

爱，需要表达，让钻戒替你说话

布局高端市场，张万福首推“优品店”全新模式

百万钻戒，是否只存在于偶像剧的剧情中？如今，你可在任何一家张万福珠宝门店一睹真容了。

“进入而立之年，张万福品牌也进入了涅槃与重生的关键期。”张万福珠宝运营总经理李纲表示，接下来，品牌将完成从扎根二三线城市的亲民品牌到引领行业发展趋势的国民珠宝品牌的华丽转身。

近年来，国内中产阶级迅速崛起，消费市场不断升级，高端珠宝首饰正悄然走进寻常百姓家。从过去的“羞于表达”到当下的“大声说爱”，以张万福为代表的珠宝行业的努力有着重要的推动作用。

【升级】品牌全新升级，首推“优品店”

刚刚过去的“五一”劳动节，对张万福而言有着跨越式的意义。在国际知名旅游城市——张家界，该品牌旗下首家“优品店”正式亮相。与传统的珠宝店铺不同，这家集合了张万福旗下最高端产品和全新店面设计的门店一经亮相，便赢得了当地消费者的青睐。

“随着珠宝市场竞争的愈演愈烈，作为在全国拥有300余家门店的连锁品牌，我们以优品店的模式作为新的起点，带给消费者更独特的产品设计及舒适的佩戴体验，实现从过去单纯追求器物之美到如

今的和谐之美的转变。”李纲表示。

在刚刚结束的张万福俱乐部高峰论坛上，国内珠宝投资商、张万福俱乐部主席邓瑞成表示，“张万福优品店模式更适合当下国民珠宝消费的需求，产品的设计及工艺更加能够体现出时尚消费人群对浪漫和精致生活理念的追求。”

事实上，从相继推出“爱情魔戒”系列钻石首饰、“幸福达人”系列3D硬金首饰，张万福便已经在朝着引领行业趋势、实现品牌升级再造的方向不断努力。

在该公司的展示货架上，陈列着素金、镶嵌等各类珠宝饰品。尤为值得一提的是，这些产品中，不乏镶嵌着重量超过1克拉的高端“鸽子蛋”钻戒，其市场售价在45万至百万元之间。

李纲表示，在经历了品牌门店数量的快速扩张期后，张万福已在全国多个省市打响了名号。接下来，不仅计划开出更多能够带给消费者更完美消费体验的优品店，还将把品牌发展的重心回归到产品本身，依照人体工学的设计原理，让佩戴者美不自知，触而无感，“做到品牌和产品体验的双升级”。

【理念】主张爱需要表达，以设计搭建桥梁

长久以来，珠宝因其美好寓



张万福张家界优品店开业，人流如潮。

意，与人们生命中重要的里程碑建立起紧密的联系。随着市场消费水平的不断提高，关于珠宝的消费理念也在悄然发生着改变。

作为诞生、成长于湖南本土的知名品牌，张万福对于“珠宝”二字也有着自己的定义和理解——无论是友情、亲情，抑或是爱情，隐匿于心中的爱与情感，需要勇于表达。而这种理念，也被设计师融入进了该品牌最近推出的一系列新品当中。

设计初衷是为了纪念情侣间最温情的亲吻，将唇印作为传递彼此爱意的印记镌刻在戒指“5点20分”或“13点14分”位置的“爱情魔戒”系列，就是其代表作之

一。据了解，该系列新品精选了超高品质的钻石，钻平、爪直、面亮、壁滑的产品特质，搭配戒圈内壁18k金唇印，尤为别致。

而上市以来的销售数字也在说明，这种创新的设计理念成功为张万福与消费者之间搭建起了沟通的桥梁，让珠宝变成“会说话的生活必需品”。

在即将到来的“520”活动预热中，该品牌也推出了“爱需要表达”互动活动。不少消费者通过其微信公众号“张万福”表达了对亲人、爱人和朋友的爱意。接下来，在所有的互动留言中，该品牌将选取部分进行上墙，帮助消费者表达爱。 ■通讯员 唐玲艳



大咖说爱

感情也是人生的一种建树

人的一生其实很简单，重要的就是两个主题：事业和感情。因为感情也是人生的一种建树。传达彼此的爱，我们必须学会爱的技巧，学会爱的能力，达成爱的愿望。

懂爱才会爱，会爱才可可爱，可爱才被爱，被爱才会幸福！世界上最远的距离，不是天与地、生与死，而是我在你身边，你却不知道我有多么爱你——所以，真挚的爱时刻提醒我们：爱需要表达！

——张万福珠宝运营总经理 李纲



扫一扫，看本报“5·20”街采视频。

yi jiu ba ba nian

一 九 八 八 年

接一个电话要赶到
镇上邮电局排队守候

三湘巨变 全民上网计划盛大开启

中国移动 China Mobile

jin tian

今 天

湖南移动全省4G渗透率已达到65%
2300万移动4G用户随时互联

扫一扫了解活动详情