

Chow Tai Fook

品牌發展之旅-迎合消費者需求

Shared by 中國營運管理中心行政部高級經理
包建豪 先生



周大福

CHOW TAI FOOK

CONTENTS



Part One

全方位解讀大連

[知彼]



Part Two

品牌使命永堅持

[知己]



Part Three

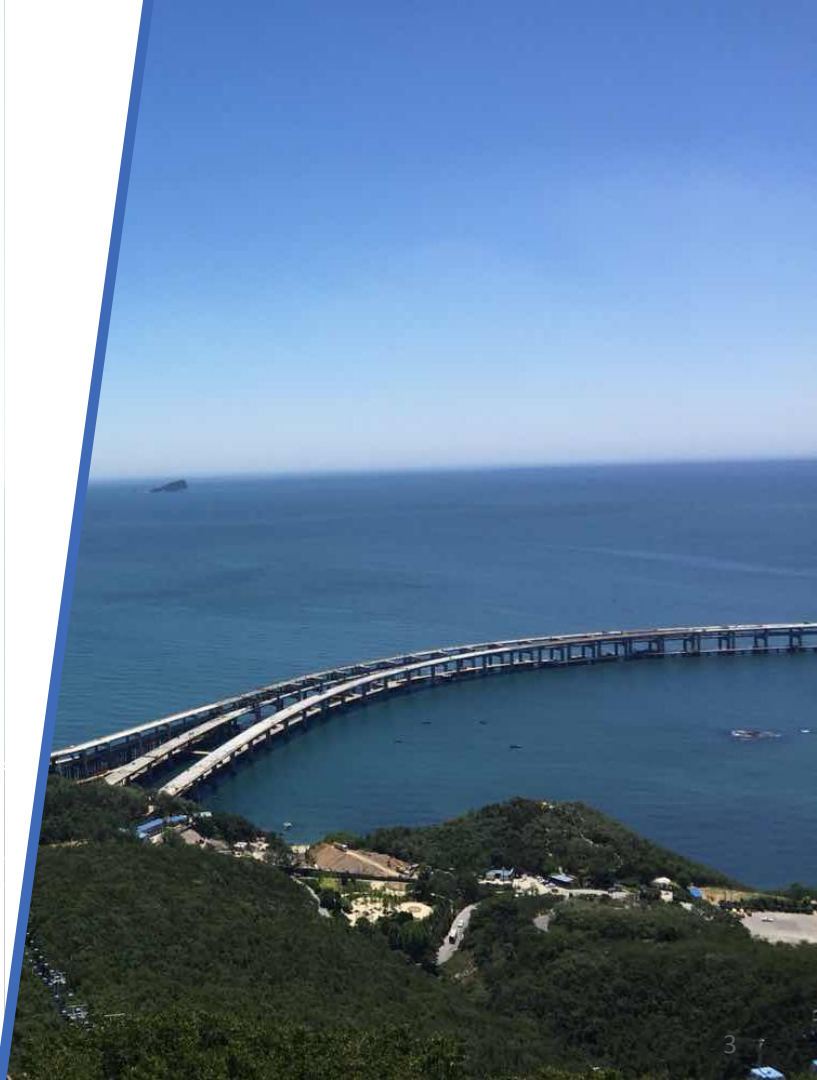
因地制宜謀發展

[百戰百勝]



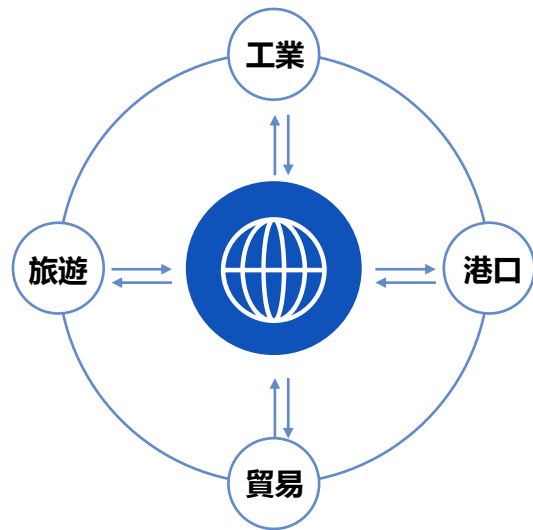
全方位解讀大連

深入瞭解大連的“經濟、人文、環境、消費者”



