

在五一商圈围挡时发光,却在拆围后黯淡

# 黄金期已过,长沙珠宝卖场纷纷瘦身

3月28日,香港珠宝品牌周生生公布2016年年报,全年实现净利74217.6万港元,同比减少34.34%。就在3月初,老凤祥公布2016年度业绩快报,预计实现营收350亿元,同比下滑2.1%。

珠宝行业进入低谷期,不仅仅表现在各大珠宝品牌不太好看的利润数据上。28日,记者走访长沙市内珠宝卖场也发现,不少本土品牌纷纷缩减店面数量、营业面积,调整经营方向以应对行业变局。

■记者 朱蓉 实习生 黄亚苹

## 【珠光黯淡】长沙多家珠宝卖场折戟

在两三年前几乎在五一商圈形成合围之势的黄金珠宝卖场阵营正在悄然消失。28日,记者在解放西路与黄兴南路交会处看到,原本占据着五一商圈核心位置的世纪情珠宝广场原址上新开了针对年轻消费群体的TAG A标签百货,而世纪情则搬迁至原物业5楼,面积也缩小了,经营范围从原本的金银、玉器、钻石等珠宝全品类转为不再销售黄金和铂金饰品。

它的斜对面是2012年开业的克拉海洋,这家打着“国内首席珠宝主题Shopping Mall”旗号的集合珠宝卖场,从原本5楼近5000平方米的大店搬至物业一二层楼门

店,经营面积仅剩不足2000平方米。

2014年至2015年,即使是在地铁长期围挡施工的不利因素影响下,都没能阻止黄金珠宝企业在五一商圈的“攻城略地”,克徕帝、玛丽莱等本土品牌接连在此处开设新店。然而,当记者再次前往此处调查走访时发现,五一广场附近曾聚集多个珠宝品牌专卖店的转角仅剩克徕帝一根独苗,玛丽莱不仅撤出了五一广场附近,黄兴南路司门口店也已关闭。

2014年以来,在长沙珠宝市场上折戟的还有金天福珠宝、金港九珠宝、金世福珠宝等多个品牌专卖店或珠宝大卖场。

## 【谋求转型】定制不老,平价兴起

虽然不少黄金珠宝集合卖场都在缩减经营范围,但记者同时也注意到,这一领域仍不断有“新人”入局争夺市场。与前两年流行主打定制概念不同,平价、实惠似乎成为了这些卖场乐于为自己贴上的新标签。

今年1月,本土珠宝品牌张万福珠宝与金一黄金珠宝签署《特许经营合同》,正式加盟金一品牌,并协助后者拓展加盟商。此举,不少业内人士评价为“见好就收的聪明之举。”记者注意到,张万福原本位于解放西路的店铺已改头换面,成为“金一珠宝”。

在金一珠宝黄兴南路步行街店,经营品类包括玉器、珍珠和彩宝。其中,玉器正在

进行“第一件六折 两件五折”的活动,而钻戒则推出“满1000元减180元”的优惠活动。

从开业便推出“首克黄金8.8元”大型促销活动的步步高集团旗下执金珠宝广场也长期推出“黄金多送0.01克”的活动。该广场总经理徐浪就表示,此举是出于平价亲民的经营理念。

此外,钻石作定制概念的店铺铺设依然很广。在采访中,记者发现,克徕帝的钻石定制珠宝店在黄兴南路步行街上多达4家。玛丽莱也于近期宣布,出于对公司经营方向的不断调整,位于芙蓉中路一段的玛丽莱珠宝城将不再经营黄金饰品业务,而专注于钻石定制业务。



3月28日,黄兴南路步行街上,一些珠宝门店正进行不同力度的促销活动。

实习生 黄亚苹 摄

## 业绩连线

### 珠宝品牌业绩集体滑坡

在市场走访中,记者发现,多数珠宝品牌直营店均打出了各种促销招牌。28日,克拉海洋正在进行彩宝7折的优惠活动,而解放西路上的中国黄金则打出了“满3800元赢取免单”的巨幅广告。多位不同品牌的导购向记者表示,目前推出的活动仍为“3·8女神节”活动的延续。

