热烈开展“学习雷锋，走上奉献路”义务劳动活动。组织了近百名义工，前往布溪镇南溪渡区的路段，公路进行清洁打扫。

活动热烈，拾垃圾，扫落叶，铲小广告，义工们热情高涨，分编小组进行打扫，不怕脏不怕累，对路面乱贴的小广告等城市“牛皮癣”耐心铲除。经过一天、两天的认真实践也进行了彻底清理。路边两个小时的生活义工，整个城区的面貌焕然一新，参与活动的义工们

示,“学雷锋”是件很有意义的事情。通过义务劳动,我们会继续支持环保,将雷锋精神铭记于心。

宝亨达集团义工团自2012年成立以來,不断吸纳有青年志愿者,现已发展了398名义工。秉承“学习雷锋,奉献他人,提升自己”的志愿服务精神,宝亨达集团义工团积极参与环境保护、义务献血、文明创建、助学助困等社会活动,用实际行动以身作则,践行义工职责,弘扬公益精神。

龙岗区文产办与宝福党支部 结对促进“党群共建”

3月20日，龙岗区文产办党支部书记、副主任陈沛平，副主任彭雪琴带队赴企业，与“结对”企业宝福珠宝公司党支部书记交流，进一步熟悉党员帮扶结对共建工作。宝福党支部书记、宝福公司行政管理中心总经理林兴涛，供应链中心总经理廖楚洪，宝福公司副总经理黄晓红等出席会议并陪同参观。

期间，双方就最近宝福共建工作和活动进行了交流与探讨，并参观考察了宝福珠宝珠宝工艺科技展示馆等。双方就今后密切合

唐西红与产合促发部与会单位负责同志交流

第一个公共技术服务平台，建立了设计服务中心、3D建模服务中心、样品制作服务中心、检测服务中心四大功能区。为区内中小公同和消费者提供专业服务。区内社会提供科普与培训。此外，林兴沛书记就文博会主会场分会场举办情况进行了汇报，陈韩平书记表示，文博会场馆策划开展的非遗特产、珠宝文化非遗等活动非常有创意，重要的非遗

广大市民参与体验，把群众带动起来了，走好“群众路线”。

据介绍，文产办和宝福党支部自2008年结对以来，亲上加亲，共同开展了许多社会公益活动，帮助一些基层群众解决了困难。近年来还利用新媒体工具开展课，密切交流讨论，加强学习“党的群众路线教育实践活动”。



宝亨达集团义务植树 劲吹低碳环保风

3月12日植树节，宝亨达集团义工站组织近20名义工冒雨来到下李朗社区开展植树造林活动，主要宣传爱护环境、防止水土流失的环保理念。

你铲土、我挑水。义工们干得十足，一棵棵小树苗在义工们的辛勤努力下，被整齐的栽种在山坡上。每年宝亨达集团都会响应南湾街道办组织的义务植树活动。宝亨达义工站站长文武表示：“宝亨达集团作为一个爱心企业，新的一年将成立团总支部，进一步壮大义工组织，开展形式多样的关爱社会的公益活动。每个人都可以参与进来，尽一份自己的社会责任。”

热心公益、服务社会是宝亨达集团遵循的企业精神。树立良好的企业公民责任是集团核心价值观的重要一环。多年来，宝亨达集团充分贯彻国家的低碳环保政策，组织开展公益环保活动，致力于建设“现代化绿色珠宝之城”。在传播珠宝文化的同时，借助珠宝闪耀的光芒，照亮幸福生活。

喜迎妇女节，
宝福公司向全体女职工送福利

值此“三八国际妇女节”来临之际，宝福公司热烈向广大女性同胞致以节日的问候和诚挚的祝福。3月7日下午，公司向每名女职工发送一瓶洗衣液，共送出800多瓶作为节日礼物，感谢她们的辛勤工作和付出。

女性是温柔、美丽、善良、勤劳的化身，她们的存在，让世界充满温情，让家充满温馨，让生活变得多姿多彩；她们的独立，促进了时代发展和文明进步，为社会创造了更大价值。在宝钢公司，女性职工一直以来都是“半边天”，她们工作在各个岗位上，用勤劳和智慧为公司的发展做出了重要贡献，发挥着不可替代的作用。

们享有和男职工一样同工同酬的平等待遇和地位,为她们提供广阔的发展空间和人性化的关爱。每年“三八妇女节”,宝福公司都会以各种形式向广大女性致敬,送上节日礼品和祝福。同时还会举办“妇女节茶话会”、“女性健康与幸福知识讲座”等活动,积极关怀女职工的身体健康,鼓励她们快乐地工作、生活,尽情展现新时代女性的才智和风采。

2014政府工作报告之宏观经济速读

中央：三大宏观经济目标不变 改革为首要任务

李贵鲜日前在人大、全国政协会议上3月31日至4月1日在北京举行，国务院总理李克强日前作任以来的首次政府工作报告。这是我国进入“全面深化改革”之后的首个政府工作报告。李克强总理在报告中提到次数最多的词语依然是“改革”（115次）。专家和记者对去年的情况回顾，其主旨“经济”（18次）与“改革”（77次）。专家指出：“发展是第一要务”的总基调没有改变，“改革”是今年政府工作报告的首要任务。着重强调“三个改革”：经济体制改革、金融体制改革和国企改革三大领域，表明改革是重中之重。国企改革中还提出了“金融、石油、电力、铁路、电信、资源开发、公用事业等领域，向非国有资本适度开放一些投资领域”，意味着国企改革还将加速松绑松绑的步伐。对最受关注的房地产市场调控政策则提出“针对不同城市情况分类调控”。

“稳增长、调结构、促改革”是2013年中央政府工作报告总基调。2014年延续了“守住稳增长、保就业的大局和畅通的物流，继续提高财政赤字的目标和新增的债务规模”。中央设定GDP7.5%、M213%、CPI3.5%的目标标准。三大宏观经济目标相比去年保持确定，但从投资、出口、消费三驾马车来看，前两年目标增速分别达18%下降至15%、8%降至7.5%，仅消费目标保持确定14.5%，体现了新政府转型的决心，政府愿意牺牲经济增速来换取经济结构转型升级。从经济放缓的意愿上看，也是希望大家淡化数量指标，突出质量指标。对比这两年的主要预期目标，可以看出宏观经济政策的一些变化（如表1）。

