



IAJMPP

international
association of
jewellery
merchandise
planning
professionals

奢侈品的国际营销策略、技巧与发展趋势

---以珠宝设计及营销为例

邵为忠博士

Dr Norman SIU

PhD (Jewellery Design), MA(Design), FGA (Gem-A)

【国际珠宝商品企划专业行政人员协会】创办人、
【香港宝石学协会】司库、【创新与设计管理协会】执行委员会委员，及【中国地质大学(武汉)珠宝学院】研究生联合培养导师

10.6.2015

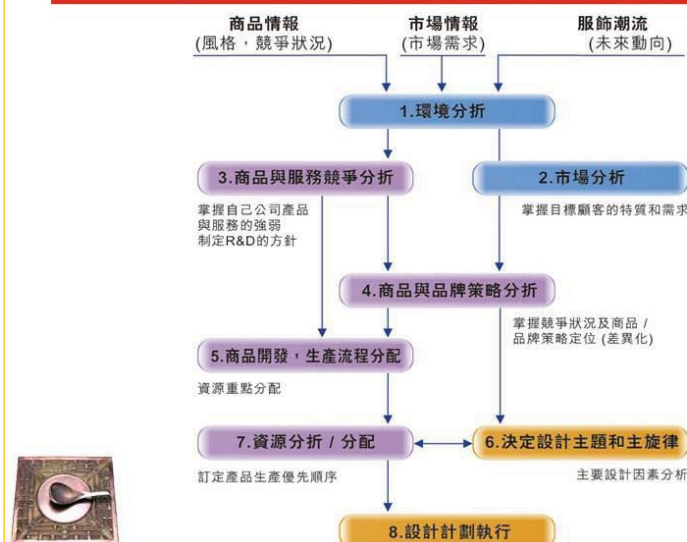


IAJMPP

international
association of
jewellery
merchandise
planning
professionals

国际珠宝商品企划专业行政人员协会
International Association of Jewellery
Merchandise Planning Professionals (IAJMPP)

商品企划 (Merchandise Planning Management)- 珠宝设计策略指南针



珠宝(奢侈品)
商品企划

将市场需要
转变成商品



IAJMPP

international
association of
jewellery
merchandise
planning
professionals

国际珠宝商品企划专业行政人员协会 International Association of Jewellery Merchandise Planning Professionals (IAJMPP)

Two founders of IAJMPP.

Dr Norman Siu



Independent Jewellery
Consultant & Strategist

PhD (Jewellery), MA (Design), FGA (Gem-A)
•Consultant, Macau Goldsmith's Guild
•Treasurer, the Gemmological Association
of Hong Kong
•Committee member, Center for Jewelry
Heritage and Innovation, China (CJHI)

Evert deGraeve



Independent Jewellery Expert

Owner of EDG Collection Design Studio, USA
For more than 20 years on senior management
positions of Vice President (Product Development
& Global Design) of international brands, such as
Harry Winston, Mikimoto America, David Yurman
Designs....



IAJMPP

international
association of
jewellery
merchandise
planning
professionals

• 《澳门珠宝金饰业调研报告》.澳门
金业同业公会(2014).研究项目统筹及
报告撰写人

• 《研究珠宝设计创新的最佳实践范
例》.HKJMA (2010) (Project manager,
editor & author)

- 2007 Report on Jewellery Industry
Manpower in HK-PRD. HKJMA (Consultant)
- 2004 Report on Jewellery Industry
Manpower in HK-PRD. HKJMA (Editor &
author)

• 《设计策略创商机 = Design in Business》.香
港设计师协会,香港生产力促进局 (2004) (邵为
忠et. al.)





IAJMPP

international
association of
jewellery
merchandise
planning
professionals

奢侈品的国际营销策略、技巧与发展趋势---以珠宝设计及营销为例

讲座内容和引述的文章

- (A) 邵为忠博士在中国地质大学(武汉)珠宝学院
2010珠宝学术年会暨珠宝产业发展高峰论坛
发表的文章：“珠宝的价值多脸相、市场定位
和品牌策略的关键思考点”(香港宝石学协会
2010年刊)
- (B) 邵为忠博士开发和执教的珠宝设计、管理与
品牌策略的专业课程科目：
 - (1) 新模式的珠宝业务和市场 (New Jewellery Business
and Markets)
 - (2) 珠宝品牌策略 (Jewellery Branding Strategy)
 - (3) 珠宝设计趋势分析 (Jewellery Design Trend Analysis)



