



周大福

CHOW TAI FOOK

「周大福」品牌心經： 逆市增值有法門

陳義邦先生

企業規劃副總經理及集團品牌總監



有關周大福



於港澳地區推出
999.9黃金首飾，
而在80年代成為業
界標準

在北京開設
第**1,000**個珠
寶零售點

在香港聯合
交易所主板
上市

成功收購美
國高級珠寶
品牌**Hearts
On Fire**

呈獻「庫里
南遺產」珠
寶傑作 - 《裕
世鑽芳華》

1929

開展珠寶生意

1956

推行珠寶首
飾「一口價」
政策，提高
定價透明度

1990

展開**電子商
務**生意

2010

在北京開設
第**1,000**個珠
寶零售點

2011

在香港聯合
交易所主板
上市

2014

在武漢開設
第**2,000**個
珠寶零售點

2015

呈獻「庫里
南遺產」珠
寶傑作 - 《裕
世鑽芳華》

自我增值

修練內功

加強基建



差異化

POS



周大福

CHOW TAI FOOK



科技

O2O



差異化

差異化

價位段

HK\$100,000

名貴珠寶



主流珠寶



名貴珠寶



Hearts On Fire

主流珠寶

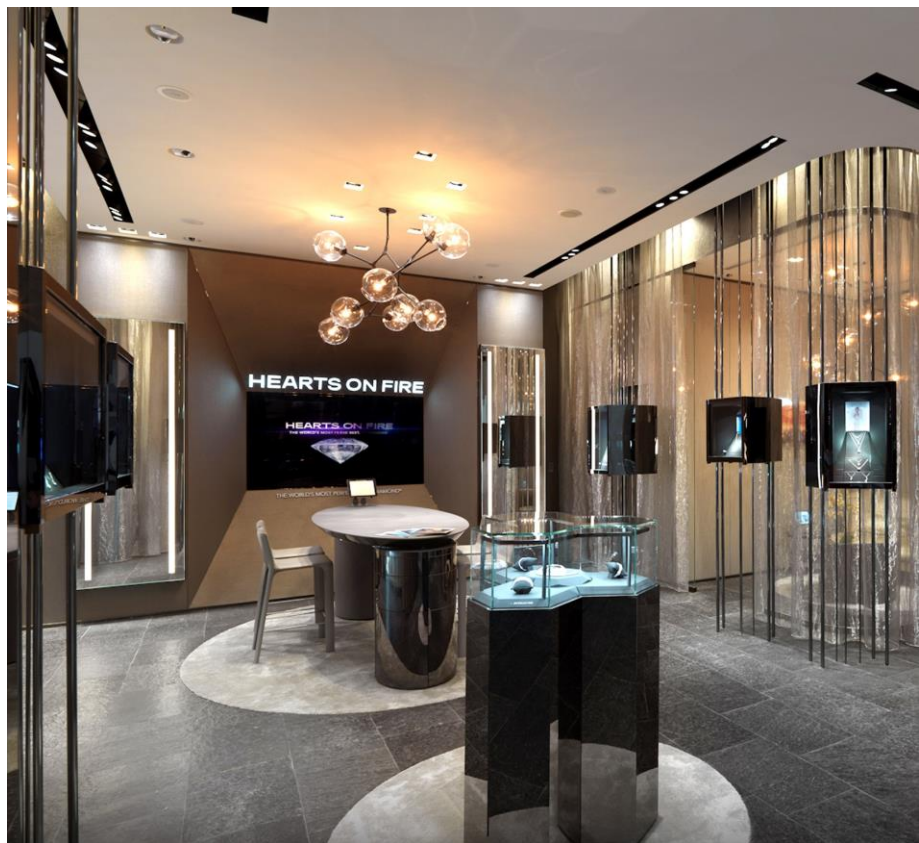


獨家授權系列

HEARTS ON FIRE®

THE WORLD'S MOST PERFECTLY CUT DIAMOND®

世界少於 0.1% 的鑽石有資格成為 H O F 的鑽石



差異化

收購Hearts On Fire 對品牌的影響



與周大福品牌定位及產品組合互相補足



利用兩個品牌在大中華及美國的分銷網絡發揮效益



