香港资源控股旗下金至尊珠宝：十年成就过百亿品牌

多元化拓展模式 精品化产品营销

近日，香港资源控股有限公司旗下品牌金至尊珠宝于北京王府半岛酒店举办了2012品牌媒体见面暨精品鉴赏会。全国政协委员、香港资源控股及金至尊珠宝集团董事长黄英豪博士亲临现场，就品牌形象、渠道拓展、营销策略、产品开发及品牌推广等各方面的品牌优势以及未来数年的品牌规划和发展与业界人士进行了深入的交流。金至尊珠宝自进入内地市场以来，经历10年的迅速发展，品牌形象已受到消费者的广泛认可，并陆续获得“中国驰名商标”、“香港卓越名牌”称号，在刚刚公布的“中国500最具价值品牌排行榜单”中，金至尊珠宝连续三度榜上有名，并依然牢牢占据珠宝类品牌第二的位置，品牌价值大幅提升至人民币近百亿，这不仅代表社会各界以至消费者对金至尊珠宝的肯定，更为集团未来发展奠定了稳固的基础。

品牌战略整合 造就十年辉煌

近几年来，中国珠宝首饰行业年销售总额连续多年高速增长，行业已快速进入品牌竞争时代，中国已成为全球的珠宝贸易中心之一。自2009年金至尊珠宝推出全国战略规划以来，品牌快速整合现有资源由全力开设直营店转向着力推动全面开放的市场拓展策略，以直营、特许经营、合营、区域品牌转换、商场合作等多种业务模式加快开店的步伐，并在零售渠道和建设方面广与行业内翘楚、相关行业领域内的优秀集团建立战略联盟关系，以品牌提升品牌，以渠道成就品牌，以品牌丰富渠道的模式在全国各省市开设品牌专营店。

今天的金至尊珠宝品牌业绩近三年每年以40%的幅度稳步增长，在中国内地及港澳区的专营店已接近430家，在今年上半年于深圳、杭州及西安举办的品牌推广暨精品推介会上，超过一半的意向合作伙伴与金至尊珠宝签约成特许经营商，这亦是金至尊珠宝成功特许经营战略的显著体现。金至尊珠宝预计2012年底在中国内地、港、澳三地的店铺总数将达到500间，销售业绩有望再创佳绩。

区域优化 总部联动

在对区域营运中心重组之后，总部为了快速、高效、全面地为前线专营店服务，更是升级了企业资源计划系统，在统一管理理念的基础上将品牌商品流、物流、资金流、信息流等各个经济环节信息资源有效利用和高度共享，同时确保数据安全准确，提高工作效率，既而提升企业的核心竞争力。2012年金至尊珠宝更投放不少资源在ERP系统提升、商品精品化特色化发展、服务个人化推广等范畴，力求全方位提升企业资源及品牌价值。

名人明星助力 谱写华丽精品

从品牌产品拓展上来说，金至尊珠宝更看重产品的原创性，一方面品牌自身培养了一批年轻的设计师，以更多创意灵感投入产品研发中，特别是展现女性在人生各个阶段的幸福感为产品设计理念之“幸福女人”钻饰系列以及融合时尚、体现男性特质的“男仕系列”也是金至尊珠宝强力开发的一部分。

另一方面，品牌已逐步将名人明星化纳入品牌产品推广的重要策略之一，将产品与名人明星紧密结合，致力于将品牌打造成为汇聚最多名人明星的香港珠宝品牌，在这一推广方向指导下，金至尊珠宝与众多一线艺人以各种方式达成合作，让不一样的创新灵感涌入珠宝设计中：为陈慧琳定制的足金精品系列“小龙包”、与孙楠合作的“楠得有情”钻饰系列以及首度为“至尊之星”曾志伟先生量身定制专属饰品“心经吊牌”都融入了明星创意元素。

与此同时，品牌为了进一步延续产品精品化、特色化路线，即将推出的金至尊Crisscut®钻石婚嫁系列，是专为追求完美的新人们而设计的高级婚嫁钻饰。金至尊Crisscut®钻饰定会是信心与信誉之选。

（小 米）

稳增长创新高

长城汽车风骏皮卡上半年销售近7万辆

权威数据显示：2012年上半年，我国皮卡累计销售22.2万辆，同比增长18.02%。作为皮卡市场的领导品牌，长城汽车风骏皮卡上半年累计销售6.9973万辆，同比增长16.8%，继续保持超过30%的高市场占有率，再创皮卡半年销量新高。

