

市场广角



“童涵春堂真有特色”

国家文物局局长单霁翔、上海博物馆馆长陈燮君等参观童涵春堂中药博物馆



国家文物局局长单霁翔(左一)、上海博物馆馆长陈燮君(右二)在童涵春堂总经理卢国生(左二)的陪同下参观中药博物馆

本报讯(童涵春)6月17日,国家文物局局长、中华文物交流协会会长单霁翔,上海市文化广播影视管理局党委书记、上海市文物管理委员会副主任、上海博物馆馆长陈燮君,上海市文化广播影视管理局、上海市文物局副局长褚晓波,上海博物馆副馆长、中国古陶瓷学会副会长、国家文物鉴定委员会委员陈克伦,上海博物馆副馆长李峰等领导一行,专程来到上海老城隍庙童涵春堂(旗舰店)视察工作,重点参观了童涵春堂中药博物馆,仔细听取了公司总经理卢国生讲述童涵春堂如何传承创新、打造领先,自筹资金、自主创新、规划建成上海市中医药行业第一家集中医药文

化、养生商旅文、名贵地道药材、科普教育宣传、史料文物汇集于一体的中药博物馆的情况。45分钟的参观行程结束后,单霁翔、陈燮君等领导对童涵春堂作为民族医药品牌在新医改政策大变革的背景下能够转型拓展,克服药品降价、“零差率”等诸多困难,不断创新业态,按照“国家博物馆”的专业要求建成标准规范的中药博物馆表示赞赏和肯定,并对童涵春堂人传承和弘扬中国传统医药文化、打造中医药养生商旅文品牌征程中所付出的不懈努力给予了高度评价。“童涵春堂真有特色”,一句发自肺腑的感叹道出了童涵春堂人专业专注的精神风貌。

商城新获“2010年度上海商业创新奖”

本报讯(金辰)7月21日,由上海商业信息中心、上海市场学会、上海商报社共同主办的“2010年度上海商业创新奖”评选活动揭晓。其中,豫园商城以融入国际化、时尚化元素,连续成功举办七届“豫园中国日(节)”活动、社会影响不断扩大

而榜上有名,成为全市9家获奖企业之一。

其他8家上榜单位分别为新世界股份公司、上海美罗城、东方商厦(南东店)、第一八佰伴、上海大悦城、百联房地产公司、东方商厦(淮海店)和上海百电通生活服务有限公司。

点击经理人



开辟老庙黄金“财”路的人

——访老庙黄金副总经理、老庙投资公司总经理周旻

一家从老庙黄金母体衍生出的新公司——上海老庙投资有限公司自成立至今仅1年有余,就已完成销售(税后)近17亿元的不菲业绩,为老庙黄金开辟出了一条新“财”路。他们是如何号准市场脉搏趁势而上的?他们是如何踏出这样一条“金光大道”的?带着探究的本意,本报编辑一行借着高温慰问老庙金厂员工之机,走访了位于浦东西营路上的老庙投资公司总经理周旻。

□ 龚识

我为财狂——

催生老庙黄金艺术投资金条

学经济出身的周旻,是和豫园商城、老庙黄金共成长的新一代职业经理人,自1994年大学毕业便加盟豫园商城,在豫园商城这方热土上一干就是17个年头,成为了老庙黄金青年一代的领跑者。周旻向我们介绍道,2009年,中国黄金的航空母舰——中金集团为抢占市场份额,率先推出了有别于传统工艺类且价格紧贴黄金交易实时价格的投资类金条,一经推出当即获得市场的极大认同,占据了相当的市场份额。投资金条相对于工艺型金制品而言,售价较低、兼具收藏功能、投资回报率更高的性质更是受到相当一部分消费者的青睐,既可作为理财之用,又可满足婚嫁、馈赠之需。当时,陈久总经理敏锐地觉察到这一潜在的黄金新市场蓬勃欲出,当即委任周旻在分管内部管理、负责黄金交易的同时筹建上海老庙投资有限公司,果断涉足投资金条市场。2009年9月,老庙黄金和海派清口创始人周立波签约,由周立波代言老庙黄金“我为财狂”艺术投资金条。在名人效应的有力推动下,投资金条销售异常火爆,在东方CJ电视购物节目中一举创下8分钟销售额突破190万元的佳绩,首次试水即大获全胜。为顺应这一市场投资的热潮,由老庙黄金控股的上海老庙投资有限公司于同年12月初应运而生,公司定位专业生产销售投资类金条,