大連印象

---中國東部沿海重要的“經濟、貿易、港口、工業、旅遊”城市



四大優勢工業：石化、船舶、現代裝備製造、電子信息
新型產業體系：物流、金融、旅遊、軟件

大連獨特的風情

--- “東北-膠東-俄羅斯-日本-韓國” 文化交融地

東北人眼裡的大連人

- 時尚、年輕、熱情、包容
- 對“美”要求很高
- 注重衣著打扮
- 對新鮮事物接受度高
- 優越感較強
- 對“服務”要求高

1

地理

歸屬東北地區，一個沿海旅遊城市，離日本、韓國和朝鮮近。

2

氣候

溫暖濕潤海洋文化濃厚，丘陵農業卻是短板。

3

語言

大部分人的祖籍是山東，遼東半島和膠東半島的文化與口音是相似的。

4

歷史

1899沙俄建市→日俄戰爭→成為日本的關東州→日本戰敗→蘇聯接管→1955年歸還。

5

經濟

大連的經濟總量和人均GDP居三省首位，收入水平高。

6

文化

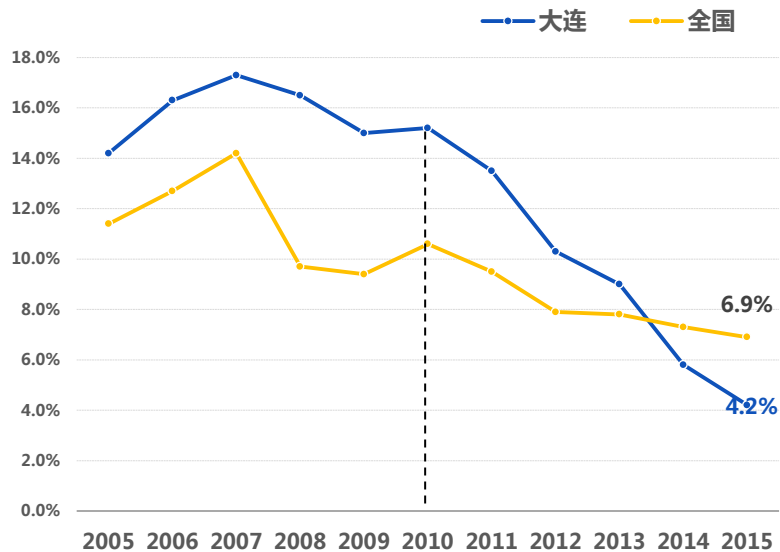
綜上，造就了大連獨特的風情：東北-膠東-俄羅斯-日本-韓國文化交融地。

GDP低速增長,消費拉動力增強

---消費對經濟增長的拉動作用增強

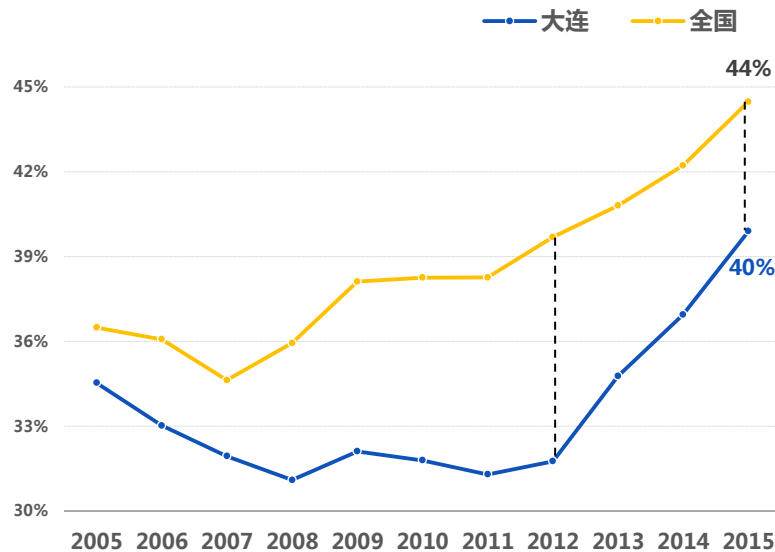
GDP增長率

大連的GDP從2010年始,增長有所放緩



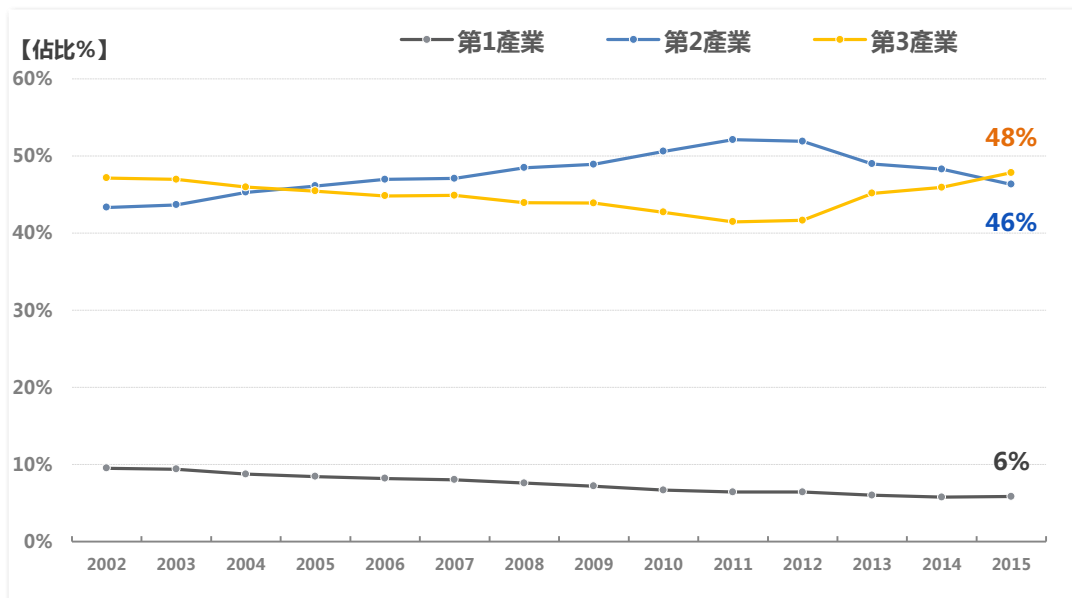
社會消費品零售/GDP

大連的消費對經濟增長的拉動作用增強,與全國的差異縮小



產業結構不斷優化

---第三產業比重不斷上升