掌握全球奢華鑽石品牌和世界級工藝及設計



財務及經營帶來正面貢獻

名貴珠寶



Hearts On Fire

主流珠寶



獨家授權系列

差異化

周大福獲得迪士尼在大中華地區授權



差異化

利用迪士尼Tsum Tsum
受歡迎度擴大客群

Tsum Tsum
時裝



專屬
陳列



店內
活動



媒體發佈



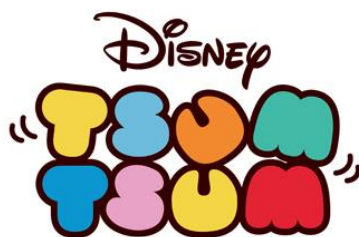
Tsum Tsum
遊戲



Online 及
Offline推廣



Tsum Tsum
甜點





POS
優化銷售點

優化銷售點



以溫馨、時尚為主要風格



時尚店基礎上進行升級，彰顯高端風格



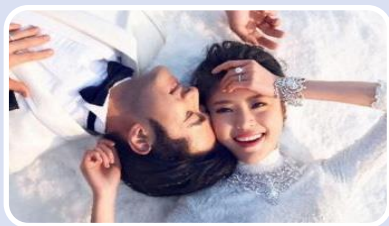
以華麗、尊貴為主要風格

優化銷售點

按照材質及物料擺放貨品



顧客的情感需求



婚嫁 -承諾-

承諾，是你一生中最重要的東西之一，代表愛情，為情侶顧客專屬打造的定情、求婚、結婚及祝福的產品。



獨家 -唯一-

僅周大福有售的獨家專利產品，設計項目和造型無法被複製。



時尚 -焦點-

追逐個性化的視角，欣賞自己的獨特、欣賞自己的平凡、欣賞自己的樂在，擁有屬於自己的時尚，為時尚類顧客打造七彩心情，百變人生。

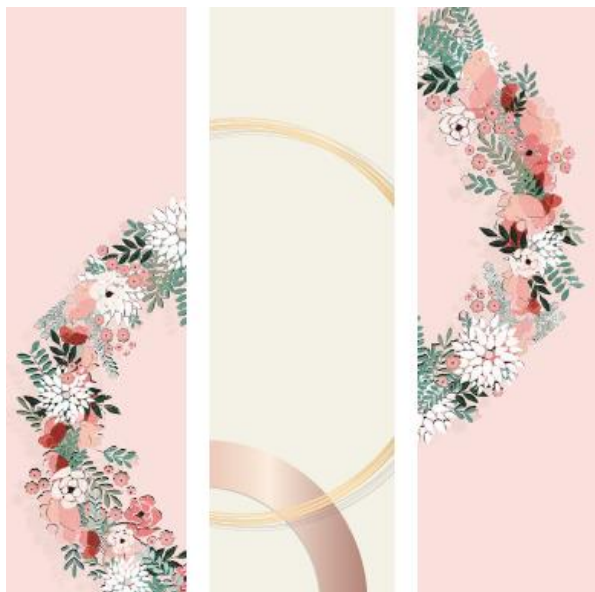


經典 -傳承-

時間沉澱經典，經典實現傳承，此類產品代代傳承，是時光的淬煉，是歲月的見證，是顧客在今後的時光裡細細品味的珍品。

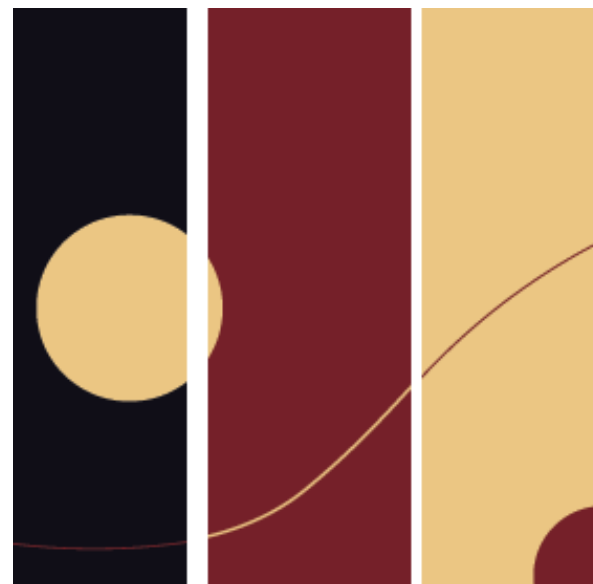
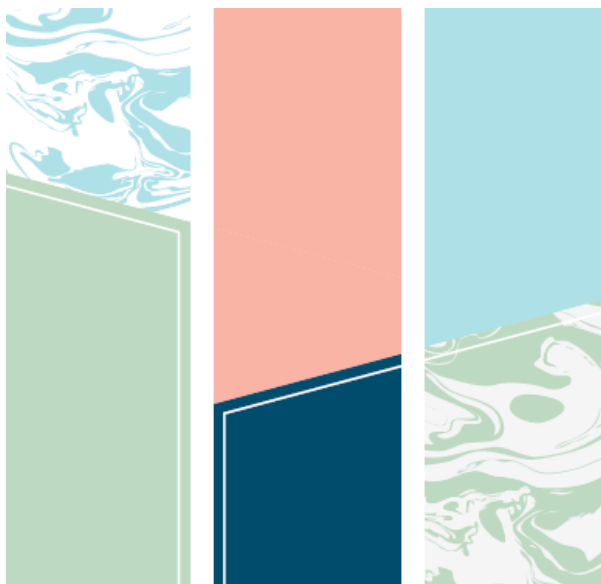
優化銷售點

