

跨界携手“星”绽放 圆满收官耀鹏城

2011 老庙黄金春季订货会市场反应火爆



凤凰卫视女主播沈星应邀担任老庙黄金荣誉设计师

□ 陆昉琦 邱艳红

4月10日至4月14日,2011年老庙黄金春季订货会在深圳成功举办。据统计,参加本次订货会的客户达400余家,参加人员近1000人,黄铂金的累积销售超过2吨,市场反应火爆。

本次会展期间,老庙黄金2011广告新片发布会隆重举行。老庙黄金携手凤凰卫视美女主播沈星在深圳福田香格里拉酒店揭开新一季广告和新设计作品的神秘面纱,引起了加盟商及各界媒体的争相关注。豫园商城总裁梅红健,比利时八心八箭生产商 MICKY WEINSTOCK & Co NV C.E.O. Mr. Mickey Weinstock 及诸多珠宝行业专家、全国20多家电视媒体和老庙黄金近1000名加盟商参加了此次盛宴。

此次活动由上海东方电视台知名主持人高原掌麦,以“美女私房菜”而走红演艺圈的氧气美女沈星以老庙黄金特邀设计师身份闪亮登场,带来了洋溢着

浓郁个人色彩与知性气质的全新金饰设计“囍”系列,更在老庙新一季广告中担纲主角,演绎在老庙饰品映衬下秀外慧中,绽放异彩的幸福小女人。一场以“星绽放”命名的老庙黄金春夏精品发布秀以崭新的形象融汇中西之美,向现场近千名观众展示新一轮的奢华风尚。

一句“老庙黄金给您带来好运气”风靡全国,而发布的新一季老庙黄金广告,则为这份好运点缀了兰心蕙质的幸福所在。全新一季的老庙金饰突破黄金作为身份地位象征的传统形象,赋予金饰表达自我的内涵,让金饰成为都会女性诠释幸福、释放心灵的一抹亮色。老庙黄金拟通过凤凰卫视的平台,借助沈星知性优雅的形象,对国际首饰文化进行更深层次的挖掘和更高层次的宣传,从而进一步提升老庙黄金在本地珠宝品牌圈内的影响力,也为进军国际化市场打下了坚实基础。

主持过娱乐、美食、访谈等多个类型节目的沈星再现“多面手”风范,在广告片中以居家休闲服、抹胸小礼服、OL时尚装等不同造型登场,简单优雅的素色装扮、时尚清爽的裸妆造型,在老庙多款全新金饰万千风情的映衬之下,演绎了清新自得的新一代都会时尚女性。在其眉目流转、轻舞飞扬间,一份都会女性全新时代的幸福观传递给了每一位观者——“拥有老庙黄金,要多幸福,有多幸福。”这位从古都北京成功跃入潮都香港的知性美女,以她的敏锐嗅觉与灵动笔触为上海孕育的国货经典拂去岁月浮尘,把老庙金饰的传统韵味融入时尚的写意美感,在国际风尚舞台上,发表着老庙黄金“美是中国的,也是世界的”的时尚宣言。

作为曾推出两本畅销作品的美女作家,沈星的首饰设计处女作也有着个颇具文化韵味的名字——双喜,“双喜之形是中国传统的特色符号,代表着喜庆,承载着吉祥,我希望将这种形之美、意之美运用到首饰的设计中。”沈星娓娓道来她首饰设计理念,“希望我设计的饰品,能诠释出一种华夏风情的喜悦、一份柔美气质的典雅、一段老庙黄金这个经典品牌与当下都会女性所特有的跨越文化、时空、潮流的唯美意蕴。”

在订货会拉开序幕之前,老庙黄金就早作筹划,精心准备饰品展示、会务安排、货源配备、市场调研、品牌宣传等各项工作,积极为广大客户提供真挚、优质服务,确保了订货会的成功举办。

亚一打造“中国第一婚庆珠宝首饰品牌”

2011 新春订货会销量同比翻番

□ 李丽慧

4月8日,亚一春季订货会在象征着上海百年沧桑的上海大厦如期举办。

本次订货会立足于经典,着眼于时尚,从所推产品到会务安排再到场地设计与布置,呈现了亚一融合了上海活力的时尚品牌形象,传递着“金春亚一,缘誉经典”这一主题,表达了亚一打造“中国第一婚庆珠宝首饰品牌”的