資料來源：大連統計局

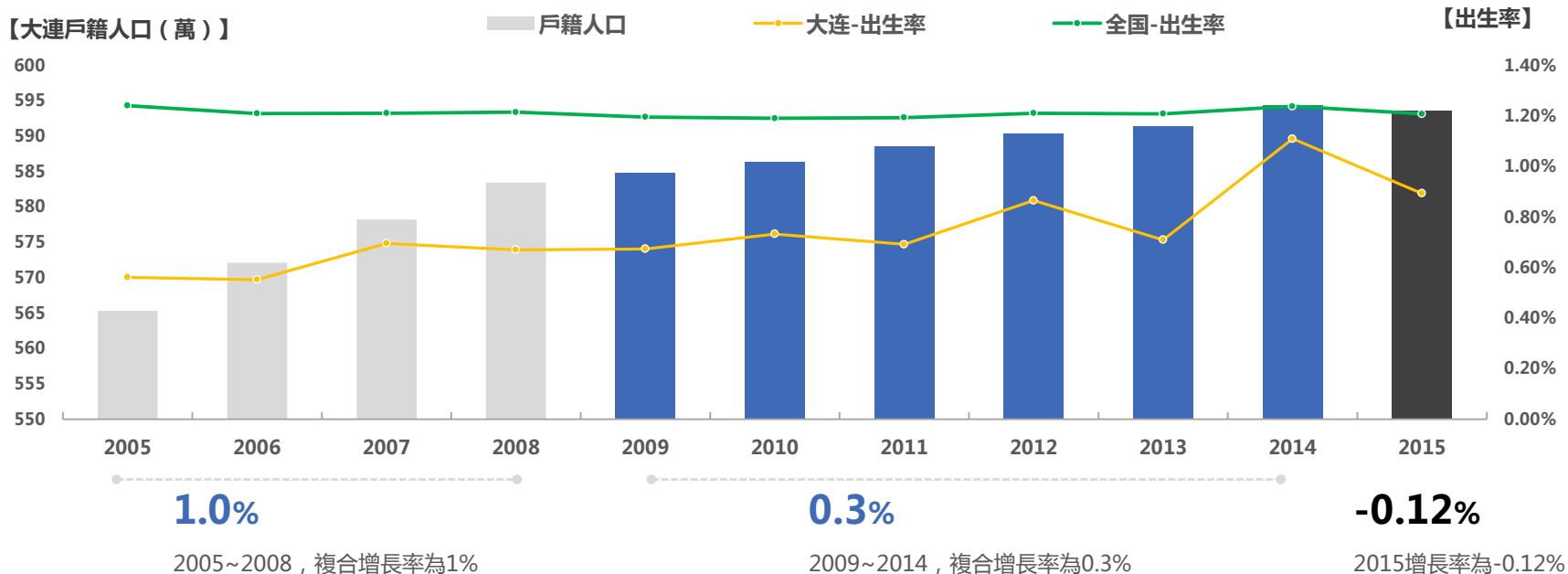
產業升級

- 產業結構趨向中**高端**。
- **服務業**異軍突起，成為經濟發展的新引擎。
- **金融、軟件、旅遊、會展**等現代服務業蓬勃發展。
- **金融業**增加值佔地區生產總值比重由5.1%上升到9.1%。
- **軟件和信息服務業**銷售收入年均增長10%以上。

人口增長放緩

---大連的出生率有所提高

- 2015年全市戶籍人口為**593.6萬**，2020年目標達到**620萬**，年均增長**0.87%**。
- 2015年全市常住人口為**698.7萬**，2020年目標達到**710萬**，年均增長**0.32%**。