在激烈的黄金市场竞争中,另辟蹊径,开辟出一条新“财”路。

借力世博——

首发老庙黄金好运投资金条

去年,随着世博会的筹备工作渐入佳境,市场实战经验丰富的周旻先知先觉、主动出击,在世博园区轴边黄金地段开设了200余平方米的特许专卖店,一举拿下了上海世博会贵金属特许经营资质。由上海世博会事务协调局授权,老庙投资公司出品的“世博好运投资金条I”也在世博特许商品老庙黄金专柜首发,金条全部采用9999纯金铸造,以20克、50克、100克、200克、500克等五种规格进行限量发行。每根金条都带有上海世博会防伪标识及收藏证书,以确保投资品种的安全性和增值空间。设计上,产品正面为欢腾的海宝一家与上海世博会的标志性建筑。作为一款贵金属收藏品,“世博好运投资金条I”具有与众不同的权威性和明显的保值增值性。金条上的中国馆和吉祥物海宝主题鲜明,既满足了纪念世博、传世收藏的需要,又因其透明的回购价格满足了对抗通胀、增值投资的需求。金条首发日场面火爆异常,顾客络绎不绝。老庙黄金好运投资金条的首发,给中国黄金市场带来了强劲的“世博黄金”冲击波,扩大了上海老庙投资有限公司的市场影响,为后世博的可持续发展打下了坚实基础。

拓展网络——

分销老庙黄金系列投资金条

从一名营业员做起,到进入老庙黄金领导层,15年的工作经历,周旻对老庙黄金的产业链了然于胸,知识的积淀和业务的熟悉,使他带领团队很快站在中国投资金条的前列。短短一年半时间,投资公司已经相继推出了好运投资金条、如意投资金条、鸿运投资金条和为上海黄金交易所定制的直接金条,最为丰富的品类给了消费者更多的选择余地。2010年4月起,投资公司还和中国银行展开了全面战略合作,度身定制的吉祥金条、兔年金条已在上海分行、江苏分行、内蒙古分行和宁波分行等全线推出。在销售方面,周旻采用实体和网络同步推进的措施。目前,自有门店和加盟店共计达到100多家,销售网络辐射全国。继去年在东方购物推出投资金条电视直销,今年4月1日获得销售108根50余公斤的佳绩后,今年,投资公司又尝试进驻阿里巴巴旗下的淘宝商城,利用网络优势提升品牌影响力、助推产品销售力,而这一切又基于精细化的单品管理和全程监控,将信息系统的跟进完善上升到了一个新的高度。据悉,2011年上半年,上海老庙投资有限公司已经实现销售9亿余元。

作为一名70后的青年领跑者,周旻率领着一支80、90后的青年团队,硬是在前人没有走过的地方,踩出了一条充满希望、通往梦想的“金光大道”。前行的路上有着更多未知和机遇,等待着她和她的团队去探索,去挑战。

豫百力推永青假发新发展

□ 金子明 李琳枫

“头发的烦恼一切一切找永青,永青为您提供全方位一站式服务”,这已成为了豫园百货永青假发最新的宣传语。为了拉近永青假发与顾客间的距离,为了更好地服务、回馈新老顾客,实现宣传语中所承诺的“全方位一站式服务”,豫园百货于7月30日在韶灵楼三楼召开了一场声势浩大的“永青假发品牌推广暨会员卡首发仪式”。此次推广会邀请到了全国劳模马桂宁、上海市劳模王建华、永青假发形象代言人、著名影星王维维、上海

