

黄金双十一 全渠道狂欢

黄金珠宝集团零售渠道双11当日销售近5000万

一年一度的“全民剁手节”双11落下帷幕,为了让品牌粉丝快乐“剁手”,黄金集团双品牌开启全渠道攻势。据后期统计,黄金珠宝集团直营、互联网、新渠道双11当日销售近5000万,战果累累。

互联网:销售跻身千万战队

双11当天,老庙黄金仅天猫旗舰店的销售就突破了1000万元,同比增长268%,成功跻身“千万战队”,同行排名上升至第11位。

今年天猫的双11不仅剁手,而且烧脑,同行竞品拿出花式折扣,竞争激烈;消费者也目不暇接,举棋不定。集团互联网团队的小伙伴们顿时“压力山大”。当然,互联网团队不是孤军奋战。

直营事业部派来四员大将支援;公司党委、工会和综合办公室也送来夜宵给大家“加油”;总裁孙云飞同学变身打包小哥,为第

一位预售用户打包并写下好祝福,给小伙伴们打了一针“鸡血”。

销售中,以质取胜,以质求量,不与竞品打价格战,加大了对饰品销售的关注力度,因此老庙黄金天猫旗舰店饰品销售量大大提升,利润也随之水涨船高。发货阶段,大家开启24小时工作模式,原定7天发货完毕,最后用4天就完成了任务,让消费者能更快收到心仪宝贝,获得快乐体验。

直营店:十一重好礼重磅吸睛

直营事业部推出了“双十一享十一重好礼”系列营销活动,对各网点现有各大类商品活动、双品牌节日期间营销活动集中呈现,从线上会员端预热到线下活动落地执行,为消费者提供丰富购物选择,营造快乐体验。

在11月10-12日三天里惊喜连连,老庙黄金与亚一珠宝累计销

售同比增长近40%;双11当天单日销售业绩突破2800万,同比增长60%;其中,巴春体系各网点销售价格给力,同比增长约120%。

能取得这一成绩,离不开终端负责人对市场、对竞品动态、对销售需求的持续关注。双11前夕,老庙黄金全新主推系列产品“狗子家族”及时到货,“加萌”销售一线,并实现了统一陈列,狗子们也不负众望,吸引了诸多消费者关注、询问。

新渠道:全天直播销售过千万

如今的双11不仅是电商节日,所有渠道都纷纷在这一天鼓足干劲争销售。从价格策略升级为品牌策略,各类平台均开始关注品牌展示、消费体验。自带媒体功能加成的电视购物渠道便有天生的优势,老庙黄金与东方购物的合作可谓品牌商与媒体服务链的融合。

王亚娟 程佳旭 王敏嘉 李丽慧

看五运新品 品生肖文化

2017中国国际珠宝展老庙黄金惊艳京城

本报讯 11月9日至13日,2017中国国际珠宝展在北京国际展览中心举行,北京天气凉人,但黄金珠宝更动人,展会吸引了观展大客流;作为“新中式”文化珠宝的倡导者——老庙黄金携2018年新品粉墨登场,精致诠释新中式的时尚形象与产品,反响热烈,好评如潮。

老庙黄金的展台高度凝练了中华传统文化,也集中体现了摩登简约美学;展台正中间的展柜陈列了以“五运文化”为理念设计开发的新品,不少还是首次亮相。

首次在行业展会亮相的有“不倒翁”、“铜玲珑”、“狗子家族”、“宫·馨”、“如愿”等系列。寓意“福运不倒”的“不倒翁”系列,它采用了“福星”这一象征吉祥如意的神仙形象,并采用特殊工艺,使产品能屹立桌面,推而不倒,既可佩戴,又可赏玩;有“玲珑锁”的后续



之作“铜玲珑”系列,用“钥匙”呼应前作的“锁”,赋予其一把钥匙打开一把心锁”的浪漫寓意,并在外形上加之太极、如意、祥云、中国结等中国传统文化要素,别具一格,与市面其他产品形成明显区隔。精选古代宫廷帝后专用花纹打造的婚嫁产品“宫·馨”系列,采萌不羁、可爱逗趣的2018年生肖产品“狗子家族”系列在展会亮相后,很快会在门店与消费者见面。其中,“狗子家族”的五位成

员生活在魔都上海,有着各自独特的个性与“狗生”,也代言了老庙“五运”中不同的好运,不仅是老庙狗年的生肖好运献礼,也让爱狗人士爱不释手,一经上市便迅速形成销售。此外,在上海国际珠宝展已经首展的“好运连连”、“守护臻宝”等系列和过去一年叫好又叫座的“禅悦”、“拾贰生肖”等系列也齐齐在帝都展会中放出创意之光,老庙“五运”文化产品架构逐渐丰满。

值得一提的是,本次珠宝展特设“12生肖”文化展区,以展示生肖元素在珠宝领域的前沿设计、文化解读与当代艺术相融合的新理念。老庙黄金荣获“2017德国红点设计大奖”的“拾贰生肖”系列以及荟萃国博展品精华与民族生肖图腾而设计的“国宝生肖金”系列受邀参展,前者以西式审美诠释中国文化,后者以传统手法浓缩文化沉淀,以独到匠心为展区增添了新中式之美。