大連的消費者

---雙向分流：低端消費向“淘寶、京東等網路購物”方向轉移；高端消費通過“海外購物”向發達國家回流。

大連消費者的網購特徵



2016雙十一,理性消費,只買當下需要的

對於手機、羽絨服、靴子、外套、面部護理產品最感興趣



最喜歡旅遊目的地

境外：泰國、日本、韓國、美國、新加坡

境內：成都、哈爾濱、上海、北京



2015淘寶網購交易排名

NO.1 服裝10億； NO.2 數碼產品5億； NO.3 家居類2.3億

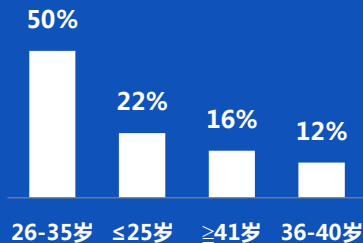


網購偏好

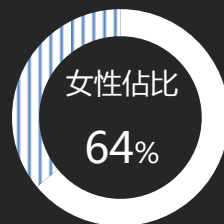
舶來品（韓國原單、韓國代購）、禮品類、進口零售



網購人群-年齡分布



網購人群-性別分布



振興東北政策接連出台

---大力支持民營經濟發展



01

支持民營經濟 做大做強

使民營企業成為推動
發展、增強活力的重
要力量

02

放寬民間資本 的進入

進一步放寬民間資本
進入的行業和領域，
公開公平公正參與市
場競爭

03

參與國有企業 改制重組

支援民營企業通過多
種形式參與國有企業
改制重組

04

改善金融服務

疏通金融進入中小企
業和小微企業의 通道

05

壯大一批民營企 業集團

壯大一批主業突出、
核心競爭力強的民營
企業集團和龍頭企業

06

民營企業公共服 務平臺

推進民營企業公共服
務平臺建設



品牌使命永堅持

周大福的發展歷程、品牌成就



周大福大事記

---逾80年的品牌堅持



周大福 品牌價值與定位

品牌願景：成為全球最值得信賴的亞洲珠寶品牌

使命：真誠·永恆

價值觀：人本、務實、科學

核心競爭力：品質、創新、服務



香港主板上市公司

87年歷史，大中華區市場份額第一



專注於主流珠寶，多元化產品組合

差異化的分店形象，有效的市場推廣



互聯網科技的運用

線上線下融合發展

多元化的產品組合

--- 覆蓋整個人生旅程

嬰幼兒



情侶



老年



青少年



中年



不斷升級的門店形象

---你從未見過的周大福：時尚·豪雅·名貴



時尚店-新形象

以都市藝廊的觀念，灰色木質飾板作為沉靜的空間氛圍。



豪雅店-新形象

將文人雅士聚集的沙龍概念引入，營造溫文儒雅且輕鬆的氛圍。

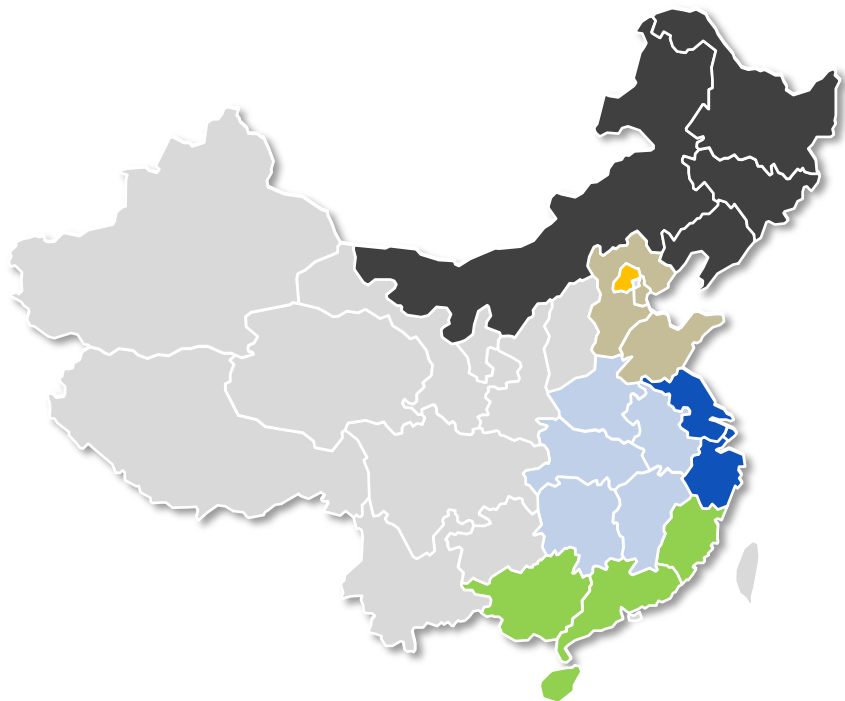


名貴店-新形象

以私人博物館的設計理念，造出空間覺得純淨高壓的張力。

O2O

---線上線下資源整合



1

線上渠道優勢周大福官方商城
30個合作電商平台

2

線下渠道優勢400多個城市
2000多個零售點



忠誠的 顧客群體

鑽石/鉑金/黃金/普通會員、粉絲



會員數目

984,000



粉絲數目

9,044,000



會員再消費占比

27.6%

創立跨境電商CTF-HOKO

---首個全會員制跨境商品購物商場

香港知名零售商、知名商品



美妝個護



營養保健



食品飲料



母嬰產品



箱包飾品



...