珠宝卖场及品牌直营店的大力度促销,似乎已经成为一种常态。不过,尽管如此,各大品牌的2016年盈利数据依然不太好看。

周生生2016年年报称,全年实现净利74217.6万港元,同比减少34.34%,营业额大跌15.6%至160.925亿港元,其中,内地珠宝零售业务销售下滑5%至73.390亿港元。

## 行业观察

### 不能老拿爱情当营销噱头

一向被看做“硬通货”的黄金,近几年价格的波动对不少黄金珠宝企业造成影响。

“2013年4月以来,国际黄金现价屡现急跌,不少在前些年抢购的‘中国大妈’深套其中。受金价下跌影响,黄金珠宝投资需求萎缩,从而导致黄金珠宝企业的周转下降,存货减值的负循环对行业内所有企业造成沉重的压力,利润空间缩窄。”一业内人士对记者表示。

黄金库存减值承压的前提下,从投资需求出发的购买消费热情不断褪去,反而为钻石、彩宝等其他品类提供了发展空间。

省珠宝玉石首饰观赏石行业协会相关负责人表示,消费者的购买动因更加理性,其实更利于珠宝行业的长期发展。“以前,如果某一珠宝品类开始集中推广,零售终端的价格必定

元,同店销售跌幅4%,黄金销售同样遇阻,同店销售跌幅13%。

老凤祥的业绩快报显示,预计2016年度营业收入约为350亿元,同比下滑2.1%,归属上市公司股东的净利润约10.6亿元,下滑5.36%。

部分品牌虽然还未公布2016年全年业绩,但从早前已公布的2016年中报来看,经营形式也不容乐观:中国黄金国际亏损1088.70万美元,同比大幅减少164.78%;香港六福集团实现净利96145.40万港元,同比减少40.67%。

对于营业额与利润的大跌,周生生认为,利润的大幅下跌一重要原因是由于内地及香港消费者购物欲疲弱导致店铺营业额的下跌。

炒高,但当入局者多起来,价格战又在所难免,而没有长期市场积累的新品类就很容易被做死,比如曾火过一段时间的铂金饰品等。”从渠道商到品牌商,更应该培养消费者的消费认知推动销售,而不是采用揠苗助长的方式“疯狂销售”。

中国珠宝行业协会副会长杨似三在中国珠宝产业创新论坛表示,未来十年,中国珠宝首饰的整体需求将以15%至30%的速度增长,未来市场潜力较大,然而当前整个国内珠宝行业也面临市场与渠道的创新不足,产品较为雷同的现象。

他认为,随着80后、90后等年轻消费群体的消费能力突显,珠宝企业也将亟需品牌升级。“现在一些消费者已经不再满足于爱情信物这一经典的珠宝文化,他们希望珠宝能够表达更多更新的情感诉求。”

## 记者手记

### 缺乏创新的市场仍亟待升级

3月28日17时左右,雨中的五一广场霓虹灯已开始闪烁,大部分商家仍开门营业。而当记者前往世纪情珠宝时,门店已开始为结束当天的营业做准备。众所周知,该店曾是五一商圈珠宝行业的一面旗帜。

用“三十年河东,三十年河西”来形容珠宝行业或许并不为过。2014年左右,正是珠宝集合大卖场的红火之时,不到一年时间,长沙相继开出近十家集合门店。而如今再回望,经过市场的不断波折与大浪淘沙,仍在进行经营的却并不算多。

行业的低谷是危也是机,不少新品牌相继面世,这其中甚至有不少怀抱着品牌梦想的年轻设计师和创业者。他们之中,多数人选择了钻石饰品这一领域进行切入。明知诸多行业大佬在近两年经营中利润、营业额持续下滑的窘境却依然选择投身其中,这份勇气让人觉得难能可贵。

简单的叫卖、单纯的低价显然都已无法满足经济不断下行情况下的消费者。市场并不相信勇气。如何在经营方式、产品款式,甚至是产品质量上作出让消费者信服的升级和改变才是决定未来谁能重新站上行业前列的重要因素。