2013年和2014年主要预期目标和宏观经济政策	
2013年	2014年
国内生产总值增长7.5%左右	国内生产总值增长7.5%左右

2013年和2014年主要预期目标和宏观经济政策

	2013年	2014年
主要预期目标	国内生产总值增长7.5%左右，居民消费价格指数涨幅控制在4%左右，城镇新增就业900万人以上，城镇登记失业率4.5%以内，城镇常住居民人均可支配收入增长7.5%左右。	国内生产总值增长7.5%左右，居民消费价格指数涨幅控制在4%左右，城镇新增就业900万人以上，城镇登记失业率4.5%以内，城镇常住居民人均可支配收入增长7.5%左右。
经济生活	保持物价总水平基本稳定，但发展预期，国家将适时推出新的重大政策，保持经济平稳健康发展，但发展预期，国家将适时推出新的重大政策，保持经济平稳健康发展。	7.5%的GDP目标体现了稳增长和控通胀的平衡，稳增长和控通胀的平衡，稳增长和控通胀的平衡，稳增长和控通胀的平衡。
物价水平	通胀数据暂时仍保持较大，主要受翘尾影响，但翘尾影响有限，通胀数据暂时仍保持较大，主要受翘尾影响，但翘尾影响有限。	主要受翘尾影响，通胀数据暂时仍保持较大，主要受翘尾影响，但翘尾影响有限。
财政赤字	财政支出和财政赤字有所增加，一是通过增加赤字和赤字和国债融资，二是通过增加赤字和赤字和国债融资，三是通过增加赤字和赤字和国债融资。	财政赤字和国债融资有所增加，一是通过增加赤字和赤字和国债融资，二是通过增加赤字和赤字和国债融资，三是通过增加赤字和赤字和国债融资。
货币供应	M2货币供应量同比增长7.2%左右，但银行信贷增长预期，信贷增长预期，信贷增长预期，信贷增长预期。	信贷增长预期，信贷增长预期，信贷增长预期，信贷增长预期。

每年一季度，是我国各级政府召开两会、作政府工作报告的重要时期。为此，《宝亨达视窗》摘要解读政府工作报告，透析政府顶层设计、宏观经济形势和政策动向，促进企业生产经营，取得更大发展。

地方：广东上调GDP增长目标 深圳首提湾区经济

2014年，广东进入深化深化改革的一年。今年年初的《政府工作报告》中，首次提出了“供给侧结构性改革”来应对当前我国这个经济转型升级期的关键挑战。报告中，精准点明了针对“大”的问题，具体以“以制度创新为引领，全面推动行政改革、文化体制改革、生态文明和科技创新等五大领域”的发展路径。而在2012年，《广东省GDP增速以上一年的9%下降至8.7%，人均GDP增速下降至7.5%。2013年再次分别下降至7.8%和7%。2014年这两项指标的增长率重新回升，分别上升至5.94%和7.5%。”这说明了另一个事实，广东经济增长比此前慢，慢的原因在于“大”，即人口多，资源有限，出口已不能成为拉动增长从原来的占全国的1%。这里需要出另一个角色就是由粗放型增长到集约型和低成本的要素驱动型增长，再通过跨区域城市协作发展来创造增量，增加投资机会，转变经济增长方式。

聚焦湾区经济是2014年深圳市市长许勤的《政府工作报告》中重点着墨之处。这也是政府在工作报告中首次提出“湾区经济”，发达的湾区经济居世界一流及全球城市的显著特征，目前世界发达的湾区经济有纽约湾区、东京湾区、旧金山湾区等。深圳湾区经济正处在高速发展期，深圳前海现代服务业集聚区、深圳湾1号总部基地、大鹏湾（国际生态旅游度假区）以及大亚湾滨海湾区产业集群，并紧靠国家建设“21世纪海上丝绸之路”等重大机遇，形成区域协同的湾区经济。

2014年GDP增幅调整

	邯郸市	广安市	深圳市	贵阳市
生产综合GDP	同比增长7.7% (5400.04亿元) ●增长7.73%左右	同比增长5.9% (4254.94亿元) ●增长5.5%	同比增长10.8% (14505.23亿元) ●增长10.75%左右	同比增长11% (3863.2009亿元) ●增长10.7%左右
2013年网络名次	全国第一	全国第四	全国第二	全国第三

中国珠宝业的现状与思考

“2014全国珠宝玉石首饰行业(商)会秘书长联席会”于2月20日在广州花都召开,150多人出席了会议。会上,中国珠宝玉石首饰行业协会副会长史洪哲进行了《中国珠宝玉石行业现状与思考》主题发言。信息权威,值得珠宝业界人士借鉴与思考,以文字、图表为发言整理摘编。

2013年之盘点

2013年,我国珠宝市场总体上好于2012年。据国家统计局统计,全国规模以上企业(单位)社会消费品零售总额中,金银珠宝销售额为2059.0亿元,同比增长25.1%;珠宝首饰零售额2000多亿元,同比增长25.1%。商务部统计,2013年,我国黄金消费量220.93吨,同比增长12.2%。