美发美容行业协会主任王尧亭与多家媒体到场参加,同时为每位到场的贵宾发放首批永青假发会员卡。

永青假发品牌推广会的召开、会员卡的首次发放、店面的装饰一新、全新的代言人和广告宣传语等等,这些都是永青假发在不断尝试、不断突破中所做出的成绩。

豫园百货紧跟商城五年规划,在实施新一轮五年计划中,以永青假发为发展重心,凸显永青假发的品牌张力。永青假发的起源可追溯到清光绪三十四年(1908年),这是一个具有悠久历史底蕴的假发品牌,曾荣获过“上海市著名商标”、国家商务部认定的“中华老字号企业”称号。如何使永青假发做强做大,让这个拥有百年历史的老字号重新焕发活力呢?在这两年中,永青假发也在不断突破自我,这个拥有百年历史的品牌也在悄然发生着蜕变。

强强联手 全面出击

从去年起,永青假发开始更加注重新自己的品牌形象。为了不断提升品牌的知名度、美誉度、认同度,永青假发从选择全新的广告语,到制作宣传手册、宣传单页、重新装修店面,再到邀请

著名影星王维维作为永青假发的品牌代言人、召开品牌推广会、首发VIP会员卡,每一步都全心投入。

正如永青假发广告语中所说的,“头发的烦恼一切一切找永青,永青为您提供全方位一站式服务”。豫园百货就是要打造“假发一站式服务”,为顾客提供便利,为顾客解决头发的烦恼。

传统的销售规模,让永青假发始终处于消费档次偏低、销售品种单一的困难境地。但天馨、芬妮娜和艾耐儿这三家加盟商的加入为永青假发注入了新鲜血液。洋品牌、新元素、多品类,这些都是永青假发所欠缺的。多家加盟商抱团出击,让消费档次更为分明,迎合了不同消费者的需求;销售品种更加多样,给予了消费者更多的选择。

此外,为了扩大永青假发的销售规模,今年五月,永青假发与天馨合作,在永安百货开出了第一家永青假发概念店,这也有别于过去的外拓形式。

创新模式 拓宽渠道

做大做强“永青”品牌,这是豫园百货五年规划中的最终目标。为此,永青假发引进专业的技术人才、专业的合作团队。今年,永青假发为了拓宽消费群



商城副总裁吴仲庚和形象代言人王维维(左一)在首发仪式上

体,与市场同步,走时尚化路线,正在寻找更有实力的假发生产厂家。今年六月,豫园百货领导已经对初步合作对象——千姿假发做了实地调查。

其实,这些只是永青假发为了扩大消费群体、拓宽销售渠道和寻找合作伙伴走出的第一步。豫园百货将继续努力,做大做强“永青”品牌。

不断尝试新鲜事物,不断突破自我,这是豫园百货这几年发展自有品牌时所一贯坚持的。永青假发也紧跟时代步伐,通过网络推广“永青”品牌。从主体网站的建立到微博上的宣传,再到最后的网络销售,豫园百货希望通过互联网这个平台,展现一个全新的永青假发,让老品牌以全新的销售形式呈现给顾客。

最近,永青假发正在与58同城合作,其网络宣传攻势也将在8月中旬正式启动。

五年规划 一个目标

围绕豫百公司制定的五年发展战略计划,在对目前整个市场假发行业深入调研的基础上,永青假发正在寻找自身发展定位,实施品牌推广、开展品牌拓展工作。目前,永青假发对外拓展的各项已经起航,在随着品牌拓展工作的层层推进,豫百公司将进一步完善各项工作,计划将于下半年在淮海路、松江或嘉定郊区开设永青假发专卖店。

永青假发不断颠覆传统形象,不断寻求自我突破,给这个拥有百年历史的老字号品牌带来了源源不断的生命力。

