

珠寶業轉旺 周生生：難言U形反彈

2017年11月20日

資料來源：蘋果日報

經

歷多年寒冬，本地珠寶商包括周大福（1929）、六福（590）最新營運數據顯示，同店銷售重回雙位數字增長。業界估計，第4季多人買珠寶作婚嫁之用，業務續有改善，但未敢說是U形反彈。業界也積極尋求新商機，周大福近月新開體驗店，務求開拓年輕新客源。

雙春兼閏月帶動銷情

根據政府統計處最新數字，9月份零售銷售額連續上升7個月，按年升5.6%，當中珠寶首飾、鐘錶及名貴禮物類別更加錄得14.7%的強勁升幅，累計1至9月升4.3%，重拾2013年升勢。

周生生（116）大中華區營運總經理劉克斌稱，原先預計7月中至8月底因暑假檔期，生意最多升兩成，惟情況不似預期，實際升幅只得10%以下。但9月起，整個珠寶市場由婚嫁市場帶動，「今年雙春閏月，消費者喺下半年買（珠寶手飾）」，第4季不少市民買黃金及珠寶等作婚嫁之用，單價也提升到9,000至9,200元不等，較兩年前單價不足9,000元有明顯改善。

周生生無公佈季度數據，但劉克斌稱，集團成績與大市相若，雖然從數字上可見珠寶業重回增長勢頭，但他未敢言是U形反彈，因近幾年消費者由高端奢侈品轉買日常首飾，目前市況是企穩，慢慢向上，有信心第4季生意會有強勁升幅。

周大福：針對場景做設定

事實上，各珠寶商港澳生意增長勢頭始於下半年，例如在自由行強勢期間大肆開店的六福，港澳同店銷售最差在2013年跌54%，連跌12季後，2017財年第4季終現增長；港澳同店銷售曾跌50%的周大福，截至9月底止最新一季亦重現雙位數字升幅。

周大福執行董事廖振為表示，為開拓年輕新客源，今年7月落實在荃灣開設首間不賣金飾的體驗店；短短4個月已開4間體驗店，部份為翻新店舖。



提到體驗店與傳統店分別，廖振為指體驗店在設計上更花心思，「需要針對每個場景同需要去做設定，着重顧客體驗」。由於目標為年輕客，所以聘請較年輕的售貨員，並改變產品組合，「希望喺一個傳統行業中，帶啲新體驗畀客」。

Q HKJMA

Q je magazine



Q hkjewelryshow

www.pinterest.com/hkje

JE is NOW Online !!