

克拉钻频出,黄金卖断货

这个“黄金周”,今世福珠宝真火爆

在刚刚过去的“十一黄金周”里,我市珠宝的零售全线飘红。其中由今世福珠宝倾力打造的“中国珠宝第一城”销售形势更为喜人。

名副其实“黄金周”

“要两粒一克拉的裸钻,定制男女戒指一枚;再帮我把自己这枚50分的裸钻改镶成个性款。”今世福珠宝倾力打造的“中国珠宝第一城”里,一名男士开口就是三枚裸钻的业务。

“今天带的钱不够,50克的投资银条给我留三根,明天来提货。”营业员小于刚帮顾客结完款就接到了顾客的新订单。

“一位朋友花3600元选的翡翠原石,切开居然是糯冰的豆青种,做成手镯大概能卖三万元吧!”今世福珠宝“第一城”四楼的赌石区里经常能听到这种略带羡慕的对话。

今世福珠宝倾力打造的“中国珠宝第一城”十一长假前刚刚开业,6000平方米的销售卖场里陈列的珠宝简直就是一个大观园,黄金首饰、钻石饰品、翡翠、晶石、檀香等各色饰品或藏品吸引着近年来投资意识逐渐增强的消费者前往光顾。日均数千人的客流量,让“第一城”里的营业员应接不暇,公司曾数次延长营业时间,最长延至夜里23

时30分。据“第一城”总经理李刚介绍,开业期间曾一天卖空13盘黄金饰品,公司不得不连夜从今世福珠宝位于郑州的批发中心调集黄金饰品和工作人员,才勉强满足第二天的正常销售。克拉裸钻一上午就出三四枚;开业前上柜的100多条琥珀项链,7日晚盘点时只剩了4条。赌石区的翡翠原石,平均每天要切七八次,十一长假期间销售原石约在500公斤以上。

虽然无法估算今世福珠宝在整个十一长假期间的销售额,但从今世福珠宝“第一城”里营业员的忙碌程度、笔者的所见所闻以及“第一城”总经理李刚对销售情形的描述来看,这个十一长假对今世福珠宝来说是个名副其实的“黄金周”。今世福珠宝倾力打造的“中国珠宝第一城”的魅力也初次显现出来。

这个“黄金周”,今世福珠宝真火爆!



今世福珠宝倾力打造的中国珠宝第一城。

三大特色唱七天

“从每一笔成交的单据上来看,这个“黄金周”今世福珠宝的销售主要呈现三大特色。首先是投资理财类的珠宝最受青睐;其次是高价值的珠宝销量明显高于普通饰品;再次是一些新奇、特的珠宝相对畅销。”今世福珠宝企划部经理赵逆涛对市场的分析与其他品牌的珠宝代理商基本吻合。

近年来随着人们投资意识的增强,加上黄金饰品多年来价位走高的趋势以及和田玉和翡翠等珠宝巨大的升值空间,使得消费者更为关注那些能够保值或者能够增值的珠宝藏品。一天卖空13盘黄金饰品,除了因为“第一城”开业的巨大优惠措施对消费者的吸引,更得益于消费者观念的改变。

“消费者观念的改变并不只体现在金砖和银条上,钻石上的反映也很明显。这个长假,30分以上钻石饰品的销售尤其好,克拉裸钻一上午就能出三四粒,甚至还卖出六粒三克拉的裸钻,1万元至3万元的成品钻销量也迅猛增长。但还是以卡地亚镶口钻戒、四爪镶、六爪镶等经典款和戒壁镶碎钻的复石奢华夸张款为主。”企划部的于青显然整个长假期间都在一线销售部门进行支援。

“因为今世福珠宝推出钻石和翡翠的回购业务,所以消费者还是很愿意在这两类珠

宝上花大价钱购买。长假第一天,一位从北京来的朋友,在店内收购了一件价值140万元的翡翠雕件。增加了我们的销售额,但也给我们敲了警钟。”今世福货品部的陈琦女士显然是一副疲惫不堪的样子。“现在的翡翠原石一天一个价,离缅甸较远的零售终端反应往往比较慢,所以翡翠饰品采购‘倒流’的现象极为严重。所谓的‘倒流’就是上游翡翠经销商会从国内市场上的零售终端淘没有涨过价的便宜货。真正懂行的人挑的玉器是价值高,在刚开业的今世福珠宝‘第一城’未必价格就高。这估计也是今世福珠宝‘第一城’高端玉器珠宝畅销的一大原因。”

因为要倾力打造“中国珠宝第一城”,所以开业之初就把珠宝的品类尽量多地涵盖进去。“珠宝大观园里”珠宝种类齐全,一些很少在市面上见到的星光石、碧玺、珊瑚、紫晶等珠宝以几百元至2000元相对较低的价位和红、紫、蓝等美妙的色彩吸引了众多的女性消费者。4日来自北京的旅游团中一人就买了9枚裸晶——绿幽灵。“新、奇、全”的特色不但吸引着本地的消费者,也吸引了外地的游客光顾。

三大特色在今世福珠宝“第一城”连续七天的销售状况里体现得淋漓尽致,也将会在相当长一段时间内保持不变。

五大原因助推销售

对于这个“黄金周”内我市珠宝销售喜人业绩成因的分析,综合起来,主要有以下五条。

第一,就是近年来人们投资观念的改变。多数的闲置资金从房地产和股市转向珠宝这一具有保值和增值功能的独特载体上,加上生活水平的逐年提升,无论是结婚还是日常理财人们对珠宝的需求逐渐增加,从而使得珠宝成为继房地产和汽车之后的第三大产业。

第二,翡翠和和田玉等日益枯竭的矿产资源产生的巨大升值空间对消费者产生巨大的吸引力。资源的稀缺性使得民间藏家增多,为招揽消费者商家推出的“回购”、“保值”等营销措施又对消费者产生了强大的吸引力,无形中扩大了消费者对和田玉、翡翠等等高档艺术品的需求。

第三,我市近几年连续加大对“河洛文化旅游节”的推广力度,十一长假期间外地游客的增加,也助推了我市珠宝销售的增长。尤其是今世福珠宝倾力打造的“中国珠宝第一城”超大规模和全品类珠宝的经营理念,增大了对外地游客的吸引力。

第四,今世福珠宝多年来经营和对品牌塑造的巨大影响力凝聚了大量的顾客群体。“第一城”开业时又邀请了数位国内知名玉雕大师莅临,玉雕大师的“粉丝”们又具有较高的消费能力,显然今世福珠宝这个“第一城”的开业加上“十一黄金周”消费力的突然暴发,使得我市珠宝销售猛然高涨。

第五,今世福珠宝精细的服务,裸钻定制等新业务的推广,高端玉石展以及钻石、翡翠的回购措施对消费者的吸引,加上今世福珠宝倾力打造的“中国珠宝第一城”开业推出的重磅促销政策对珠宝市场产生的强烈冲击波带来行业的震动,使得消费者对珠宝的激情更加高涨。

或许这些原因并不全面,但这五条原因足以使得我市珠宝销售在这个十一长假全线飘红。今世福珠宝倾力打造的“中国珠宝第一城”在这个刚刚过去的十一长假创下了珠宝销售的奇迹,我们相信它将再一次引领我市珠宝业的消费理念,将会用它自身的巨大魅力再一次推动我市珠宝市场的销售业绩。(李宇辉)



“第一城”三楼顾客在选购首饰。



等待抽奖的消费者。



“第一城”黄金首饰区顾客云集。