中国首饰的黄金消费量,2013年,我国黄金消费量超1200吨,同比增长超20%,首饰用黄金消费量约500吨,同比增长超20%的约1500吨。

2013年,上海钻石交易所钻石交易额达到43.27亿美元,其中毛坯钻石交易额1.34亿美元,同比增长7.8%,市场钻石镶嵌饰品产品销售额达3000亿元。

2013年,我国珠宝零售额约800亿,依然占全球珠宝产业的30%以上。国内市场规模仍居领先地位,但零售额占比小,零售额占比小,零售额占比小,零售额占比小。

2013年,我国珠宝零售额约800亿,依然占全球珠宝产业的30%以上。国内市场规模仍居领先地位,但零售额占比小,零售额占比小,零售额占比小,零售额占比小。

2013年,我国珠宝零售额约800亿,依然占全球珠宝产业的30%以上。国内市场规模仍居领先地位,但零售额占比小,零售额占比小,零售额占比小,零售额占比小。

2013年,我国珠宝零售额约800亿,依然占全球珠宝产业的30%以上。国内市场规模仍居领先地位,但零售额占比小,零售额占比小,零售额占比小,零售额占比小。

2013年,我国珠宝零售额约800亿,依然占全球珠宝产业的30%以上。国内市场规模仍居领先地位,但零售额占比小,零售额占比小,零售额占比小,零售额占比小。

2013年,我国珠宝零售额约800亿,依然占全球珠宝产业的30%以上。国内市场规模仍居领先地位,但零售额占比小,零售额占比小,零售额占比小,零售额占比小。

2013年,我国珠宝零售额约800亿,依然占全球珠宝产业的30%以上。国内市场规模仍居领先地位,但零售额占比小,零售额占比小,零售额占比小,零售额占比小。

2013年,我国珠宝零售额约800亿,依然占全球珠宝产业的30%以上。国内市场规模仍居领先地位,但零售额占比小,零售额占比小,零售额占比小,零售额占比小。

2013年,我国珠宝零售额约800亿,依然占全球珠宝产业的30%以上。国内市场规模仍居领先地位,但零售额占比小,零售额占比小,零售额占比小,零售额占比小。

2013年,我国珠宝零售额约800亿,依然占全球珠宝产业的30%以上。国内市场规模仍居领先地位,但零售额占比小,零售额占比小,零售额占比小,零售额占比小。

2013年,我国珠宝零售额约800亿,依然占全球珠宝产业的30%以上。国内市场规模仍居领先地位,但零售额占比小,零售额占比小,零售额占比小,零售额占比小。

2013年,我国珠宝零售额约800亿,依然占全球珠宝产业的30%以上。国内市场规模仍居领先地位,但零售额占比小,零售额占比小,零售额占比小,零售额占比小。

2013年,我国珠宝零售额约800亿,依然占全球珠宝产业的30%以上。国内市场规模仍居领先地位,但零售额占比小,零售额占比小,零售额占比小,零售额占比小。

2013年,我国珠宝零售额约800亿,依然占全球珠宝产业的30%以上。国内市场规模仍居领先地位,但零售额占比小,零售额占比小,零售额占比小,零售额占比小。

2013年,我国珠宝零售额约800亿,依然占全球珠宝产业的30%以上。国内市场规模仍居领先地位,但零售额占比小,零售额占比小,零售额占比小,零售额占比小。

2013年,我国珠宝零售额约800亿,依然占全球珠宝产业的30%以上。国内市场规模仍居领先地位,但零售额占比小,零售额占比小,零售额占比小,零售额占比小。

行业态势之分析

1. 社会经济强大支撑行业的发展

2013年,国内生产总值568645亿元,同比增长7.7%。全年社会消费品零售总额343350亿元,同比增长11.5%。2014年,我国的经济总量将继续增长,这为珠宝行业的发展提供了良好的经济环境。

2014年,我国的经济总量将继续增长,这为珠宝行业的发展提供了良好的经济环境。2014年,我国的经济总量将继续增长,这为珠宝行业的发展提供了良好的经济环境。

2014年,我国的经济总量将继续增长,这为珠宝行业的发展提供了良好的经济环境。2014年,我国的经济总量将继续增长,这为珠宝行业的发展提供了良好的经济环境。

2014年,我国的经济总量将继续增长,这为珠宝行业的发展提供了良好的经济环境。2014年,我国的经济总量将继续增长,这为珠宝行业的发展提供了良好的经济环境。

2014年,我国的经济总量将继续增长,这为珠宝行业的发展提供了良好的经济环境。2014年,我国的经济总量将继续增长,这为珠宝行业的发展提供了良好的经济环境。

2014年,我国的经济总量将继续增长,这为珠宝行业的发展提供了良好的经济环境。2014年,我国的经济总量将继续增长,这为珠宝行业的发展提供了良好的经济环境。

2014年,我国的经济总量将继续增长,这为珠宝行业的发展提供了良好的经济环境。2014年,我国的经济总量将继续增长,这为珠宝行业的发展提供了良好的经济环境。

2014年,我国的经济总量将继续增长,这为珠宝行业的发展提供了良好的经济环境。2014年,我国的经济总量将继续增长,这为珠宝行业的发展提供了良好的经济环境。

2014年,我国的经济总量将继续增长,这为珠宝行业的发展提供了良好的经济环境。2014年,我国的经济总量将继续增长,这为珠宝行业的发展提供了良好的经济环境。

2014年,我国的经济总量将继续增长,这为珠宝行业的发展提供了良好的经济环境。2014年,我国的经济总量将继续增长,这为珠宝行业的发展提供了良好的经济环境。

2014年,我国的经济总量将继续增长,这为珠宝行业的发展提供了良好的经济环境。2014年,我国的经济总量将继续增长,这为珠宝行业的发展提供了良好的经济环境。

2014年,我国的经济总量将继续增长,这为珠宝行业的发展提供了良好的经济环境。2014年,我国的经济总量将继续增长,这为珠宝行业的发展提供了良好的经济环境。

2014年,我国的经济总量将继续增长,这为珠宝行业的发展提供了良好的经济环境。2014年,我国的经济总量将继续增长,这为珠宝行业的发展提供了良好的经济环境。

2014年,我国的经济总量将继续增长,这为珠宝行业的发展提供了良好的经济环境。2014年,我国的经济总量将继续增长,这为珠宝行业的发展提供了良好的经济环境。

2014年,我国的经济总量将继续增长,这为珠宝行业的发展提供了良好的经济环境。2014年,我国的经济总量将继续增长,这为珠宝行业的发展提供了良好的经济环境。

2014年,我国的经济总量将继续增长,这为珠宝行业的发展提供了良好的经济环境。2014年,我国的经济总量将继续增长,这为珠宝行业的发展提供了良好的经济环境。

2014年,我国的经济总量将继续增长,这为珠宝行业的发展提供了良好的经济环境。2014年,我国的经济总量将继续增长,这为珠宝行业的发展提供了良好的经济环境。

2014年,我国的经济总量将继续增长,这为珠宝行业的发展提供了良好的经济环境。2014年,我国的经济总量将继续增长,这为珠宝行业的发展提供了良好的经济环境。

2014年,我国的经济总量将继续增长,这为珠宝行业的发展提供了良好的经济环境。2014年,我国的经济总量将继续增长,这为珠宝行业的发展提供了良好的经济环境。



2014年之思考

1. 国际珠宝市场的发展

4700亿美元的珠宝首饰是一个大蛋糕。国内品牌珠宝企业纷纷进军国际市场,寻求更大的发展空间。2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。

2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。

2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。

2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。

2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。

2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。

2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。

2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。

2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。

2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。

2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。

2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。

2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。

2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。

2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。

2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。

2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。

2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。

2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。2014年,国际珠宝市场将呈现更加多元化的发展态势。

国际铂金协会发布最新调研报告

国际铂金协会近期发布了“中国铂金首饰市场调查简报”和“铂金首饰设计趋势简报”。报告指出,中国铂金首饰市场呈现出强劲的发展态势;婚庆市场继续保持强势地位;年轻消费群体成为铂金首饰消费新的增长点;铂金首饰作为结婚纪念礼物的新兴市场快速发展;并指出未来中国市场的两大消费热点趋势:双元驱动的自然主题和奢华繁复的复古设计。



珠宝市场新兴消费热点“自我奖赏”

自去年开始,华丽的珠宝首飾一直颇受年轻人青睐的青睐。到了现在,随着经济水平的提高,珠宝首飾已不再只是逢喜庆典的专属,成为了人们追求时尚的消费品,成为了时尚与财富的象征,还成为了表达情感的载体。

近年来,受到国际和西方消费潮流的影响,中国年轻人,追求消费为新的消费热点,涌现出了一批新的消费热点。婚庆首饰日益流行,中国珠宝首飾市场正在蓬勃发展。能够吸引CNC研究在2012年对中国一线城市(北京、上海、广州)的消费者进行了调查,发现一线城市珠宝首飾市场正在蓬勃发展。除了北京以外,其他城市也有类似趋势。上海和广州的消费者更倾向于购买,其购买力更强。

国际铂金协会近期发布调查简报,中国的消费文化和西方有很大不同。西方女性会把自己买的首饰作为一种对自己的奖励,在需要鼓励或取得成就时可能会把自己买的首饰作为一种奖励。

