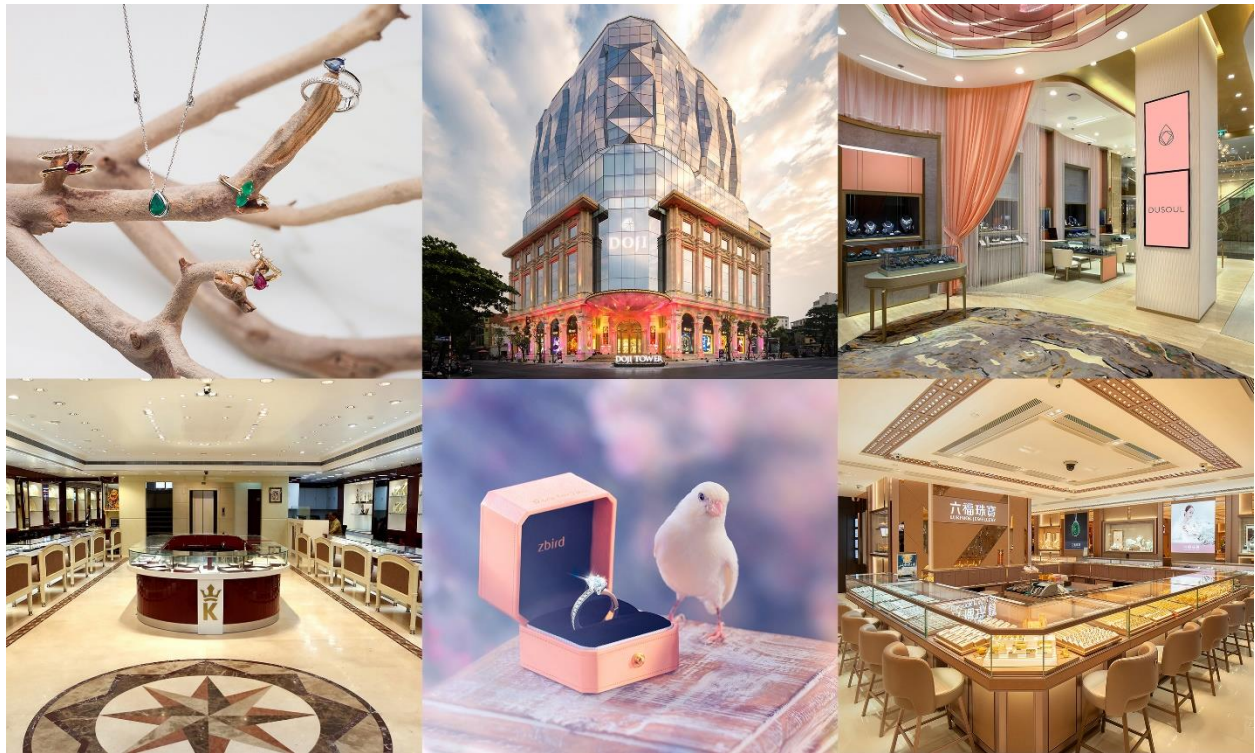


JNA 大獎入圍者於全渠道零售領域大放異彩

珠寶商在新冠疫情下融合線上和線下的最佳體驗

2020年12月8日·香港 — JNA 大獎入圍者通過全渠道零售策略，於新常態下獲得成功。這一眾珠寶企業，在瞬息萬變的零售環境下保持敏捷步伐，以具吸引力的商品和服務、顧客契合方案和科技應用，在大流行期間展現靈活性，可稱典範。

縱使這些企業提供的品牌體驗各有不同，他們均不斷尋求更完善的全渠道零售方案，足以證明實現卓越客戶體驗是一趟永無止境的旅程。



由左上角起順時針：

1. Color Jewels Inc
2. DOJI Gold & Gems Group JSC
3. Dhamani Jewels
4. 六福集團（國際）有限公司
5. 上海鉑利德鑽石有限公司（鑽石小鳥）
6. Kashi Jewellers

