

渠道之变 珠宝“网”市有多大?

从传统门店到网络直销的华丽转身



现象

多家珠宝商纷纷“触”网

近日,记者从各方了解到,为了适应时下新的消费潮流,多家珠宝商纷纷“触”网,一探究竟。网店上不仅钻石多样,戒托款式也异常丰富。而8月8日,河南省唯一一家颇具规模的C2C钻石销售网店“我爱钻石网”郑州国贸中心体验店的开业,更加快了奢侈品钻石通过网络得以交易的步伐。

该网站工作人员告诉记者:“近些年不少知名珠宝商纷纷与一些大型的网站合作,开发网络商城、网络直销,以推荐、促销等形式出现,这在一定程度上也填补了网络上珠宝市场的空白。”而采访中,金鑫珠宝企划负责人谢若也表示:“网络新型营销的出现,是今后的发展趋势,不仅量大而且交易方便,因此我们一直在关注。”

时下,经济危机的持续蔓延,让许多珠宝商的销售渠道从传统的单店经营拓展为厂家直营、电视购物、网络销售等模式并行。虽说网上购物已不是新鲜事,可网上购买价格上千甚至数万的钻石,对一般人来说还很陌生。业内人士认为,网络销售是新兴的珠宝销售渠道,也是珠宝品牌在将来的销售中不可或缺的一部分,但是网络的虚幻,在点燃网上销售珠宝的火苗的同时,也制约了其有序发展。 晚报记者 谢宽



原因

低成本下开拓竞争新平台

据了解,珠宝传统销售模式为店面和柜台销售,且珠宝店多处于都市黄金地段,需投入大量资金用于店面装修和广告,承载了大量的人力、物力和运营成本。而珠宝网络销售线上依托专业的品牌网站或网络商城,线下设立体验中心,无批发商等中间环节,采用网络直销模式,省去了许多店面费用、广告费用。

同时,随着珠宝业竞争的逐步加大,市场饱和度越来越严重,众多品牌厂商发现分级代理等传统的销售渠道使得产品销售利润率普遍下降,于是纷纷转身寻找新的销售渠道来改善利润来源结构,网络直销自然成为商家拓展销售的新途径。

“因为选择低成本的推广渠道和较少的货币资金积压,同样品质的钻石,网络上的价格与传统门店的钻石销售价格相比,甚至可相差20%。”我爱钻石网经理告诉记者,珠宝在网上的成功销售除了其价格的低廉,还得益于“裸钻加钻托”等特色定制服务,让客户享受超值、贴心的优质服务。



分析 利益发掘 尚需时日

在互联网挑战传统销售渠道的同时,众多钻石销售网站如雨后春笋般冒出来的时候,不难发现,如其他行业一样,珠宝网络直销的根源无疑是商家对利润的驱使。业内人士认为,把珠宝销售目标锁定网络,这也是消费分众的结果。可陈设的门店空间是有限的,网上数据库却是一个无限概念。一部分人习惯门店购买,但是很多人习惯网上购买,这个群体更熟悉网络,可以利用网络优势去寻找、去比较,找到最便宜最适合自己的东西。

但是面对网络零售商的咄咄逼人,大部分传统零售商目前仍然对网络渠道持观望态度。金鑫珠宝企划负责人谢若认为:“从目前的形

势来看,网络营销还处在发展初期阶段,很多消费者会对产品产生质疑,珠宝作为奢侈品,不像衣服等商品一样方便出售,而且珠宝销售不只是价格上问题,更多的是靠实体店的气氛和产品的附加值来营销,简单来讲,消费者感受到实体时,才会心愿已满。”

也有业内人士表示,网络营销潜藏的利益是巨大的,但就珠宝特性而言,网络销售需要相当长时间的维护与巩固,但就目前网络钻石零售商的竞争还处在比知名度、比信誉、比价格的初级阶段,要想真正做大做强,仍需提升自身竞争力,打造属于自己的特色化经营服务,满足消费者的需求。



专家坐诊 优惠多多

明视达华联旗舰店重装迎来开门红

8月15日,明视达眼镜机构1000平方米华联旗舰店重装开业,同时明视达眼镜1.0视力健康连锁机构正式在华联旗舰店挂牌成立,而且48家明视达加盟店携手众多知名眼镜品牌商恭贺明视达眼镜成立15周年。在开业当天,明视达不仅邀请上海专家前来坐诊,同时多项的优惠活动和超低折扣迎来开业当天开门红。



现场备受消费者注目

上午9时30分许,记者来到二七塔附近的明视达华联店,高大的圆形拱门屹立在明视达华联店两侧,旁边舞台上歌手们热情的高歌,引来不少市民驻足观看。从店面的装饰来看,明视达依然继承了传统的绿白相间的主色调,虽没有色彩斑斓的外表,但依然给人一种清新淡雅的感觉。