婚嫁



獨家

時尚



經典

優化銷售點

按照四大顧客的情感需求擺放貨品



優化銷售點



優化銷售點

將新視覺元素擴展到系列

婚嫁

情約系列

Tagline

不 渝 盟 誓
見 證 愛 情



優化銷售點

將新視覺元素擴展到系列

時尚

小心意系列

Tagline

百變少女
隨心而行



優化銷售點

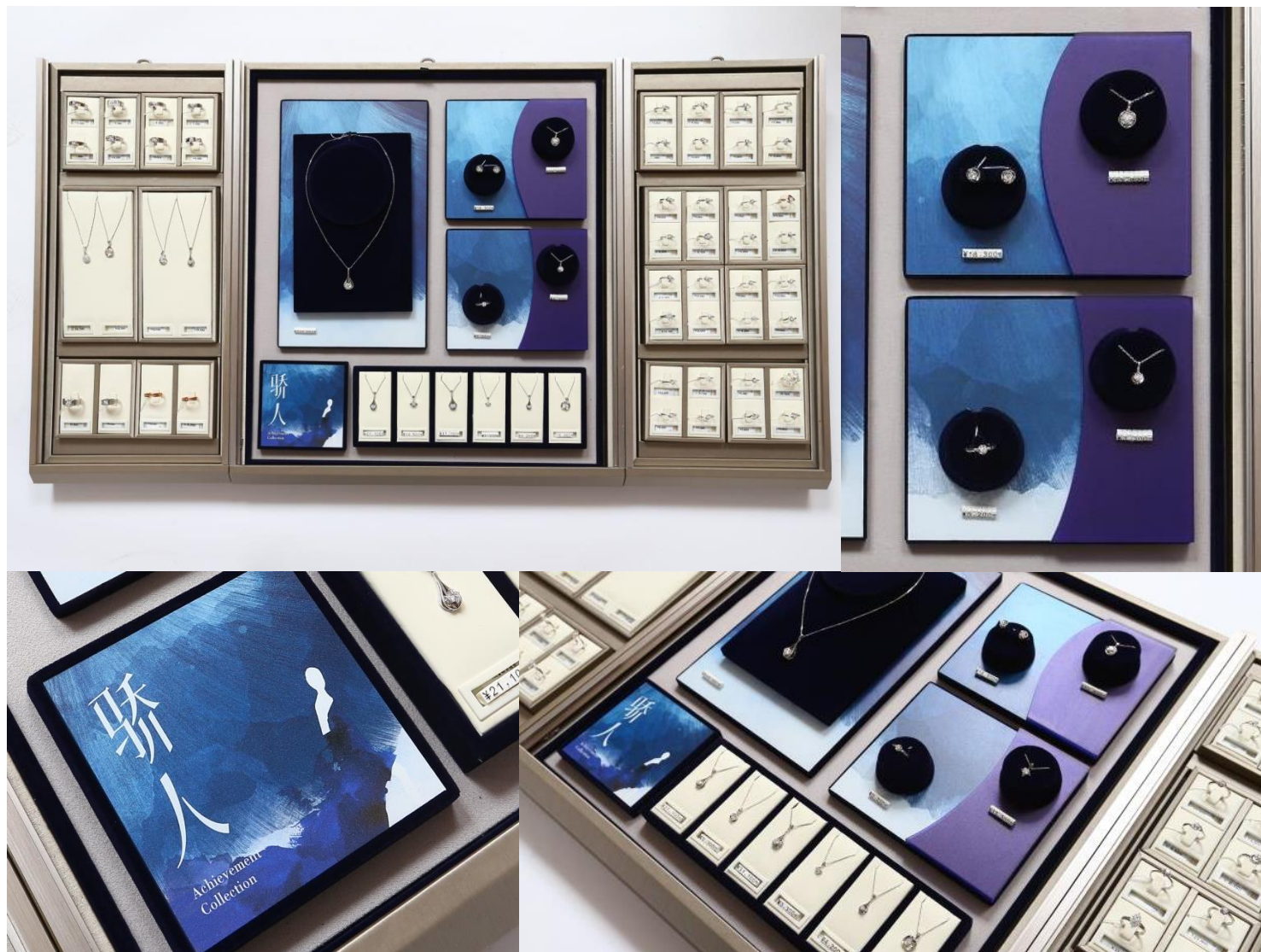
將新視覺元素擴展到系列

經典

驕人系列

Tagline

自信人生
從容自在



科技

創新技術啟動 Smart+ 理念



透過線上及社交媒體平台借助散播式市場推廣為實體店引導客流



利用創新科技提供更好的客戶服務及體驗，以及收集數據



大數據分析以提供更有效的客戶關係管理、員工培訓及更優化的業務和市場推廣策略等



利用微信支付及支付寶進行付款交易

Smart+ 策略

借助互聯網和創新工具之應用以提供無縫的客戶購物體驗

創新技術啟動 Smart + 理念

利用RFID 技術發展助銷智能工具

物流管理

盤點和控制

銷售業務

RFID標籤和托盤



- 快速準確地獲取產品信息
- 更快的物流管理

mHand



- 提高盤點的效率和整體準確度

Smart Tray



- 使銷售流程更順暢
- 提供獨特的客戶體驗
- 大數據分析

創新技術啟動 Smart + 理念

Smart Tray – 協助銷售的工具

Smart Tray



顯示產品特點和
價格計算

售價: 20,515
[人民幣 (RMB)] 16,453
金重: 1.329 兩
工值: 1,632 (原: 2040)
金類: 999.9黃金
其他: 鍊長: 18.00

63F00002112
位置(行號): F205
(60)

匯率換算

貨幣	匯率
1 港幣 (HKD)	1
2 人民幣 (RMB)	0.808