上半年全国汽车市场在低位震荡，这对各大车企冲击较大。产销疲软使相当一部分皮卡品牌纷纷降价以寻求销量突破，长城风骏却逆市而动，力保在售车型价格稳定。风骏负责人表示，上半年风骏5全系标配ABS+EBD，发力皮卡安全性能，为车主带来更多一份的安全保障；不仅如此，在巩固现有海外市场稳定发展的同时，伊朗市场又成为企业全力开拓的新兴市场。技术升级和海外市场开拓成为上半年风骏皮卡稳增长、创新高的关键。

安全升级提升产品附加值

今年5月，长城风骏与德国博世、美国博格华纳等知名汽车零部件企业共同成立了中国皮卡安全联盟。作为国内首个皮卡安全技术共同体，联盟致力于推动皮卡安全技术升级，引领中国皮卡安全发展趋势。与此同时，全系标配德国博世8.0版本ABS+EBD的风骏5成为联盟首推的安全车型，引领皮卡进入安全新时代，并为行业树立了新的安全标准。

此前，在轿车上早已成为标配的ABS，只配备在10万元以上的皮卡车型上。风骏5全系标配ABS+EBD、倒车雷达和仿真皮座椅，价格只比原先高出1000元，安全升级促进产品品质的飞跃，也赋予了产品更高的附加值，让用户以实惠的价格获得了实实在在的安全保障。高品质的配置，亲民的价格，新车型上市之后就赢得了新购车用户和置换老用户的认可，风骏皮卡的品牌影响力再度深入人心。

伊朗市场开拓加速国际化进程

在海外市场，风骏皮卡继续保持出口量行业第一。在以伊拉克、利比亚、古巴等为代表的发展中国家汽车市场，以及包括意大利、澳大利亚等在内的发达国家高端汽车市场均取得了稳步增长。为了进一步扩大海外市场份额，风骏皮卡在上半年成功开拓了伊朗市场。

5月30日，风骏皮卡在伊朗组装厂完成下线，并在伊朗伊斯法罕省成功举行了下线活动。伊朗当地有关市领导出席此次活动时表示，在伊朗，风骏皮卡是第一款通过欧IV排放的皮卡车型，将会吸引很多用户的目光。风骏皮卡的上市填补了伊朗皮卡领域空白，希望长城汽车与伊朗客户的合作能够取得更大的成效。

对于风骏皮卡在伊朗市场的发展前景，业内分析人士指出，与伊朗公司的合作量化生产，让长城汽车本土化更符合当地车主的需求，伊朗市场的全面打开为海外市场强劲增长奠定了坚实的基础，进而加速了长城汽车的国际化进程。

业界对于下半年车市持谨慎乐观的态度，预计下半年汽车市场的发展趋势依然非常严峻。面对即将到来的激烈竞争，风骏皮卡负责人表示：企业将对ABS车型在各区域进行深入推广和用户体验，并在市场投放欧洲版风骏皮卡等高品质车型的一系列举措沉稳应对。他相信品质是赢得市场的制胜法宝，对于蝉联皮卡销量冠军更是充满信心。

（露 茜）

C4L剑指速腾 欧系高端中级车再添悍将

同为欧系高端中级车的代表，即将上市的雪铁龙C4L与大众速腾都继承了欧洲汽车优秀的工业设计传统和引领潮流的前沿科技。尤其是在作为“汽车心脏”的动力系统方面，C4L与速腾都选择了采用缸内直喷技术的涡轮增压发动机作为主动力配置。

C4L 1.6T车型装备的是一款名副其实的“欧洲心脏”。这款1.6 THP“全时增压”T发动机（下称，1.6THP发动机）由法国PSA标致雪铁龙集团和德国宝马集团联合开发，融法系发动机高效节能与德系发动机低转高扭优势于一身，其在转速升至1400转/分时即可输出240N.m的峰值扭矩，且这一扭矩可以一直保持到4000转/分，全面覆盖了从起步加速到高速巡航的宽泛转速区间，并能在高速时实现120KW的强大功率输出。

与以速腾所代表的，强调严谨理性的德国工业文明相比，雪铁龙C4L完美继承了法国汽车更加浪漫感性，且强调人性关怀的基因。C4L总体设计优雅时尚，明显有异于速腾过于硬朗保守的德式风格，2710mm的超长轴距不仅大幅超越速腾的2651mm，且充分保证了后排乘坐空间的宽敞舒适。