走进店内,记者却发现与之前的眼镜店截然不同,除了常规镜架、镜片的柜台以外,在这里Gucci、BOSS、DLO、PRADA等各种国际流行一线品牌太阳镜都能找到。值得一提的是,在进门的左侧,配备了专业的验光区、视力检测区等一系列的单元,就像医院中的检查科室一样,被消费者戏称为“店中的眼科医院”。郑州明视达眼镜有限公司副总经理李伟杰介绍说:“重装开业后的华联旗舰店规模达1000平方米,囊括了国内外一线品牌眼镜,而且明视达眼镜1.0视力健康机构的成立,使得眼镜店与视力检测形成完整的链条,让眼镜店更加的规范与专业。”

正值周末,在现场看到店内的消费者络绎



不绝。不少消费者感叹如今的眼镜店也能做得这么大而且很有气势。其中一位领着孩子的张女士正在为孩子挑选眼镜,见到记者询问,便热情地谈了进来的感受。她说:“以前也是明视达的常客,但是今天来感觉变化真是太大了,店面不仅明亮夺目,而且款式也增加不少,关键是以前验光区就一间小房间,如今却变成了

‘小型医院’,虽然不懂这些设备,但是从感官上来说做得还是非常专业。”

像张女士这样感受的市民不在少数,市民王先生也认为,明视达的变化是有目共睹的,先不说价格上和其他眼镜店相差多少,但就品质和如今这家店的规模、专业程度而言,就让我们感到值得信赖。

专家坐诊 眼镜行业更需专业

在明视达华联旗舰店开业期间,从上海、无锡等地邀请中国眼镜协会验光配镜委员会委员兼秘书钟荣世、中华眼科学会验光师协作组华东地区主任严泽生两位专家到现场坐诊,无疑成为此次开业亮点。而在现场记者也看到,众多消费者排队等候检查的场景。

中国眼镜协会验光配镜委员会委员兼秘书钟荣世在接受记者采访时表达了对明视达公司的肯定,他说:“此次受邀感到非常的高兴,而且也看到了明视达眼镜机构的发展水平和专业程度,如此大的规模国内还是比较少的,除了北京、上海等发达城市有一两家超过1000平方米店面之外,也就是这里了。从另外一个角度上来说,明视达做眼镜还是比较专业的。”

但谈到郑州眼镜业的发展,他认为,郑州经济发达和人们生活水平的不断提高,郑州眼保健水平已经与上海发达地区相差不多,可以说基本在一个层次上,但是对于整体行业而言,眼镜行业还需要进一步的发展。眼镜行业虽说是半医半商的行业,但同样需要专业,如何让眼镜机构更专业?首先眼镜业从业人员的素质要提高,要明白配镜并不只是戴上合适的近视镜这么简单,而是通过对视觉的保健达到治疗效果为目的让社会认可;其次要让消费者了解眼科医生的专业是治疗视觉病理,而验光师的专业则是治疗视觉生理两者之间的区别,引导消费者转变观念;最后眼镜机构树立理念,完善保健机制,大力提倡眼保健。 谢宽/文 赵楠/图

相关链接

超低折扣 回馈广大消费者

据了解,明视达为了回馈广大的消费者,特推出一系列优惠活动和超低折扣。首先,开业期间,验配角膜塑形镜优惠488元;店庆特惠,配镜满100元送68元;清晰“视”界,免费体验,青少年近视患者参与训练保证6个月裸眼实力达到1.0,3年不反弹。其次,暑假配镜特惠、超值学生套餐并有好礼相送,凡购依视路宇宙钻晶A2非球面送2GU盘一个,购依视路亚洲盛世A360系列送4GU盘一个,购尼康多焦点镜片送书包一个,购凯米镜片指定产品送篮球一个。

同时,对于佩戴隐形眼镜的顾客也有优惠相送。买隐形送隐形,以旧换新,美丽1+1,博士伦、全能、海昌、卫康等护理液全场特价;学生凭学生证,考试证配镜六折,全场太阳镜三折起;验配一副渐进多焦点,获赠镜架一副,配正副眼镜,另加99元,送变色片一副。

专家简介

钟荣世 东华大学视光材料与应用系主任;中国眼镜协会验光配镜委员会委员兼秘书;国家眼科仪器标准委员;上海医学会视光学学会副主任;视光学硕士。现任:上海市眼镜协会职业技术培训学校副校长;国家一级验光技师;对视功能检查及屈光矫正有丰富的临床经验!

严泽生 眼科主任医师;中华眼科学会验光师协作组华东地区主任;东华大学视光材料与应用系客座教授;无锡市眼镜技术协会副主任兼秘书长。现为多家眼镜企业的顾问专家,对儿童斜弱视的检查治疗及屈光矫正具有丰富的临床经验和精湛的技术!