如今,这一消费文化正在传入中国。2013年的珠宝首飾市场,正以购买者为焦点,越来越多的消费者,尤其是那些年轻女性,把买首饰当成一种奖励,以此来表达自己的生活态度和情感。珠宝首飾正成为女性奖励自己、悦纳自己、悦纳生活的方式,这种自我奖励的能力与消费文化密切相关。

国际铂金协会近期发布调查简报,中国的消费文化和西方有很大不同。西方女性会把自己买的首饰作为一种对自己的奖励,在需要鼓励或取得成就时可能会把自己买的首饰作为一种奖励。

国际铂金协会近期发布调查简报,中国的消费文化和西方有很大不同。西方女性会把自己买的首饰作为一种对自己的奖励,在需要鼓励或取得成就时可能会把自己买的首饰作为一种奖励。

国际铂金协会近期发布调查简报,中国的消费文化和西方有很大不同。西方女性会把自己买的首饰作为一种对自己的奖励,在需要鼓励或取得成就时可能会把自己买的首饰作为一种奖励。

国际铂金协会近期发布调查简报,中国的消费文化和西方有很大不同。西方女性会把自己买的首饰作为一种对自己的奖励,在需要鼓励或取得成就时可能会把自己买的首饰作为一种奖励。

国际铂金协会近期发布调查简报,中国的消费文化和西方有很大不同。西方女性会把自己买的首饰作为一种对自己的奖励,在需要鼓励或取得成就时可能会把自己买的首饰作为一种奖励。

国际铂金协会近期发布调查简报,中国的消费文化和西方有很大不同。西方女性会把自己买的首饰作为一种对自己的奖励,在需要鼓励或取得成就时可能会把自己买的首饰作为一种奖励。

国际铂金协会近期发布调查简报,中国的消费文化和西方有很大不同。西方女性会把自己买的首饰作为一种对自己的奖励,在需要鼓励或取得成就时可能会把自己买的首饰作为一种奖励。

国际铂金协会近期发布调查简报,中国的消费文化和西方有很大不同。西方女性会把自己买的首饰作为一种对自己的奖励,在需要鼓励或取得成就时可能会把自己买的首饰作为一种奖励。

铂金引领首饰设计前沿风尚

国际铂金协会的调查简报指出,款式设计是中国消费者购买首饰时的重要考虑因素。基于铂金在时尚首饰领域和K18金首饰领域中的领先地位,铂金对多数消费者而言是结婚纪念礼物,铂金推出了本年中铂金首饰的两大消费热点。

铂金引领首饰设计的前沿风尚。铂金推出了本年中铂金首饰的两大消费热点。铂金推出了本年中铂金首饰的两大消费热点。

铂金引领首饰设计的前沿风尚。铂金推出了本年中铂金首饰的两大消费热点。铂金推出了本年中铂金首饰的两大消费热点。

铂金引领首饰设计的前沿风尚。铂金推出了本年中铂金首饰的两大消费热点。铂金推出了本年中铂金首饰的两大消费热点。

铂金引领首饰设计的前沿风尚。铂金推出了本年中铂金首饰的两大消费热点。铂金推出了本年中铂金首饰的两大消费热点。

铂金引领首饰设计的前沿风尚。铂金推出了本年中铂金首饰的两大消费热点。铂金推出了本年中铂金首饰的两大消费热点。

铂金引领首饰设计的前沿风尚。铂金推出了本年中铂金首饰的两大消费热点。铂金推出了本年中铂金首饰的两大消费热点。

铂金引领首饰设计的前沿风尚。铂金推出了本年中铂金首饰的两大消费热点。铂金推出了本年中铂金首饰的两大消费热点。

铂金引领首饰设计的前沿风尚。铂金推出了本年中铂金首饰的两大消费热点。铂金推出了本年中铂金首饰的两大消费热点。

铂金引领首饰设计的前沿风尚。铂金推出了本年中铂金首饰的两大消费热点。铂金推出了本年中铂金首饰的两大消费热点。

铂金引领首饰设计的前沿风尚。铂金推出了本年中铂金首饰的两大消费热点。铂金推出了本年中铂金首饰的两大消费热点。

铂金引领首饰设计的前沿风尚。铂金推出了本年中铂金首饰的两大消费热点。铂金推出了本年中铂金首饰的两大消费热点。

铂金引领首饰设计的前沿风尚。铂金推出了本年中铂金首饰的两大消费热点。铂金推出了本年中铂金首饰的两大消费热点。

铂金引领首饰设计的前沿风尚。铂金推出了本年中铂金首饰的两大消费热点。铂金推出了本年中铂金首饰的两大消费热点。

铂金引领首饰设计的前沿风尚。铂金推出了本年中铂金首饰的两大消费热点。铂金推出了本年中铂金首饰的两大消费热点。

铂金引领首饰设计的前沿风尚。铂金推出了本年中铂金首饰的两大消费热点。铂金推出了本年中铂金首饰的两大消费热点。

铂金引领首饰设计的前沿风尚。铂金推出了本年中铂金首饰的两大消费热点。铂金推出了本年中铂金首饰的两大消费热点。

铂金引领首饰设计的前沿风尚。铂金推出了本年中铂金首饰的两大消费热点。铂金推出了本年中铂金首饰的两大消费热点。

铂金引领首饰设计的前沿风尚。铂金推出了本年中铂金首饰的两大消费热点。铂金推出了本年中铂金首饰的两大消费热点。

铂金引领首饰设计的前沿风尚。铂金推出了本年中铂金首饰的两大消费热点。铂金推出了本年中铂金首饰的两大消费热点。

一线城市高端消费者珠宝购买动机

	总体	北京	上海	广州
奖励自己、庆祝节日	53.6%	65.3%	58.3%	57.0%
奖励自己、庆祝节日	44.0%	52.3%	54.4%	55.7%
奖励自己、庆祝节日	44.0%	52.3%	54.4%	55.7%
结婚、订婚、周年纪念	31.1%	28.2%	22.2%	26.7%
结婚、订婚、周年纪念	25.9%	18.3%	12.0%	15.3%
结婚、订婚、周年纪念	16.6%	10.0%	12.0%	15.3%
结婚、订婚、周年纪念	14.4%	10.0%	12.0%	15.3%
结婚、订婚、周年纪念	3.7%	3.7%	6.7%	13.3%
结婚、订婚、周年纪念	1.1%	1.1%	1.1%	1.1%

薛焜， 大器早成的青年总裁

SS

2014年，对薛焜来说，是平常的一年，也是不平常的一年。他的阳光、快乐一如既往，与家人团圆、与朋友聚会，参加慈善活动，还有挚爱的赛车，运动充满活力。同时，他的企业迎来了尤为重要的多元化发展新阶段，他肩上的担子更重了。

薛焜，是一个很耀眼的人，宝亨达集团总裁，年轻有为的高富帅，中国珠宝行业青年企业家的杰出代表，被业内称作“铂金王子”，被媒体誉为“珠宝少帅”，更是粉丝心目中的“24K纯男神”……这些光环与成就，令很多“80后”望尘莫及。

