# 黃金銷售低迷，四大珠寶商業績受挫，何去何從？

2017-6-26

JMA 編輯　(資料來源：寰球珠寶網)

香港四大珠寶品牌謝瑞麟、周大福、周生生和六福在 2013 年的黃金搶購潮過後，業績持續向下，例如謝瑞麟三年的營收分別下降 4.6%、8.6%和 3.6%，淨利潤由 2013 年的 HKD7000 萬，下降至 2016 年的 HKD2318 萬。

自 2014 年起，周大福開始將重心業務轉移至二三線城市，周生生和六福也採取相約的經營策略，但礙於客戶消費模式的轉變，逐步投向更貴的品牌，婚慶市場方面亦由傳統的黃金主導，開始漸漸被鑽石蠶食，這些部署始終未能扭轉頹勢。

另一值得注意的現象是，歐美珠寶品牌如 Chaumet, Van Cleef & Arpels, Tiffany & Co, Cartier，甚或是 fashion jewelry Pandora 和 Swaroski 都在積極搶攻傳統珠寶商各個層次的消費者。這些外國品牌已建立了牢固的品牌形象。傳統珠寶商方面，雖然有經常購入昂貴鑽石並收購鑽石品牌的周大福，但在消費者的腦海中，傳統珠寶商依舊只是賣黃金的。此外，歐美品牌所提供的體驗式服務，不僅高了消費者的要求，也延長了商品和品牌的生命周期。傳統珠寶商在設計感與維繫客戶關係方面的確較外國珠寶品牌遜色，看來它們需要進行能夠延長品牌生命力的重大改革才能繼續立足於珠寶市場。