3 美金 (USD)	7.72
4 加幣 (CAD)	7.1
5 新台幣 (TWD)	0.2
6 日元 (JPY)	0.075
7 英鎊 (GBP)	13.1
8 歐羅 (EUR)	10.4
9 澳洲元 (AUD)	7.1
10 紐西蘭元 (NZD)	6.6
11 瑞士法郎 (CHF)	8.5
12 泰國銖 (THB)	0.2
13 新加坡元 (SGD)	6.1
14 美金 (USD) - 機場專用	7.7

檢查
其他POS的庫存


貨號	分行寄存	位置	貨主	金重	長度/尺 圍	團 口
63F00002118	尖六	F117		1.327	18.00	0
63F00002112	尖七	F205		1.329	18.00	0
63F00002113	尖十(九龍酒 店)	F999		1.313	18.00	0
63F00002119	尖十三	F206		1.327	18.00	0

本行 本區 全公司

中央編號: 170519
光沙鑲鑽大形花卉頸鍊

數據分析

- 產品和款式
- 服務客戶的時間
- 銷售價格
- 國籍
- 性別
- 年齡
- 購買原因,
- etc.



O2O
(Online to Offline)

中國內地 - 珠寶業務 電子商務零售值

▲ 51.7% 同比增長



中國內地 - 珠寶業務 電子商務零售值佔相應分部 零售值之百分比

2.3%



不重覆訪客人次

268,000



關注人數

> 2,300,000



擴大合作伙
伴網絡
增加線上線下客流



攜程旅客在預定旅遊服務時，將收到有關門
店資訊，並被引導至最近的門店。



電子社交平台的運用

滕雨佳粉絲見面會直播活動

總計觀看人數：244.8萬人次



一直播



優酷



淘寶



邀請KOL Angela Yuen拍攝T Mark 短片

總計觀看人數：25萬人次



Facebook



微信



YouTube





Thank you