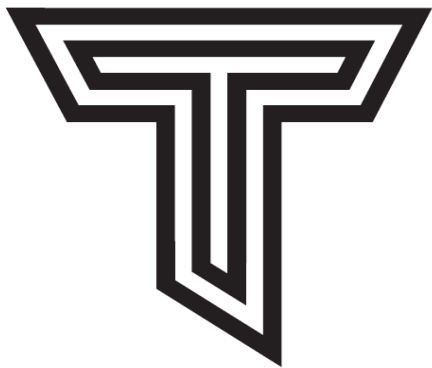
因地制宜謀發展

危機中求發展

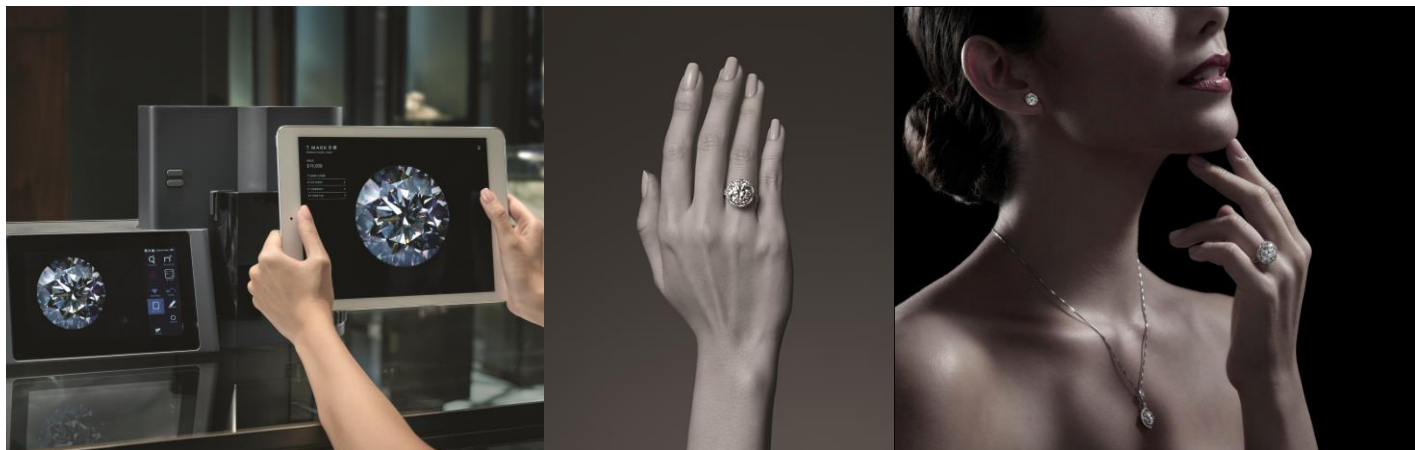


獨家產品備受青睞

---T-Mark 大連巡展，占同類產品的銷售份額高於其他地區



周大福 T MARK



- T-Mark印記採用獨家**納米加工**專利技術，厚度僅5納米。記錄了每顆鑽石的歷程。
- 利用互聯網思維，通過新工具給消費者帶來樂趣。

節假日推廣

--- “浪漫七夕” 活動，大連的同期增長顯著高於其他地區



14個

重點節假日

聖誕節、春節、西方情人節、端午、五一、七夕、中秋、國慶、教師節.....

5個

傳統習俗

1) 結婚/周年慶 2) 新生
3) 生日 4) 開店/ 店慶 5)
信仰習俗

情感營銷

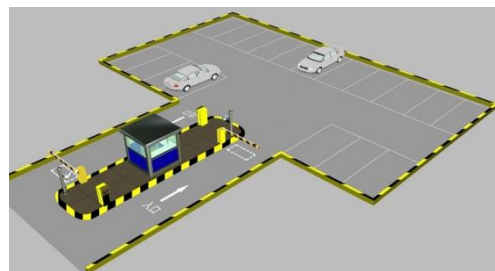
透過情感行銷加強與消費者的溝通、提升銷售

節假日經濟

節慶假日銷售為日常銷售的3-5倍

特色服務

---在貨品上滿足客戶的各種需求的同時，在服務上會提供給客人更多的特色



大連特有的服務

- 會員購物免費停車1小時
- 根據氣候提供給客人飲品（如：冬季提供大棗桂圓養成茶、夏季提供清爽檸檬水）

增加與顧客的互動

--- “店內消費招募、戶外遊、母親節沙龍活動.....” 提高會員忠誠度



大連春禮答謝



電影節“大話西遊三”



母親節活動



親子活動

大連春禮答謝：①店內消費招募 ②邀請會員一起參加戶外遊。

電影節“大話西遊三”：邀請會員和媽媽一起到店參加母親節沙龍活動，為進店的媽媽們送去了母親節的問候。
在分店內部舉辦各種形式的親子活動，讓銷售顧問和會員的家庭更好的融合在一起。

公益活動

---福星寶寶大夢想家-大連站



福星寶寶大夢想家 公益活動

歷經6年，走過全國45個城市，見過無數張笑臉，帶去了無以計數的快樂。

大夢想家以繪畫為藝術載體，讓小朋友盡情發揮繪畫創意、天賦，表達他們心中美好世界的願景。

今年，福星寶寶聯合7位新晉藝術家，為自閉症兒童打开通往心靈所嚮往的世界的大門。

Chow Tai Fook

Thanks
for your attention



周大福

CHOW TAI FOOK