



她,在黄金珠宝行业干了20多年,上班时却从来不佩戴饰品;她,在黄金市场起伏不定的情况下,敢于进行运营大调整;她,努力工作并享受生活,始终快乐、自信地面对未来。她就是天成珠宝集团副总裁苏惠君,“诚实为人,诚信经营”是她不变的信条。
郑州晚报记者 王一品/文 慎重/图

10年,20年,30年…… “天成还在,服务还在” 访天成珠宝集团副总裁苏惠君

品牌发展,品质为先

天成一直以来秉承“铸造首饰文化,灿烂美好人生”的企业文化和“顾客永远是对的”经营方针服务于广大顾客。

天成珠宝成立于上世纪90年代,一直靠自身实力闯出了一条自营连锁式发展和创新之路。从早期的单纯金银首饰销售一路走来,经历了上世纪黄金首饰一统天下的辉煌,也见证了世纪之初钻石首饰情定天下的盛况,更参与到了以铂金为代表的白色贵金属潮流中,以及去年“中国大妈”疯抢黄金的过程中,也引导着象征中国传统文化翡翠首饰之复兴……如今,天成珠宝已然成为一家经营黄金、铂金、翡翠玉器、镶嵌饰品、文

物、古董的大型综合珠宝企业,其自营连锁专卖店已覆盖郑州主要商业区域及省内其他地市的繁华商业区。

“在品质和商业利润之间,天成毅然决然地选择了前者。”在苏惠君看来,企业品质、提升销售额确实至关重要,但是一家黄金珠宝企业的一切品牌发展,都必须以产品的工艺和品质为前提。

苏惠君说,天成一直以来秉承“铸造首饰文化,灿烂美好人生”的企业文化和“顾客永远是对的”经营方针服务于

广大顾客。采用一站式购物,专业的采购团队直接从国内外知名厂家进购其一流饰品,节省了诸多中间环节。商品都经过严格的审核和产品检测,确保每件商品都拥有领先同类产品的优良品质。所售珠宝饰品具有GIA国际权威珠宝证书或国检证书认证。

对于店内的黄金珠宝首饰商品,天成珠宝郑重承诺:保证品质,保证价廉,保证售后,免去消费者的一切后顾之忧,实现真正的“买得放心、戴得舒心”。

总有话说

苏惠君经典语录

关键词:珠宝行业
今年会更加稳定

2013年那次“中国大妈抢黄金”,是我从业20多年来从未见过的“抢购”场面。我相信,今年珠宝行业的发展,不会再像去年那样忽高忽低,而是走向更加理性、良性的稳定发展之路。

上世纪90年代的时候,全国也没几家珠宝专营店,今天,一个商圈里就能有十几家专卖店,中国珠宝行业的年销售额也从原来的千万元左右到了现在的3000亿元。说实话,中国珠宝行业、珠宝品牌不过才20多年历史,相比国际上那些已经有200多年历史的品牌,我们只能算是刚起步。但是,其发展速度之快,是震惊世界的。这主要是因为中国本身的经济的发展比较快,加之这个行业里有一群不怕吃苦、不懈努力的从业者。

关键词:快乐生活
幸福就是一种心态

曾经有个朋友问我:“怎么越忙反而越快乐啊?”我告诉她:“来天成珠宝上班,你也会笑口常开。”经常有人说,现在生活条件好了,大家反而没有过去亲近、快乐了。因为邻居之间形同陌路,同事都戴着面具上班,亲朋好友也都各忙各的几乎断了联系。认真想想,影响人们不快乐的归根结底就是“攀比”二字。当你的心被这种想法占据,身边永远是黯淡无光的。

请换个角度思考,每天上班的路上,阳光是免费的,绿树是免费的;午餐的空当,和同事聊天拉家常也是免费的;晚上回家后尽享家庭温暖更是免费的……只要我们懂得知足,就会发现自己已经拥有太多太多。

自己的快乐多一点,看到的事物就更美一点;自己的痛苦多一点,看到的丑就多一点。其实,幸福就是一种心态,一种知足常乐的心态。这种心态,能让你的周围充满阳光。

“同样的产品,我最便宜”

天成珠宝所售的产品主要是从生产厂家直接拿货的,删去了许多中间环节,自己做了自己的代理商,再加上天成各大专卖店均是自持物业,避免了高昂的租赁费用,大大降低了产品成本。

“天成珠宝,品质好,价格低,售后服务有保证,咱老百姓信得过。”20多年来,天成之所以能够有这样的口碑,成为郑州珠宝“老字号”,除了因其质量、服务过硬,更因其始终坚持“少5元钱”的经营理念真正让老百姓得到了最大的实惠。

“对消费者来说,同样的产

品,价格自然是越便宜越好。但这个价格,怎样才能便宜下来呢?以钻石为例,一颗钻石从矿产切割再由经销商到厂家,然后经各级批发商、珠宝商,最后到达商场或专卖店,中间要如此繁杂的流通环节。一般情况下,流通环节越长越复杂,商品的价格就越高。”苏惠君介绍,

“天成珠宝所售的产品主要是从生产厂家直接拿货的,删去了许多中间环节,自己做了自己的代理商,再加上天成各大专卖店均是自持物业,避免了高昂的租赁费用,自然大大降低了产品成本。因此,才能顺理成章地做到‘东西不掺假,同样的产品,我最便宜’。”

每个月都有“批发日”

自去年年底开始,天成珠宝进行运营大调整,提出“钻石量贩”、“每月一个批发日”等创新营销概念,就是希望开创全新的经营模式来主动让利。

提到“少5元钱”的经营理念,苏惠君说这是她从业20多年来最大的“成就”。

“说实话,天成最初提出每克黄金比其他商家‘少5元钱’的概念时,是迫于市场竞争的形势,希望以‘最优惠的价格’赢得消费者、立足于市场。时至今日,天成已经不再是当年那个被动降价销售的年轻珠宝品牌了,而成长为一家品类齐全、有口皆碑的河南老字号。当然,我们会把‘少5元钱’的经营理念一直延续下

去,但早已不是被动迎合市场,而是主动让利消费者,让更多老百姓买到物美价廉的黄金珠宝首饰。”苏惠君表示,“自去年年底开始,天成珠宝进行运营大调整,提出‘钻石量贩’、‘每月一个批发日’等创新营销概念,就是希望开创全新的经营模式来主动让利。”

据了解,2014年,天成珠宝不仅会每个月都推出一两次“批发日”活动,让消费者能够在传统珠宝专卖店以珠宝

批发价买到精美产品,黄金、铂金、钻石、翡翠等一应俱全,而且将大量推出最实惠的钻石饰品。“之所以主推钻石,就是想借助‘钻石象征着永恒的爱’之寓意,把天成珠宝对广大消费者的诚意传达出去。希望每位顾客在天成购物时都舒心、安心、放心。比如在天成买钻石,可以以旧换新,这类贴心服务一直不会停止。”苏惠君说,“不管过去多长时间,10年后,20年后,30年后……天成还在,服务还在。”