薛焜的成功，是偶然，也是必然，既有上天厚爱，又离不开他后天努力。

SS



宝剑锋从磨砺出

二十多年前，薛皓在父母的满心期盼中诞生。作为家中长子，父亲薛楚亮在他一出生就寄予厚望。

“潮人善经商”，1989年，潮州商人薛楚尧开始涉足珠宝行业，创立了宝亨达品牌。这是国内最早的珠宝品牌零售品牌之一。

成功企业家薛岳亮，有一种高瞻远瞩的智慧。这位远见的智慧让他成为一个优秀的父亲。他用与众不同的教育方式培养薛岳，他希望薛岳长大后是大有作为的人。含着金汤匙出身的少壮薛岳，没有养在温室，他比很多人更早地付出努力。

1999年，宝福珠宝公司成立并创建了工厂。在这前后，薛家珠宝生意蒸蒸日上，父母被雇月地忙忙碌碌，薛耀自己担起了成长的担子。“我懂事早，尽量不让他们操心。”薛耀说，很早自立，但父母对他的影响仍很伟大，从小培养成的自我管理能力和母亲的言传身教息息相关，他从那时

在别人眼里，出身珠宝世家的薛群应该会有很多优越感。薛群自己却不这么认为。对他来说，拥有越多压力越大，责任感也越强。他肩膀上扛着的不仅是自己的人生，还有家人的期待，更有一个流

面对一个成功者，人们往往只看到台上的掌声和鲜花，却忽略了台下的努力与汗水。

天降大任于斯人

有人笑谈，中国的富豪们在忙三件事，一是发网企业，二是研究政府政策，三是教育孩子。



随着改革开放的春风扬起，父辈们作为第一代富豪，往往是从事接近富裕的拓荒者。“富二代”承受了父辈在事业上的更多期望。他们更重视知识的力量，这些孩子也非常珍惜“走出去”的学习机会以及父母打拼积累的家业。食衣无憾，不断获得成功。国内有统计显示，这些成功者大约占“富二代”总数的20%，面对父辈的重托，他们倒是不负众望。

在美国多年的留学经历带给了薛翥丰富的知识,更带给了他开阔的视野、独立思想和绅士的气质。这些品质将伴随他的一生,也对他的事业意义重大。“最大限度地提升了自己。”薛翥说。那几年,他的足迹遍布美国很多州,认识了很多良师益友,也像离不开阳光空气一样汲取知识,了解世界。那几

2009年，正是群策学成归国的新年，一个具有划时代意义的产物——宝福李朝珠宝文化产业园隆重开园。这个文化创意产业园区，创新打造了“珠宝文化+旅游”精品路线。如今已被评定为“国家AAA级旅游景区”。广东肇庆。

这一年，薛慧勇长袖善舞，带给这些家业翻天覆地的变化。宝福公司把总部和工厂从永贝迁至杭州，入主宝福珠宝源，永贝则设立了营销中心。薛慧勇在这个大变化的背景下，要命全面接管公司，父亲给了他足够的信任，放手让他做出各种决策。母亲悉心传授了零售业务知识，家人的态度减轻了他的压力，

天高任鸟飞

薛斌是一个严肃、严谨的企业掌舵人，他自有一套先进的管理理念，“理性，追求完美。”他这么评价自己。

为精益求精、万无一失，他决心打造“学习型企业”，斥资数百万元完善培训体系。大力提升员工业务能力和综合素质，增强企业竞争力。他要求全体员工“做到最好，不出任何偏差”，全面建起了标准化体系，造就“国家AAA级标准化良好行为企业”，实现“以全球化视野运营，以愉快的反应征服核心”。

上任后把宝豪姆金产铜业旅行社行业第一的优势树出来，在2010年亲自赴京拿下了“中国旅游第一家”这块金字招牌，为公司收获了中国旅游的最高荣誉。

2010年4月，宝福黄金厂、银厂成立。“我们铂金能做到第一，黄金、银像一样可以做到出类拔萃。”薛耀用着信心满满的决心，潜心经营，练内功，在新领域大搞研发，又登上了一个新高峰，宝福又成为了知名的黄金制造商和珠宝专家。

发设计中心不仅为商家的铂金厂、黄金厂和珠宝厂提供了有力的研发设计保障,增加了商家核心竞争力,也为合作伙伴提供一对一的研发设计服务,还提供个性化的珠宝首饰商业定制服务,并为行业打造了一个集品牌公共技术服务平台。

一系列文化精品在他的脑海里研发设计,并策划举办了国际铂金创意文化设计大赛、铂金旅游文化节,在业界引起了轰动。“父辈做企业都很低调,不会有太多宣传。我们新一代可能会更活跃,更重视品牌的宣传推广。现在的市场格局和以前不一样,我们正面临最激烈的国际竞争,品牌也怕巷子深。”孙耀武说,时代在变,市场在变,消费群体也在变,企业家的思维也要变。

们这群年轻的接班人会是这场变革的引领者。

薛晴学的是酒店管理专业，看似与珠宝不搭界。智者之举必有因。2011年5月16日，国内首家以“珠宝文化”为主题的五星珠宝梦达国际大酒店隆重开业，令人恍然大悟。可见薛家父子决非平庸之辈。此时，单一的发展模式已经不能满足企业迅猛的发展需求，新的商业模式亟待探索。

2013年，集团管控模式成功构建，薛耀正式升任宝宁达集团总裁，父亲薛荣典则任宝宁达集团董事长。管理建一些新项目。2014年1月15日，宝宁达集团25周年盛典隆重举行，震撼业界，薛耀与父亲携全体员工、与行业同仁、合作伙伴、新闻媒体等近3000人欢聚一堂，共享荣耀的“闪亮”时刻。

薛峰还有一个名气超大的身份——赛车手薛峰。他是个有活力、好运动的人年轻人。篮球、游泳、健身都喜欢，当然，赛车是心头最爱。在赛车界，他拿过国际性锦标赛——泛珠三角超级赛车节F1半季锦标冠军。拿过MSC HK 2013的排位冠军和决赛冠军。“在不同

领域，我都会尽力做到最好。”薛斌，年轻的生命律动，彰显领袖风范。



仁者愛人

责任感和慈善心，是薛峰身上紧黏的标签。“责任感，即根本谈不上成功。无论是作为一个自然人、法人，内心有着高度的责任感。

“责任”是他的头等大事。求学有责，“父老值。”对家族事业的责任感，让他在国外刻苦学习到立业有责。读完书，父母希望他回国，他自己也期望能一展抱负，报效国家。

曾有人问他：“责任和个人自由，你更看重哪样？”但他还是选择了先工作。尽管他内心也渴望遨游自由的个性，你会发现，他其实是个简单小到大都保持着一善者心，不随岁月的风浪而改变野蛮行驶者。他会即任随波一直。