來自中國的上海鉑利德鑽石有限公司 (鑽石小鳥) 於 2002 年開始在網上零售鑽石，是線上線下珠寶銷售商業模式先驅。鑽石小鳥在全國各地設有體驗中心，他們利用科技帶領品牌發展，最新一項舉措是於 2020 年 4 月推出鑽石小鳥婚戒大師應用程式，讓客戶在線上設計專屬戒指。

傳統零售商同樣採用各種電子渠道與客戶溝通並提高銷售額。來自香港，於全球擁有 2,117 個銷售點的六福集團 (國際) 有限公司，積極擴展其在中國的網上版圖。六福今年與支付寶合作，成功接觸到 2.23 億人，並吸引了 1.5 億位線上客戶。於週年推廣期間，其小紅書亦錄得 1,100 萬次點擊。

分別來自越南和阿拉伯聯合酋長國的 DOJI Gold & Gems Group JSC (DOJI) 和 Dhamani Jewels (Dhamani) 在各自的零售市場中，均具領先地位。此兩家企業均同樣善用其網上銷售平台，以彌補實體店減少了的人流。DOJI 為直播銷售客戶提供免費送貨服務，使客戶可以在家中舒適地購物。Dhamani 則推出數碼產品目錄，並加強透過社交媒體接觸客戶。

深信人與人之間的聯繫，正正是店內購物體驗獨特之處的印度 Kashi Jewellers，在當衛生和安全成為購物首要條件時，亦於試戴珠寶方面加強使用虛擬應用程式，並引入網上實時繪圖服務，將實體接觸減至最低。Kashi 的安全措施短片在不同平台上累積了超過 14 萬次觀看次數，證明了此企業在電子世界上的滲透力。

總部位於美國，並在香港、齋浦爾、紐約和杜拜設有辦事處的 Color Jewels Inc 是一家寶石加工和珠寶製造商。此企業設計、批發和出口，通過高端獨立商店和電視購物網絡出售其珠寶。洞識到線上銷售高價珠寶的潛力，Color Jewels 推出 Cirari 這品牌，利用社交媒體和網上意見領袖的力量，吸引年輕的消費者。

自 2012 年起由 Informa Markets Jewellery 主辦的 JNA 大獎表揚抱持創新意念、最佳商業實務及追求卓越的企業及個人——不論業務規模大小、專業範疇及服務地域。2020 年度 JNA 大獎表彰了橫跨七個獎項類別的 32 位入圍者，請[按此](#)閱覽得獎者及入圍者名單。

2020 年度 JNA 大獎獲首席合作夥伴，周大福珠寶集團有限公司和上海鑽石交易所，以及 KGK 集團和粵海置地 (深圳) 有限公司兩家榮譽合作夥伴鼎力支持。

完

查詢詳情，請登入 <http://www.jnaawards.com/> 或聯絡：

JNA 大獎市場部

Informa Markets

+852 2516-2184

marketing@jnaawards.com

編輯垂注：

1. 關於首席合作夥伴

1.1 周大福珠寶集團有限公司 (www.ctfjewellerygroup.com)

周大福珠寶集團有限公司（「集團」；香港聯交所股份代號：1929）於 2011 年 12 月在香港聯合交易所主板上市，以成為全球最值得信賴的珠寶集團為願景。

集團標誌性品牌「周大福」創立於 1929 年，廣獲認同為信譽及正貨的象徵，並以產品設計、品質與價值聞名。集團及其標誌性品牌的成功，從過去 90 多年的悠久歷史，體現出對創新和工藝的持久堅持，以及恆久抱持的核心價值「真誠•永恆」。

周大福憑藉差異化策略在不同顧客群的市場穩步發展，並提供貼身的消費體驗。透過提供多元化的產品、服務和銷售渠道，滿足其不同人生階段的需要。集團的差異化品牌策略以周大福旗艦品牌為核心，並相繼推出旗下不同的零售體驗，包括周大福藝堂和周大福薈館，以及 HEARTS ON FIRE、ENZO、SOINLOVE 與 MONOLOGUE 等其他個性品牌，每個品牌都承載著不同顧客群的生活態度和個性。