信心与决心。本次订货会,亚一在国际金价屡创新高市场背景下,完成了同比翻番的不俗业绩。

订货会间隙,亚一邀请部分客户代表进行了一次座谈会,向他们介绍了公司《五年发展规划》中关于区域品牌宣传、媒体投放、提升客户服务、统一品牌形象等战略规划的全部内容。到会客户切实感受到亚一在产品创新、完善服务、提升品牌理念等方面所作的努力,均

表示对亚一品牌的发展充满信心。绝大多数客户对于亚一的加盟商服务工作表示满意,认为亚一正处于品牌发展的高速发展期,定将取得更大的进步。同时,不少客户听完介绍后纷纷畅言,积极提问,并对亚一的产品设计、宣传理念、广告力度、品牌维护、区域保护措施等方面的工作提出要求,为亚一制定更为详实的发展计划提供了宝贵意见。

亚一金店进军电子商务旗开得胜

□ 封硕 陈艺君

近日,亚一金店参与淘宝商城的活动,限量上线的2500件亚一金店产品在2分钟内被疯抢一空。场面之火爆令训练有素的网络客服瞠目结舌,这场荡气回肠的网购,令交易额瞬间高达100万。此举标志着作为中国驰名商标和中华老字号的亚一金店,成功开辟新一代电子商务,从传统珠宝销售模式向新生代网络营销的顺利挺进。

如此火爆的线上珠宝销售,轰动了淘宝,轰动了网络,也让其他传统珠宝品牌望尘莫及。据悉,此次团购是在开始前一天进行宣传的,消息一经传开,迅速吸引了全国各地数万网友的高度关注,阿里旺旺上咨询者不断,亚一客服应接不暇。仅1分钟,团出的黄金路路通便

已达到了千件,参团人数也持续滚动,不断飙升。2分钟之内2500件库存被一扫而空,平均每秒销售额竟接近万元!这近乎奇迹般的数据,冠上“2011黄金第一团”的封号也不为过。许多网友纷纷表示:“好心的店主,能不能再加点量啊?我早上8点就守在电脑前了~”“你们什么时候还有活动,这次慢了一点没团到,我可惜得肠子都青了!”“你们的团购太给力了,今天抢到3份!赚翻啦!”“现在的金价一直在上涨,这样才是真真正正的聚划算啊!”

据悉,建立淘宝商城官方旗舰店,是亚一金店打造全方位网络销售模式的第一步。亚一金店的官方微博、官方开心网账号、官方人人网账号等均已同步开通,此举将为老字号企业进入电子商务领域开创先河。

单位主业



邂逅一场“新中国风”婚典

绿波廊倾情演绎中式婚礼

□ 屠民贤

日前,一场颇具民族特色的中式婚礼在绿波廊激情上演,尽情展示了传统文化与时尚潮流的交相辉映。

随着四名轿夫的一声吆喝,一顶披红挂彩的大红花轿从豫园九曲桥上缓缓进入了人们的视野。瞬间,从九曲桥到绿波廊酒楼,一路聚集了众多观看的中外游客,闪光灯更是此起彼伏。当大红花轿停在了绿波廊门口时,身穿中式礼服的新郎已早早等候在酒楼门前。轻踢轿门,掀开轿帘,抱出新娘,新郎的动作一气呵成,幸福感溢于言表。在豫园游玩的许多中外游客被这场浪漫独特的婚礼所吸引,纷纷拿起手中的相机、手机,将这动人瞬间定格。其实,这只是婚礼的前奏,在绿波廊一楼,一场相当给力、相当有创意的中式婚礼缓缓拉开了帷幕。

与以往举办的中式婚礼所不



同的是此次婚礼的环境布置和装饰既保留了传统古典风韵,又融入了现代文化元素。这场以“新中国风”为主题的婚礼让所有宾客感到耳目一新。此次婚礼在传统中式婚宴的基础上有所创新,除了切婚礼蛋糕、交换戒指、夫妻对拜等环节,还特地增加了新郎吟诗(赋诗)环