宝亨这一直是个有高度社会责任感的企業。蔡

业，他带领公司积极参与了修路、扶贫、救灾、助老员工家属。2013年，被选为“中国青年珠宝商会”与协会成员一起办了多场爱心活动，进一步美化和一流的企业家文化。“以人为本”是陈瑞一大价值观。公司在他的带领下，团队齐心协力，企业效益高，幸福文化贯穿上下，形成了一股凝聚力。他的思想深深影响着企业，大家尊敬他，爱戴他。

卡地亞，鮮豔最喜歡的范范陳璽大牌。無獨有偶，幾代人的寶在傳承中堅守、綻放，打造一個百父親的夢。這個夢的星光照耀着前行的路。

2014年，寶亨達集團開始進入多元化發展新時。達集團的珠寶、酒店、地產、医药、旅游、物分、



ICIF 2014

ICIF 2014

ICIF 2014



ICIF 2014

ICIF 2014

ICIF 2014

ICIF 2014

ICIF 2014

ICIF 2014

ICIF 2014

ICIF 2014

ICIF 2014

ICIF 2014

ICIF 2014

ICIF 2014

ICIF 2014

ICIF 2014

ICIF 2014

ICIF 2014

ICIF 2014

ICIF 2014



“珠宝艺术工厂”参观体验中心”展示区部分展位实景图



珠宝艺术工厂参观体验中心”展示区部分展位实景图

线上线下联动 五月珠宝购物节“全城最低价”

五月，是劳动人民的节日，是期待幸福的季节，也是深圳文博会最盛的时节。继“深圳文博会宝福分会场精品珠宝展”后，珠宝艺术工厂参观体验中心作为“深圳最大珠宝购物体验中心”，相聚五月珠宝购物节，史无前例推出“全城最低价”，绝对“大放价”，绝对“秒杀”，小伙伴们赶紧“抢”金去！

5月1日—5月31日期间，到位于宝福珠宝园前“珠宝艺术工厂参观体验中心”购买珠宝，享受全城最低价！黄金零售最低至208元/克，铂金最低至368元/克，金饰珠宝产品低至3.6折，还能享受折上优惠！至高优惠，轰动全城，马上叫上你的小伙伴一起来“抢”翻金条吧！作为“国家

AAA级旅游胜地”，宝福珠宝园“珠宝文化+旅游”精品路线升级升级，走进“珠宝艺术工厂”路线“缤纷购物线”，体验深圳非特产购物节——金品美“秒杀”珠宝购物节。市民、游客将在这里收获更多惊喜。

线上线下紧密互动，宝享达天猫旗舰店 (<http://baoshengda.tmall.com>) 珠宝特惠引爆

五月，“深圳非特产”线上闪耀光芒。5月1—31日，该店铺精选钻铂金、黄金首饰和镶嵌饰品，参与本次特价秒杀活动，回馈新老客户，吸引新客户关注，尊享优惠珠宝，尽在宝享达！（通讯员 冯娟 曹晋南）



亿万超跑强力助威 文博会宝福分会场

5月4日，中国第一个非盈利超跑协会SMA超跑俱乐部的首代会暨百亿亿万超跑，齐聚深圳宝福珠宝园强势助威，为本次文博会宝福分会场活动增添火热，拉开序幕。

浩浩荡荡的车队从市中心驶向宝福珠宝园，沿途吸引了无数市民的目光。法拉利、兰博基尼、迈凯伦、宾利、劳斯莱斯等近100辆超跑组成豪华车队，形成壮观的超跑游行，一路行驶发出的巨大引擎声，为第十届文博会宝福分会场增添无限活力。宝福分会场为豪车文化提供展示，创新与时尚结合，最后汇聚在宝福珠宝园，各类豪车以不同的造型被展示在宝福珠宝园文化广场，让人眼前一亮，对本届活动更加期待。

据悉，此次活动不仅仅是SMA超跑俱乐部的一次常规，更重要的是第十届文博会宝福分会场活动暨豪车巡游，SMA超跑俱乐部副会长、宝享达集团总裁徐耀表示，这次用创新的思维和手法，将不同的文化跨界融合，产生多文化碰撞火花，为文博会带来更多新鲜的活力，文博会是深圳的一大文化盛事，他希望将今年的宝福分会场打造成最具特色的文博分会场，成为深圳市民最期待期待的五月盛会。

第十届文博会宝福分会场还准备了许许多多让人意想不到的惊喜和优惠，通过购物体验，让时间的珠宝文化更加精彩，让更多人体验宝福分会场的文化魅力。





Real Jewelry, Real Joy

REAL JOY &
Jewelry

真珠宝，真快乐
任进的珠宝设计人生

任进，一个珠宝界家喻户晓的名字，开创了中国特色首饰行业的多个“第一个”。他是当代中国珠宝设计第一人，他创立了中国第一个珠宝首饰设计专业；他招收了中国第一批珠宝首饰设计专业专科生，本科生以及硕士研究生；他编写了中国第一部珠宝首饰设计专业教材《珠宝首饰设计》。作为中国珠宝首饰设计大师，他担任多家珠宝企业的首席设计师，首席顾问等职。是名副其实的珠宝设计大师。作为中国地质大学的教授，他被学生们称为最受设计专业学生欢迎的老师。他的作品，他的微博被很多学生、后辈们追捧。二十多年来，任进把青春和才华奉献给了珠宝行业，为中国珠宝设计的发展做出了结构式的重要贡献。《珠宝设计》第二期“设计师”专栏特邀任进老师开展访谈，让我们一起来认识这位珠宝设计大师吧。

任进：《珠宝设计》的创始人。

任进：在珠宝设计领域我是怎么产生的？
任进：1992年，我在南京珠宝学校，是中国地质大学设计专业。当时宝石专业刚刚开办，开设了二十多门课程，其中有一门课是珠宝设计，因为刚有一些做珠宝的师傅，有人认为我可以教这个课，所以门课老师就把我，后来我就开始了边学习边授课的过程。当时内地的设计方面的教学，所以我去学了香港红湾设计中心的一个首饰设计班并担任助教，内地的师傅好像是一个老师，边学、边教、边做，而我也边学边做，边做边学边提升，我就知道这个专业很好玩。这是一个在中国珠宝圈很热的行业，当然前期不需要有一个特别好的回报，它需要很多年的努力，前期也是在不断地练习、思考，以及社会的认可中慢慢地积累起来的。

任进：那您的初期首饰设计有怎样的影响？
任进：我成长在一个革命家庭，父亲是解放前参加过中国民主革命时期的革命工作，包括早期的建筑、建国的工作，他们都做出了贡献，还有一些当过领导人。这些对我来说有那么三个意义。第一个，这是造就我人生世界观形成的一个重要背景，他们让我了解了他们努力的一个国家一个民族的中华民族国家要成为一个独立自主的国家这么一个伟大的事业，我也慢慢地也有了责任与担当。第二个，他们给了我自信，因为他们通过三十多年把一个中国改变成一个新中国，那他们能做一个专业做好是应该的，这个事业和国家的事业来比较我认为是一个很小的事业，没什么值得看不起的。第三个，我家是比较自由，幸福又充满希望，但文化教育有局限，所以文化方面我们的思维活跃度都比较高，没有受到太多的约束，也没有单