IAJMPP

international
association of
jewellery
merchandise
planning
professionals

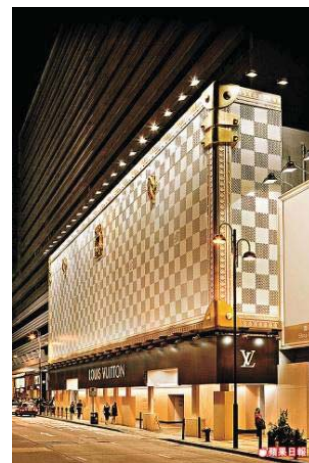
奢侈品的国际营销策略、技巧与发展趋势---以珠宝设计及营销为例

国际奢侈品的零售商和品牌店在北京、
上海、香港迅速扩张，建立旗舰店。



© 2011 Louis Vuitton. All rights reserved. Louis Vuitton is a registered trademark of Louis Vuitton.

LOUIS VUITTON





IAJMPP

international
association of
jewellery
merchandise
planning
professionals

奢侈品的国际营销策略、技巧与发展趋势---以珠宝设计及营销为例

国际奢侈品牌在中国市场的业务高速增长，开展大规模的媒体广告和公关活动。



IAJMPP

international
association of
jewellery
merchandise
planning
professionals

奢侈品的国际营销策略、技巧与发展趋势---以珠宝设计及营销为例

国际珠宝品牌的博物馆化(museumization)策略

— 品牌塑造自我神圣化的形象:《卡地亚珍宝艺术展》走进了中国北京故宫博物院





IAJMPP

international
association of
jewellery
merchandise
planning
professionals

奢侈品的国际营销策略、技巧与发展趋势---以珠宝设计及营销为例

国际珠宝品牌与国际拍卖行并行

— 制定价格策略(Price-setting Strategy)



佳士得秋季「瑰麗珠寶及翡翠首飾」拍賣會 呈獻尊貴私人珍藏系列之非凡珠寶首飾 及 稀有鑽石、寶石和翡翠

香港 – 全球最具權威的瑰麗珠寶拍賣行佳士得，將於12月1日在香港會議展覽中心舉行「瑰麗珠寶及翡翠首飾」秋季拍賣會，超過250件珠寶總值超過2.6億港元/3,300萬美元。是次秋拍將會展示一系列稀世的鑽石及彩鑽、珍貴寶石和頂級品質的翡翠，當然還有一眾名家設計的作品如 Bulgari、Cartier、Graff、Van Cleef & Arpels 以及 Wallace Chan (陳世英)，以供收藏家選擇。

私人珍藏系列中的瑰麗珠寶

在12月1日的拍賣會中，重點將會是一個擁有四件瑰麗珠寶的尊貴私人珍藏系列，當中以「瑰彩粉紅」(The Vivid Pink) (估價：3,900萬-5,500萬港元/500萬-700萬美元)——拍賣史上體積最大、品質最頂級的粉紅鑽石最為矚目。這枚稀世難求、重達5.00克拉的粉紅美鑽，鑲嵌於由國際著名珠寶品牌Graff精心打造的戒指之上。由於絕大部份的天然粉紅鑽石都可能呈現其他次色調，譬如紫色、橙色或灰色，而此枚「瑰彩粉紅」(The Vivid Pink)卻絕不帶絲毫次色調的痕跡，加上濃郁的色澤及飽和度，無疑是極為罕有、價值



IAJMPP

international
association of
jewellery
merchandise
planning
professionals

奢侈品的国际营销策略、技巧与发展趋势---以珠宝设计及营销为例

要深入理解奢侈品的国际营销策略的来龙去脉，我们要先明白：

- 在感性消费年代，消费者购买的不再是单纯的一件物件，消费者期望所购买的『奢侈品』(珠宝物件)亦附有(情感)意义和(符号)价值的。
- 在不同的购买点，消费者使用全然不同的态度来判断『奢侈品』(珠宝物件)的附有意义和价值。



IAJMPP

international
association of
jewellery
merchandise
planning
professionals

奢侈品的国际营销策略、技巧与发展趋势---以珠宝设计及营销为例

带来的重点思考问题:

- 怎样去了解和分析『奢侈品』(珠宝物件)附有的(情感)意义和(符号)价值?(怎么看和阅读)(How to read)
- 『奢侈品』怎样去创造产品价值和意义?(什么、做给谁)(What & to Whom)
- 『奢侈品』有什么不同的市场定位与营销策略?(做给谁、怎么做)(Where, for Whom & How to do)