毫无疑问，即将上市的C4L将完全打破速腾独擎高端中级车“欧洲大旗”的局面。相信凭借领先的“欧派”科技与人性设计，C4L完全有机会“后来居上”，率领欧系阵营在激烈的竞争中占据市场制高点。

（子 奇）

中欧双荣誉加冕

不凡实力铸就逍客“双冠王”传奇

冠军是实力，也是信赖的象征，“双冠王”背后更是代表着无上荣耀的传奇地位。在足球场，就有很多这样的传奇球队。2012年，西班牙斗牛士军团强势崛起，技压群雄，成就了世界杯、欧洲杯“双冠王”的王者地位，开启了新的传奇之旅。

在汽车领域，同样有一款经典车型，依靠卓越的实力，2011至2012年6月勇夺中国2.0L SUV细分市场冠军，连续5年稳居欧洲市场SUV销量冠军，开创了SUV“双冠王”传奇。这款传奇车型就是东风日产旗下的逍客。在刚刚过去的6月份，逍客销量更是达到1.3372万辆，继续保持月均销量过万的发展势头及中国2.0L SUV细分市场冠军头衔。

实力成就传奇。如同西班牙军团荣膺双冠王的至上荣耀绝非一时运气的眷顾，逍客多年来一路领先的销量传奇，也源于其领先的技术优势和超高的性价比。逍客的成功折射出中国消费者购车观念的日趋理性，也表明若要在城市SUV市场立于不败之地，必须始终把握市场脉搏和消费需求。

市场理性回归 逍客树价值标杆

目前，我国车市整体已进入微增长时代，而SUV市场却一边风景独好。随着越来越多的新车涌入，以及中国车市整体的理性回归，消费者在对占据城市SUV 65%份额的2.0L级别车型选购上，逐渐趋于务实。最终坚守在这个市场上的主流车型，都经过了大浪淘沙与“真刀真枪”的比拼，具备在市场中生存的竞争优势。逍客的持续热销，正是对这一现状的真实写照。

逍客是日产欧洲设计中心成立以来的第一款作品，突出展现了新一代汽车所追求的舒适性、运动性、实用性、豪华性和多功能性。在上市初期，凭借创新的设计与强大的研发实力，逍客为消费者带来了全新的“跨界”生活，勇开行业先河，为当时沉闷的SUV市场注入了一股清风。逍客以完美的车身比例、精致豪华的内装、卓越的操控性和优雅的外观，为城市SUV市场树立了20万元级别的价值标杆。

作为城市SUV市场领军车型，逍客凝聚了日产诸多尖端智能技术，堪称高智能的城市SUV。智能化是当今汽车发展的普遍趋势，而逍客搭载的AVM全景式监控影像系统、CARWINGS智能行车服务、CVT智能无级变速器等先进智能装备，均是同级别车型中绝无仅有的。而全新跃升的2012款逍客作为城市SUV市场中智能、时尚派的代表，成为都市跨界时尚精英人群的首选。

考虑到油价长期稳步上涨及国内城市普遍的拥堵路况，低油耗是选择SUV时不可或缺的要求。2012款逍客在节能上亦进行了全方位进化，成为最节能城市SUV。2.0L CVT级别全系配备最新研发的“Eco Drive节能驾驶助手”，这套系统可以通过智能化动力总成控制，让驾驶者的油门控制更加专业。“Eco Drive节能驾驶助手”通过整体控制CVT的变速反应，在提升起步的顺畅性和行驶稳定性的同时，实现低油耗行驶，全面提升燃油经济性。

同时，全新调校的XTRONIC CVT无级变速器带来更加优异的油耗表现，更多级别配备定速巡航和车载蓝牙，新增音响USB接口，为消费者提供更加顺畅、随心的驾驶体验。此外，逍客还通过了E-NCAP及C-NCAP双五星安全评定，被称为城市SUV“最安全”车型，为消费者“智行全程”带来有力的安全保障。

迎合潮流的时尚设计理念，逍客开辟了“跨界”这一全新的城市SUV市场区间，成功引领跨界时尚文化潮流，而领先科技与超高性价比则使逍客在2011至2012年6月牢牢占据中国2.0L SUV市场销量冠军的宝座。