集團借助以客為本的重點及其策略為基礎，實踐業務可持續增長的承諾，致力於業務、員工和文化方面推動長遠的創新發展。發展成熟的靈活業務模式是推動集團可持續增長的一大優勢，在整個價值鏈中支持集團追求卓越，以及延伸商機至不同社區和全球的行業合作夥伴。

集團擁有龐大的零售網絡，遍及大中華、日本、韓國、東南亞與美國，並經營發展迅速的電子商務業務，能有效地執行線上線下策略，在現今的全渠道零售環境下成功突圍而出。

1.2 上海鑽石交易所 (www.cnsde.com)

上海鑽石交易所是經中國國務院批准成立、中國大陸唯一的鑽石進出口交易平台，按照國際鑽石交易通行的規則運行，為國內外鑽石商提供一個公平、公正、安全並實行封閉式管理的交易場所。

鑽交所於 2000 年成立，是一個實行會員自律管理的非營利機構，也是世界鑽石交易所聯盟的成員之一。

2. 關於榮譽合作夥伴

2.1 KGK 集團 (www.kgkgroup.com)

KGK 集團於 1905 年由 Kesrimal Kothari 先生和 Ghisilal Kothari 先生創辦，在印度齋浦爾從事緬甸彩色寶石貿易。KGK 的業務遍佈全球 15 個國家，是寶石和珠寶領域最受歡迎的品牌之一。KGK 是少數的綜合企業，業務覆蓋開採、採購、製造以至分銷。

KGK 集團是一家私人發展的跨國企業，全球員工數目達 12,000 人，在亞洲、南北美洲、歐洲和非洲均設有辦事處。經過多年的努力，KGK 除了在寶石、鑽石和珠寶等專業領域獲廣泛認同之外，近年更涉足房地產業務。

2.2 粵海置地 (深圳) 有限公司 (www.gdland.com.hk)

粵海置地 (深圳) 有限公司是廣東省最大規模的境外綜合性企業集團——粵海控股集團有限公司的間接附屬公司，總部位於香港，1997 年粵海置地在香港上市 (股份代號：00124)，是粵海集團城市綜合體板塊上市公司。

粵海置地目前在中國珠三角區域持有多個優質專案，包括廣州麗江花園、廣州如英居、廣州拾桂府、廣州粵海廣場、廣州粵海金融中心、佛山閱海、深圳粵海城等。

粵海置地的旗艦專案——粵海城，是城市地標綜合體，它位於全國最成熟、規模最大的黃金珠寶產業聚焦地——深圳羅湖水貝-布心商圈，規劃有甲級寫字樓、約 12 萬^m

體驗式購物中心、啤酒廠藝術街區、37-69 m²約 4.5 米層高百變空間、96-137 m² 3-4 房品質公寓等多元業態，自然資源優越，多維交通覆蓋，咫尺繁華，盡享繽紛生活。

3. 關於主辦機構 — Informa Markets (www.informamarkets.com)

Informa Markets 為各行各業和專業市場提供交易、創新和發展的平臺。我們通過會展活動、具有針對性的數位化服務和可執行資料解決方案，為全球市場參與者提供互動、體驗和交易的機會。我們在 10 多個全球垂直領域促進買賣雙方建立緊密的合作關係，包括製藥、食品、醫療科技以及建築和房地產等。作為全球領先的市場締造者，我們助力企業的發展，提供更好的機遇，促進行業的蓬勃發展。欲瞭解更多資訊，請流覽 www.informamarkets.com。

4. 關於 Information Markets Jewellery

Informa Markets Jewellery 專注於服務全球高級珠寶、寶石、時尚首飾及配飾市場，透過提供展覽會及線上採購活動、數碼方案及網上商貿平台，將全球專業買家和優質供應商連接起來。我們每年大型的展覽盛會共有 13 場，版圖遍及 9 個重點城市；而在業界平台方面，我們擁有網絡效能貫穿全球的 JewelleryNet、專業的珠寶媒體，以及業內享負盛名的頒獎典禮「JNA 大獎」等。以上種種，豐富了我們在業界的資源和經驗，加強了我們對行業的影響力，在業務發展上更聚焦。