IAJMPP

international
association of
jewellery
merchandise
planning
professionals

奢侈品的国际营销策略、技巧与发展趋势---以珠宝设计及营销为例

以符号学理论(Semiotic Theory)观点来看， 『奢侈品』的附有意义和价值

- 『奢侈品』(珠宝)的总体附有意义和价值由下面的四个因素所拼合组成。
 - (1)实体(珠宝)材料的贵重价值、
 - (2)实体的设计式样形态、
 - (3)生产工艺的质量、和
 - (4)无形的符号价值(国际奢侈品品牌商从广告下很大的功夫，创造差异化符号价值来的)。



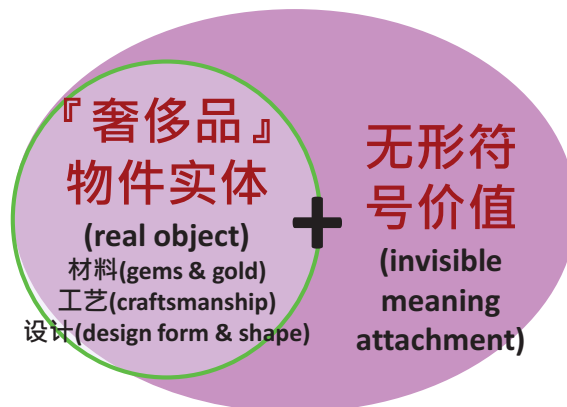
IAJMPP

international
association of
jewellery
merchandise
planning
professionals

奢侈品的国际营销策略、技巧与发展趋势---以珠宝设计及营销为例

以符号学理论(Semiotic Theory)观点来看 『奢侈品』是一个附有信息的产品

- 怎样去了解和分析『奢侈品』(珠宝)附有的(情感)意义和(符号)价值?(怎么看和阅读)(How to read that message?)

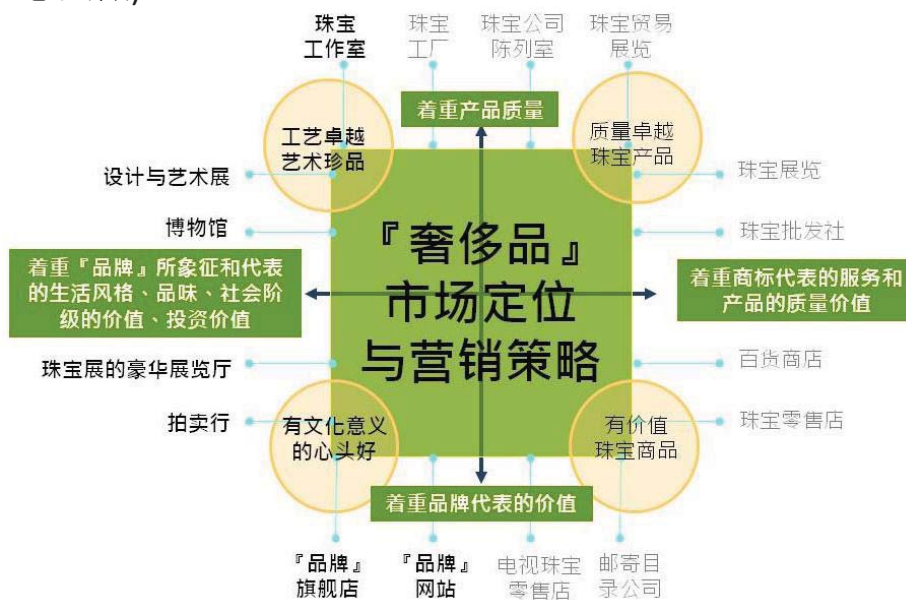


IAJMPP

international
association of
jewellery
merchandise
planning
professionals

奢侈品的国际营销策略、技巧与发展趋势---以珠宝设计及营销为例

- 『奢侈品』怎样去创造产品价值和意义?(什么、做给谁)
- 『奢侈品』有什么不同的市场定位与营销策略?(做给谁、怎么做)





IAJMPP

international
association of
jewellery
merchandize
planning
professionals

奢侈品的国际营销策略、技巧与发展趋势---以珠宝设计及营销为例

从市场营销与奢侈品管理，你应该了解和学更多什么样的知识和技能？

- (1)实体(珠宝)材料的贵重价值、
- (2)实体的(珠宝)设计式样形态、
- (3)生产工艺的质量、
- (4)无形的符号价值(国际奢侈品品牌商从广告下很大的功夫，创造差异化符号价值来的)。