设计师 | THE DESIGNER



任进的珠宝设计人生

纯去为高攀什么的光彩耀人的，自然而然的形成了我们自己的专业的思维模式，比较自由和开放的思想，所以家对我在这方面是有影响的。

任进：您是以“珠宝设计”、“珠宝的微博”、“珠宝没有解过珠宝的难题”为灵感设计珠宝品牌，这些设计都体现了您的人，您会如何理解这个品牌？

任进：我以家庭和朋友的往事为灵感创作的这些产品源于概念，专为纪念某些人和某些事情特定的物品，因为看到很多人写文章来回忆这些曾经影响自己人生的事，我慢慢地发现，我也想写回忆录，后来发现写这种东西的年纪还早一点，还有一个大问题就是人人都能写，我文笔又没有人家好，若是真的话就表达一下更确切，对我来说角度更广泛一些。所以我就写这些物品是自然的结果，一个纪念。

任进：那您能谈谈设计理念给您什么灵感？

任进：设计理念方面，我是以“真珠宝，真快乐”为核心思想，我的主要材料是天然材料，因为我熟悉他们，另外一个就是快乐，做珠宝的快乐，是追求一种自由和轻松的生活，作为首饰设计师，有创意和想法上比较快，有创意和想法上比较快，有的想法上比较快，不管怎么样，都会引起我自己的幸福和快乐，这种感觉也会影响别人看到我的首饰和喜欢的人，因此我以我的快乐来影响别人，来达到一种



“2013珠宝设计大赛暨珠宝设计大赛”任进的珠宝设计人生

PRIVATE CUSTOM Jewelry

宝福珠宝私人定制 只为唯一的你

在个性张扬、梦想飞扬的年代，私人定制是一个梦工厂，将个性与梦想，便从中找到自己，看到自己最真的一面。

“独一无二”是量身定制的最大特点。有人定制服装、鞋包、珠宝，有人定制旅行、婚房、家庭，定制正演变为一种生活方式。无论是哪种定制，都是个性与专属、与时尚和梦想的多重叠。每一件定制品背后，都包含更多耗时、更多手工、更多服务以及更费心思的设计，才能造就“唯一”的珍品。

定制曾经是王公贵族、富豪和流散者的奢侈服务，为皇权特制，工业革命来临后，尽管“应时王”渐衰而逝，飞入寻常百姓家，定制仍然明显有别于工业时代的产物，她不需要张扬的大LOGO，不需要炫耀财富，她的血脉中流淌着一种独特而低调的高贵。也许，这就是定制向世人传递的精神。

定制，很大程度上是一个以设计为主导的完整生产服务体系支撑。宝福珠宝设计中心作为高级私人定制的文化精髓，正为全球客户提供一对一的体系定制服务。作为业内最具实力和实力的珠宝设计机构，宝福珠宝设计中心拥有200多人的专业团队，全面对接宝福金店、黄金厂和银饰厂，在珠宝首饰新工艺研发、新产品设计、配饰以及生产、检验、售后上，一条龙服务到位。宝福是一个懂得并拥有实力提供定制服务的业界精英，她了解个性化定制、高级定制的本质，具备珠宝定制所需的一切资源与技能。

财富并不能成为人们区分自己的符号时，只有好的、个性的品味才更能更突出自己的自己，但不要把品味误等于奢侈。事实上，除了高贵的价格而来到海外，私人定制也可以与奢侈无关。试问谁能定制，量身设计，选材托材质、镶嵌、手工刻字，最终价格也许比成品或更实惠，且更与众不同。而高而不贵，可以肯定，私人定制更多时候考验的是定制者的文化品位与审美情趣，可以与奢侈无关，但一定代表了定制者的独特生活方式。



宝福珠宝“五大革命”

黄金+铂金

将铂金与黄金连接一体的黄金铂金首饰和工艺品，满足黄金金手（链）、项链（吊坠）、戒指等首饰，款式更新，颜色更丰富。

K金+银

K金（玫瑰金）在国货大牌时尚演绎中引领了一股新潮流，宝福为定制客户创新研发K金与白银时尚搭配，色泽无差，带来并颠覆新时尚。

熔彩

宝福珠宝引领彩色贵金属首饰新时代，在首饰的凹位中均匀填充彩色树脂染料，高温淬烤固化，使饰品表面更加鲜艳、更多颜色，给时尚添色加彩。

贵金属无缝对接

不使用焊料焊接贵金属，保证饰品接口处的黄、铂金纯度更高，整体更纯净更保值，且焊接更牢固，色泽更亮。

多材质镶嵌

采用红、蓝宝石、钻石、翡翠、珍珠、白玛瑙、贝壳等多种材质镶嵌在贵金属首饰工艺中，这对镶嵌技术提出更多要求，使珠宝首饰更丰富多采。

宝福珠宝私人定制“十步曲”

第一步：客户沟通

专业设计师与客户一对一沟通，了解客户的个性化需求，客户可选择整体定制、部分定制或混搭定制等个性化定制、文化精品、工艺大师的定制服务。

第二步：设计构思

在客户支付一定比例的预付款后，设计师进行构思。

第三步：客户确认图稿

将构思图稿，通过设计师的方式与客户沟通，根据客户确认图稿。

第四步：3D建模

电脑建模，制作效果图。

第五步：出图稿

以3D图稿制作和图稿模型。

第六步：客户确认图稿

客户观看了图稿的立体模型，根据图稿效果。

第七步：制作

以3D图稿为材料，上蜡制作实版。

第八步：成品

经过50道工序精工打造，每道工序都有QC检验流程，以及由专业检验师对成品全面合格后才能出厂，全程确保高品质、高利率。

第九步：客户验收

将客户交付、客户验收、结清款项。

第十步：售后服务

定制珠宝享受终身售后服务，如翻新保养、清洗、局部翻新等，让顾客无忧。





中国珠宝首饰行业协会总部大楼

深圳旅游，把非土特产带回家

“

出去旅游带回特产，是全世界游客的共同爱好，当游走在纽约、迪拜、香港、深圳这些高度城市化、现代化的大都市时，能带什么特产？也许很多人头上要冒问号，但没有人会从这些地方空手而返。回程的行李已经装满，珠宝、时装、手表……琳琅满目，收获这样的特产，游客不亦乐乎，并期待下一次再来。

深圳非土特产：一座城市的记忆

深圳非土特产，深圳的特产是时间、是创新、是科技、是Made in Shenzhen，还可以定义为“非土特产”，广为传播的深圳非土特产主要有深圳珠宝、深圳女装、深圳消费电子、深圳钟表、深圳眼镜、深圳手表和深圳内衣大衣。这是深圳七大世界级产品聚集的创新结晶，让深圳这座年轻的城市，从此有了自己的城市记忆和特产。

