

升级品牌 金鑫珠宝砥砺前行

金鑫成立20年, 坚守传承、勇于创新

从1997年成立至今,金鑫珠宝已有20年历史,立足郑州二七商圈15年,见证了二七商业的发展变革。年永民表示:“作为河南老百姓熟知的珠宝品牌,金鑫珠宝20年传承的是对顾客真诚、真实的服务没有变;对品牌营销、运营的重视没有变。改变的是品

牌不断的升级和改造,尤其是2017年的品牌升级,对顾客服务又做了更加实用的‘赢顾客三部曲’制度保障。”

金鑫珠宝由原来卖场品牌转向为商品品牌,服务客群是以结婚为主,产品以婚嫁首饰为核心,围绕“爱的礼物”做品牌定位和塑造,具体的产品线有:

宝宝锁包、压岁钞、手环、成人礼、六大婚戒、四大对戒、慈母环、慈母戒、慈母链、父亲戒、自信链、平安扣、八大守护神等。在品牌塑造上,金鑫珠宝更加符合当下消费者的审美趋势,通过以裸粉色为主的时尚化、现代感,重在场景体验上的感观变化。

聚焦店铺、产品和服务, 改变品牌策略

年轻消费群体已经成长为消费的生力军,他们拥有很强的购买能力和主观意愿。年永民介绍说,2017年的品牌升级,核心目标就是让90后、00后消费者能够主动进店产生购买行为,为品牌店铺场景体验来做设计思路。

在店铺方面,品牌形象定位和场景体验设计上的颠覆改变,聚焦在目标顾客体验感知而设计的形象定位和

场景。在产品方面,DNA产品设计和美感感观上的颠覆改变,聚焦在目标顾客需求认知而设计的产品款式和制造产品。在服务方面,经营顾客交互和关系建设上的颠覆改变,聚焦在目标顾客黏度深耕而建设的会员社群和互通交互。

从洛阳始发到省会郑州的集结,再到中原大地的谋篇布局、连锁经

营、特色化发展,金鑫人用了20年的时间诠释了一个珠宝品牌的创新发展。20年仅是发展的开始,在金鑫珠宝未来的发展征程上,将致力于打造“中国珠宝商城连锁第一品牌”,以突出经营特色,做实顾客体验,打造品牌优势,做专品牌运营为发展宗旨,用智慧与激情再续金鑫珠宝辉煌篇章。

金鑫珠宝 郑州大事记

2002年 金鑫珠宝进驻二七商圈 金博大金鑫珠宝城开业。

2003年 郑州二七广场友谊3000平米金鑫珠宝城开业,预示着金鑫珠宝在占领河南市场的战略部署中迈出了重要一步。

2006年 郑州二七广场友谊金鑫珠宝城经过重新装修和品牌招商,以全新的国际品牌形象璀璨亮相,老凤祥等珠宝品牌相继进驻。

2011年 金鑫珠宝在郑州第一商圈再度扩张!与大商“联姻”战略合作,进驻大商集团郑州正弘店,开创了商业合作新模式。

2012年4月21日,在郑州市中心最繁华商圈二七广场,金鑫珠宝正弘店正式开业,成为郑州的时尚新坐标。

2012年5月13日,金鑫珠宝二七广场正弘店推出感恩母亲节活动,感恩母爱免费送黄金,数百人排队为母亲领黄金,整个二七商圈被笼罩在浓浓的感恩母爱氛围里。

2012年5月30日,由河南省慈善总会、河南省助残济困总会、河南省金鑫爱心教育基金会、金鑫珠宝集团四家联合发起的“金种子爱心工程”大型公益活动启动仪式在河南省人民会堂启动。

2014年 五一期间,金鑫珠宝在二七广场正弘店举办了“鸡蛋换黄金”活动。该活动吸引市民通宵排队等候,现场人气火爆。数百家媒体、网站、视频进行了报道,引起全国轰动。

2014年 金鑫珠宝获得国家部级荣誉,金鑫珠宝正弘店被国家人力资源和社会保障部、中国黄金协会授予“全国黄金行业先进集体”荣誉称号,河南省仅有金鑫珠宝一家珠宝零售企业获得此最高殊荣。

2016年11月11日,金鑫珠宝联合家居建材、婚纱、家电、房产、汽车,6大行业11家企业,共同发起了“抱团打群价”活动。

2017年9月,金鑫珠宝启用新的品牌价值主张“爱彻底”广告语。品牌形象进行了全方位升级,裸粉色的店面设计,在品牌塑造上更加符合当下消费者的审美趋势。

2018年5月19日,在郑州二七广场举行了“爱的挑战”——全民共倡5月20日为“中国爱人日”倡议活动。通过爱的拥抱呼吁大家关爱爱人、家庭,才能成就中国的大家庭。



抱团企业共同宣读“中国爱人日”家庭公约



2014年金鑫珠宝“鸡蛋换黄金”火爆场面



河南省黄金协会副会长王建民向金鑫珠宝董事长年永民颁发“全国黄金行业先进集体”牌匾



2012年“金种子爱心工程”大型公益活动启动仪式



2012年母亲节,在金鑫珠宝正弘店市民排队免费领取黄金创奇迹