IAJMPP

international
association of
jewellery
merchandize
planning
professionals

奢侈品的国际营销策略、技巧与发展趋势---以珠宝设计及营销为例

从市场营销与奢侈品管理，你应该了解和学更多什么样的知识和技能？

- (1)实体(珠宝)材料的贵重价值、
- (2)实体的(珠宝)设计式样形态、
- (3)生产工艺的质量、和
- (4)无形的符号价值(国际奢侈品品牌商从广告下很大的功夫，创造差异化符号价值来的)。



IAJMPP

international
association of
jewellery
merchandise
planning
professionals

奢侈品的国际营销策略、技巧与发展趋势---以珠宝设计及营销为例

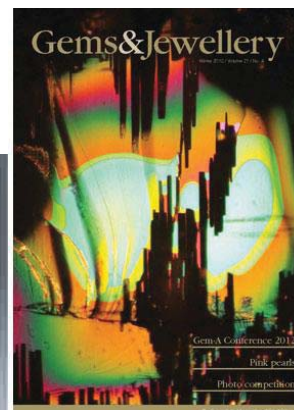
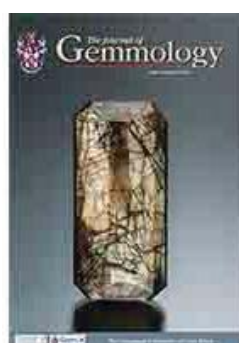
从市场营销与奢侈品管理，你应该了解和学更多什么样的知识和技能？

– (1)实体(珠宝)材料的贵重价值

- 宝石学基础知识
- 宝石鉴定技能和知识
- 鉴定证书、相关系统和标准

『天然鑽石』 vs 『合成鑽石』

- 在市場上，已經找到『合成鑽石鑑定證書』
<http://www.eglasia.com.hk/cn/synthetic-diamonds.html>



奢侈品的国际营销策略、技巧与发展趋势---以珠宝设计及营销为例

从市场营销与奢侈品管理，你应该了解和学更多什么样的知识和技能？

– (3)生产工艺的质量

- 宝石切割和打磨技术
- 珠宝金匠技术
- 质量管理知识和品管系统

为提升珠宝首饰产品之生产效益及严格监控产品质量，六福集团于2004年在中国广东省广州市番禺区自设大型珠宝首饰加工厂房，为全球六福珠宝 (Lukfook Jewellery) 零售店提供优质产品，以及稳定货源。这厂房更通过ISO 9001质量管理体系及ISO 14001环境管理系统认证，证明厂房产品质量水平达到国际标准，环境保护设施得到专业的肯定。为配合集团长远拓展，集团更在这里兴建“六福珠宝园”珠宝加工厂房(第二期)，新厂房于2012年10月开始投产。

为确保六福珠宝 (Lukfook Jewellery) 出售的产品皆有严格质量监控，集团于1996年在香港成立全资附属公司：中华珠宝鉴定中心，由专业鉴定师提供钻石鉴定、评级、翡翠及有色宝石鉴定及珠宝质量评估，每年平均鉴定逾100,000件珠宝及翡翠。此中心通过香港认可处颁发ISO 17025翡翠鉴定及钻石测试评级认证，是唯一同时获得此两项认证的香港珠宝零售商附属珠宝鉴定中心；该中心同时符合ISO 9001质量管理体系的准则，足证集团的质量保证系统已达致专业水平。





IAJMPP

international
association of
jewellery
merchandise
planning
professionals

奢侈品的国际营销策略、技巧与发展趋势---以珠宝设计及营销为例

从市场营销与奢侈品管理，你应该了解和学更多什么样的知识和技能？

- (2)对象实体的(珠宝)设计式样形态
 - 设计的基础知识和手绘技巧
 - 设计宝石和珠宝的知识和技术
 - 珠宝CAD、3D知识和技术
- (4)无形的符号价值(国际奢侈品品牌商从广告下很大的功夫，创造差异化符号价值来的)
 - 管理学、消费者心理学、市场营销学
 - 符号学和广告分析、设计策略、品牌策略、文化研究



IAJMPP

international
association of
jewellery
merchandise
planning
professionals

奢侈品的国际营销策略、技巧与发展趋势---以珠宝设计及营销为例

特别鸣谢廖尚宜博士所提供的宝贵意见，以及与我分享他的知识。