节,新娘坐在其后边饮茶边欣赏诗歌,真可谓是好茶易得,知音难求。新人以茶会诗,情意更浓。

在整个婚礼过程中,新人还与台下参加婚宴的宾客进行了互动,六名应邀上台的宾客与新人一同完成了茶道表演,并向在座宾客致谢,将整场婚礼的气氛引向高潮。

信息快车



豫园商城排名全国重点商业零售企业销售第一

本报讯(罗洪叶) 在日前由中国商业联合会、中华全国商业信息中心于北京发布的“2010年度(第十九届)中国市场商品销售统计结果新闻发布会”上,豫园商城再次上榜,连续十三年获得“全国大型零售企业(单体)销售额第一”,并被评为“2010年度全国冠军之星工商企业”、“连续五年(2006-2010)稳居全国重点零售企业30强”和“2010年度百货店百强企业”,继续保持了多项荣誉。

与此同时,“老庙黄金”品牌也以强劲的市场综合优势上榜“2010年度全国工商领先品牌”,并位居全国珠宝首饰市场前十大品牌第二,进一步巩固了行业龙头企业的地位。

豫园商城获评市“标准化工作先进集体”

本报讯(行管部) 3月24日下午,由市质量技术监督局主持的2011年上海市标准化工作会议在广电集团会展中心召开。在会议进行的表彰中,豫园商城以商圈内外广泛分布的规范化标识系统受到嘉奖,并作为黄浦区唯一上榜企业,与全市52家单位一起,被评为“2010年度上海市标准化工作先进集体”,获得了新的荣誉。

老庙黄金荣列同类产品市场综合占有率第二位

本报讯(邱艳红) 日前,由中国商业联合会、中华全国商业信息中心主办的“2011,消费引领中国经济发展新时期——2010年度(第十九届)中国市场商品销售统计结果新闻发布会”在北京隆重召开。根据中华全国商业信息中心对全国5000余家大型零售企业2010年度商品销售情况所进行的专项统计调查,老庙黄金因综合市场占有率6.13%、市场销量份额10.39%,获得“2010年度同类产品市场综合占有率第二位”,这也是老庙黄金继2009年后连续两年获此殊荣。

商城参展2011西安“旅交会”

本报讯(张艳) 4月15-17日,商城由市场部组队随上海旅游局总团赴古城西安,参加了“第十七届(2011)中国国内旅游交易会”。此届“旅交会”由国家旅游局和陕西省人民政府主办,展区面积达4万平方米,共设展位1665个,计有来自全国31个省、自治区、直辖市的1562家旅游机构、单位参展。其中,豫园商城与城市规划馆、杜莎夫人蜡像馆一起,由黄浦区旅游局牵头组织和统一制作展板,列入了以“后世博”为主题与石库门造型的上海展台,并在短短3天内共接待各方观展人员近5000人次,发放介绍资料2000余份,有效宣传了企业形象,在当地市民与各参展企业中进一步扩大了“豫园”旅游品牌的影响。

百年永青假发展崭新形象

□ 夏琦

日前,位于旧校场路的永青假发形象店正式营业,整个形象店以展示厅兼专卖为主,装修风格仍然延续着三楼专卖区,以明亮的白色为基调,欧式的灯具及化妆镜作为点缀,而工作人员则改变了以往的传统着装,配以英

伦服饰作为此店的工作服,也是一种新的尝试,新的挑战。同时展现了永青假发的时尚之韵,形象店的崭新亮相,不仅做到了引客入店的效果,还能让第一次接触到的顾客能够更直观、更全方位的了解百年“永青”,以提高永青假发在行业中的知名度。

本报与《协通》报举行办报学习交流

本报讯(高玉兰) 4月22日下午,《协通》报通讯员培训暨“走进豫园”办报学习交流会在凝晖阁举行。商城党委书记费慧林、党群办主任范志韵与有关办报人员与协通集团党委副书记、副总裁陆惠民、人事宣传部部长王鹏等相关人员及《协通》报通讯员近30人,进行

了办报交流。会上,费书记对企业概况作了简单介绍,而后双方着重就企业报的办报情况、业务流程、采编制度等问题进行了学习交流,《协通》报通讯员也积极提问,双方就如何对新闻进行深入挖掘、如何在办报过程中求变求新展开热烈的讨论。