程文文 袁奕

文武双全致匠心

黄金珠宝集团工会搭建职工技能比武平台



2017年7月起,为更好的推广“一带一路”建设,弘扬新时代“工匠精神”,黄金珠宝集团工会牵头,各职能部门积极策划方案,开展了多场技能比武。让职工能够充分展示自我,通过比拼温故知新,互相促进。

消防大练兵

豫园区域3大店,老庙景容楼、老庙福佑店、亚一福佑店,每店2队6组选手。比武内容包括:消防知识答题、火灾报警、人员疏散、火灾扑救、清理现场、反恐演练。每年坚持的实战,让更多的职工从业余走向专业,对消防和反恐知识的反复巩固,让作为豫园人的我们为园内平安稳定加码。

驾驶班技能比武

集团驾驶班15位老司机,比武内容包括:交规知识问答、疑难问题抢答、靠边停车实战、方位对驾驶班的“老司机”进行比武。以小组为单位参与必答与抢答环节,企业文化和最难交规的完美结合,让老师傅遇到了新问题。以个人为单位参与靠边停车实战环节,马路靠边停

车,前后车的距离卡得正正好。会开车的你是不是觉得方向盘不听活了?咱们滴“老司机”可谓一技在手,停车不愁啊!

金厂技能比武

配料车间、镶嵌车间、抛镀车间的37位老师傅,比武内容包括:压制“龙儿”天元戒毛胚、镶嵌木棉花手链、抛光50克金条毛胚。通过师傅们的手艺告诉你,躺在柜台里的锃亮金条和精致饰品原型都是一块很值钱但不亮的大金块。只有经过多位师傅、多道工序,高温退火、火枪镶嵌、反复磨刃等工序才能成就出夺目光彩。所以,告诉你身边滴朋友,千万别嫌咱们的东西贵,幸运的你买到滴饰品背后可能就有着一位师傅的良心制作和最美祝福!

企业文化传播品设计

集团设计能手多位设计

师,9个设计项目,比武内容包括:融入豫园股份核心价值观,打造属于豫园黄金的企业文化宣传品。在他们的充分演绎下,可爱滴吉祥物、活活滴卡通人、清新滴便利贴、复古滴团扇、环保滴布袋、实用滴海报……火热出炉。

直营事业部技能比武

集团直营事业部19个区域23个小组的46位选手,比武内容包括:企业文化、产品知识、珠宝知识、目测素金项链、手链长度掂分量、检验钻石4C、手边彩绳、销售情景模拟,从基础知识到销售技巧,多维度考评销售顾问,搭建互相交流学习的平台,为提供更专业的服务提供保障,以品质服务助力销售增长。

我们发现,挖掘、遇见了这些在工作中的匠人,他们用匠心诠释了敬业、专注、精益求精和创新。

李莹

唯光阴不可轻 唯盛情不可负

老庙第一百货专柜盛情开业



本报讯 12月8日,老庙第一百货专柜携新中式新貌强势归来。时隔171天的小别离,从离开、期待到重生,这一次,我们破茧成蝶。

高级首饰带来的不仅是外表的闪耀,更是独具标识性的时髦态度。老庙黄金不遗余力地弘扬新中式文化,并将好运文化得以传承,将美好与祝福以产品传递,将祝福流传。为了让传承也成为一种潮流,老庙黄金秉承好运纳福的美好寓意,将「福」「禄」「寿」「喜」「财」的传统「好运文化」融入百年品牌。

老庙第一百货专柜闪耀亮相,开业期间尊享惊喜礼遇。最好的总是值得您的专程到来,惊喜折扣、满额礼遇、会员到店礼、更多专业珠宝搭配服务,待您亲临老庙黄金专柜现场体验。

徐晨

黄金珠宝集团举办学习十九大精神主题党课



本报讯 12月1日,黄金珠宝集团假座吾同书局举办“学习贯彻党的十九大精神”主题党课。本次党课特别邀请市委党校五分校顾美华老师做了主题为“不忘初心 牢记使命”的十九大精神辅导讲座。顾老师从新思想引领新时代、新时代要有新作为、新作为要有新本领三个方面逐层深入剖析十九大精神中所富含的新思想、新目标和新征程,并结合当代深化改革成果及案例,针对性地为企业如何学习贯彻十九大精神作了指引。讲座尾声,顾老师对所有与会者接收一份来自新时代的电子考卷,讲学互动,成绩斐然。

黄金珠宝集团党委书记俞琳作了专题讲话,要求所有党员深入学习党的十九大精神,不忘初心,砥砺前行,将加强复星幸福生态圈建设,打造豫园快乐时尚平台,提升黄金珠宝集团产品力与党为人民谋幸福、为民族谋复兴的初心和把人民对美好生活的向往作为奋斗目标紧密结合起来,通过业务创新找到企业落实十九大精神的切实抓手。

最后,豫园股份党委书记、总裁梅红健作了重要讲话,要求豫园股份及下属公司在学习落实十九大精神的道路上要共通共享,深入推进。要原原本本学,学深悟透十九大报告精神,要结合式的学,通读文件与辅导讲座相结合、学习理论与业务工作相结合;要怀着“新”字去学,在新时代要用新本领做出新作为。

张颖