一路领先缔造“双冠王”传奇

回首逍客自上市以来的销量表现，用“奇迹”一词来形容再贴切不过。作为日产全球重点车型，逍客在2007至2011年连续五年蝉联欧洲市场SUV销量冠军，用实实在在的数字缔造了城市SUV欧洲市场的奇迹。值得一提的是，逍客在2007至2011年的总销量远超第二名与第三名之和，更是第二名车型途观销量的两倍。逍客在同级中也许不是性能最好的，不是空间最大的，但绝对是综合实力最强的车型。

2008年，逍客开始进入中国市场进行销售。上市以来，伴随着中国汽车市场的快速发展，逍客的销量也获得了较快的增长，创下了一连串的销量“奇迹”：连续三年获得快速增长，单月销量增长近5倍，预计今年7月累计销量突破30万台。2011年，逍客的同比增长达到79.31%，并远远高于同期SUV区隔22.04%的增长率。

进入2012年，以逍客、途观、CR-V为首的城市SUV第一军团优势日趋明显。在各车型强有力的冲击之下，曾经一度占据领军地位的CR-V早已不再独领风骚，集时尚、智能于一身的逍客成功将城市SUV市场带入了三足鼎立的新时代，并带动越来越多城市SUV车型加入智尚全能的风潮，成为市场新生力量。而在诸多同级车型中，逍客以最高的用户满意度，赢得行业和消费者的无数好评。

东风日产副总经理任勇表示，“SUV市场这几年的发展十分迅速，成为家用第一车的趋势愈加明显。在这个过程中，作为城市SUV主流车型，逍客得到了很多消费者的青睐，连续多年获得细分市场销量冠军。对东风日产来说，这既是很大的鼓舞，也是一个激励，督促我们要不满足于现状，追求更优越的成绩，通过提供最合适的产品满足消费者的精彩汽车生活。”

以集团优势征战SUV市场

如果不凡的产品实力和超高性价比是逍客保持销量传奇的成功密码，那么始终紧扣用户需求，则是东风日产在营销上的制胜法则。

在车市涨幅逐渐放缓的2012年，SUV市场成为了仅有的“热土”之一。随着市场竞争愈发激烈，消费者的购车观念也愈加理性成熟。对于消费者来说，他们需要的是更具人性化关怀的技术创新。也就是说，车型的技术升级，应当以更加便捷、实用作为导向，只有准确把握这一原则的车型，才能成为新时代消费者的宠儿。作为城市SUV市场增速最为迅猛的品牌之一，东风日产SUV车型的表现也证明了这一观点。

在过去几年，东风日产在SUV市场获得了快速的发展。从城市SUV中第一个使用XTRONIC CVT无级变速器，到第一个使用AVM全景式监控影像系统、第一个使用CARWINGS智能行车服务，再到Eco Drive节能驾驶助手……东风日产SUV的技术革新，都以“精彩生活创导者”为根本导向，也因此赢得了消费者的青睐，成为了城市SUV智能技术的创新者与引导者。

东风日产将逍客、奇骏、楼兰整合提出“城市SUV智享家”概念，更是使这一优势进一步得到体现。纵观目前的城市SUV市场，东风日产拥有能够满足顾客需求的最为强大的阵容：智享时尚生活的逍客、智享休闲生活的奇骏、智享新锐生活的楼兰。这三款风格截然不同的SUV车型，以同样充满人性化关怀的创新智能技术应用，全面满足了不同消费者的用车需求。

东风日产市场销售总部副总部长杨嵩表示，未来东风日产SUV品类车型，将继续围绕“城市SUV智享家”这一概念展开产品与服务升级，让消费者切身体会到东风日产所倡导的人性化技术创新。而逍客、奇骏、楼兰三款车型，也将进一步加强集群优势，为东风日产在城市SUV市场中攻城掠地。

2012年上半年，东风日产NISSAN和启辰双品牌的累计销量达到454,798辆。这意味着东风日产已经实现上半年的既定目标，同比增长率高达21.7%，远远超过行业7%的平均增速。而这其中，以逍客领衔的东风日产“城市SUV三杰”表现极为抢眼，成为销量增速最快的车型品类，有力推动了全年百万销量目标的顺利实现。随着城市SUV市场的进一步发展，在东风日产强大的体系竞争力支持下，可以预见，东风日产SUV车型必将斩获更好的销量成绩，持续引领城市SUV的发展，巩固市场领先地位。

（晓 林）