置身在深圳繁华的街头，高楼林立的时光所及不了繁华的珠宝首饰，她们从旧日的户外广告、满街的橱窗和台中，散发诱人的光芒。她们品牌之多、设计之新、款式之多、材质之全，令人大开眼界。更有深圳非珠宝文化产业园这样独具特色的“国家AAA级旅游景区”，创新打造了“珠宝文化博物馆”精品店，带给游客别样精彩的购物体验。自有一批珠宝文化与珠宝制造的领军之标。世界珠宝看中国，中国珠宝看深圳，作为珠宝之都，深圳是中国珠宝制造中心、贸易中心、国际信息中心和采购中心，形成了全国最具规模的珠宝首饰产业集群地，行业龙头企业和品牌多数从这里走向国内外市场，占据半壁江山。珠宝、已居深圳可贵的城市名片，深圳旅游的闪亮窗口。

深圳珠宝历史：美丽蜕变的故事

中国珠宝首饰行业是一个古老而美丽的行业，传统的珠宝首饰主要有黄金、银、玉石、珍珠等，超越了传统珠宝的珠宝文化，塑造了独特的首饰制作工艺。深圳珠宝首饰业得到了现代产业的加持，于20世纪80年代起步，随着改革开放的推进，为深圳珠宝业的发展带来了第一笔订单。作为世界三大珠宝中心之一的香港，看中了深圳特区改革开放的发展优势，相对低廉的劳动力成本，极具潜力的发展前景，逐渐把一部分珠宝加工委托深圳的企业代工，让深圳珠宝企业赚到了第一桶金。不到十年，深圳就有了全国最多的珠宝工厂，有以“三来一补”企业为主、小而散、规模小、层次低、技术落后、目前深圳的珠宝企业实施严格管理的政策，只允许少量国有企业在有资质、没有民营企业的参与热情，在此环境下，创立于1980年的宝亨达首饰公司（宝亨达珠宝公司前身）选择以珠宝零售为主营业务，而不开设工厂，等待行业发展的成熟时再进军制造领域。同年，深圳市政府把宝亨达珠宝首饰业定位为出口创汇支柱产业，加速了发展进程，深圳珠宝开始了腾飞的前奏。

90年代，深圳珠宝业发展了黄金十年，1990年3月，深圳市珠宝首饰行业协会正式成立，聚集在深圳各角度的珠宝企业终于有了同一个“娘家”。此后，大量民营企业纷纷崛起，绝行业发展遭遇了活力，国家开始向民营企业开放珠宝的生产加工和经营批发权，一些“游击队”开始转为“正规军”，皇冠后，宝亨达获得了中国人民银行颁发的《金银首饰许可证》，成为当时全国获此权利的少数企业之一。而1997年，国际珠宝协会在中国成立办事处，将西方传统首饰材料理念、黄金首饰一支独秀的东方市场格局改变，宝亨达顺势而为，于1998年正式成立了宝亨达珠宝公司，并从此大举、日本、瑞士等国引进了最优质的生产资源，开办了自己的铂金生产工厂，成为中国铂金领域“第一个被授权的人”。

21世纪初年最辉煌的2000年，备受瞩目的“第一届深圳国际珠宝展”在深圳会展中心成功举办，深圳珠宝企业纷纷参展，与意大利、日本、以色列、印度等世界珠宝生产大国，以及中国香港、台北地区的著名珠宝商交流洽商，而深圳市场吸引了深圳珠宝的吸引力和影响力。新世纪，深圳珠宝业朝着规模化、集约化、品牌化方向发展，推动中国成为了全球黄金产量最大、淡水珍珠产量最大、白银产量第三的国家；铂金、碧玉、翡翠、绿松石的第一大消费国；黄金、白银、钻石的第二大消费国，发展势不可挡。2013年，中国珠宝零售额达4170亿元，深圳珠宝经营额则达1450亿元，占全国三分之一，稳居行业龙头地位。深圳国际珠宝企业3600多家，个体工商户经营户5000多家，珠宝交易额达1500亿元，珠宝行业加工总值超1000亿元，珠宝经济的蛋糕越来越大。

在前三十年“引进来，发展好”阶段取得了优异成绩后，深圳珠宝业又大力地向“走出去”，积极发展总部经济，优先扶持珠宝龙头企业做大做强，着力培育深圳珠宝品牌，在2009年出炉的30家深圳珠宝品牌品牌企业中，宝亨达珠宝上有有名。至今，深圳珠宝区域品牌影响力已经与瑞士巴塞尔国际钟表珠宝展、意大利米兰国际珠宝展、美国拉斯维加斯JCK珠宝展、泰国曼谷珠宝展、泰国国际珠宝展等全球性大型珠宝展会，在国际舞台上扩大了深圳珠宝的知名度和影响力。

经历了“小作坊”到“现代企业”，“品牌战略”到“集团化”，“规模化代工”到“自主创新”的蜕变，深圳珠宝持续改革开放快速发，孕育了“中国铂金第一家”宝亨达，“中国黄金制造第一家”万泰黄金，“中国金第一家”甘露珠宝，“中国第一家”仙鹿珠宝，“中国珠宝第一家”星光珠宝。“中国第一家”与与珠宝零售巨头内外的领军企业，一批珠宝企业开始做大做强后，还开始了集团化发展的新篇章，宝亨达经过30年的成长和蜕变，形成了以“珠宝”为核心产业，覆盖酒店、地产、医药、旅游、餐饮、投资等产业的多元化集团，创新珠宝商业模式，开拓珠宝多产业发展路径，在业内树立了产业引领成功的新典范。目前，新一代的产业结构调整，品牌升级，发展模式创新正在如火如荼进行中，深圳珠宝正以昂扬的姿态迈向一个快车道，迈上一个新台阶。



宝亨达

BOHENGDA

爱无添加 幸福无憾

加盟服务热线 400 100 9990

中国高纯度金饰倡导者



宝亨达国际大酒店
BOHENGDA INTERNATIONAL HOTEL



BOHENGDA
INTERNATIONAL HOTEL
宝亨达国际大酒店

中国首家五星级珠宝文化主题酒店

THE FIRST 5 STAR JEWELRY THEME HOTEL IN CHINA

商务、宴会、中餐、西餐、日餐、酒吧、会议、KTV、康体、网球、泳池



深圳市龙岗区南湾街道布澜路35号宝亨达国际大酒店

Bohengda International Hotel No. 35, Bualan Road, Nanwan Street, Longgang District, Shenzhen

Prop. Code: 516114 Tel: 0755-6186 2222 <http://www.bhdhotel.com>



宝亨达国际大酒店管理有限公司
BOHENGDA INTERNATIONAL HOTEL MANAGEMENT CO., LTD.



宝亨达国际大酒店