

由“闯”起步,靠“创”加速

八年磨砺 打造龙城黄金甄选

■周静

近年来,黄金首饰的多元化、个性化、时尚化趋势愈加显著,推升了年轻消费者对黄金首饰的热爱与青睐。市场热度也呈现攀升态势。

在行业深耕多年、有着深刻见解与前瞻性的江苏龙城黄金一直坚信,产品力就是竞争力,是企业获得消费者认可的敲门砖,这也是龙城黄金经营八年来以产品赢得市场的自信所在。目前,公司旗下各门店的精品黄金、古法金、足金镶嵌、古法点钻等新工艺、新产品层出不穷,持续打造“创新”品牌力。

快速崛起,打造龙城甄品

由“闯”起步,靠“创”加速。龙城黄金自成立以来,始终坚持“诚信为本,品质至上”的经营宗旨,致力于为本地消费者提供最优质的黄金珠宝产品,用八年时间,实现了由一间门店到门店规模全市领先、拥有定制服务+线上直播电商+特色服务的创新模式及运营多个珠宝一线品牌的历史性跨越,这样的发展背后,是逢山开路、遇水架桥的敢闯敢试,更是创新创业创造的活力奔涌。

在高金价背景下,消费趋势不断变化,驱动因素复杂交织,使高金价对黄金首饰经营的影响复杂多样,如何有效应对,显得尤为重要。“从我们自身来看,通过强大的供应链体系以及快速灵活的策略调整,对市场的变化进行快速反应,在产品组合、价格策略、营销活动以及客户服务等方面都进行了不同程度的优化与提升,以有效应对高金价对产品销售带来的影响。”龙城黄金负责人郑正旺说道。

推陈出“新”,拓展多元渠道

在“悦己”消费和审美驱动的当下,构筑品牌差异化是面对黄金消费领域个性化转变的趋势,作为在消费市场享有盛誉的黄金珠宝品牌,龙城黄金深知,从消费者的切实需求出发、做到品质精控与渠道保障并行,方能赢得消费者的信赖。

江苏龙城黄金在合作国内一线珠宝品牌的同时,用心打磨自创品牌“龙城黄金”,融合传统古法工艺与现代时尚元素,打造出一系列独具特色的经典作品,满足客户的个性化需求。目前“龙城黄金”主推的年轻化系列,以“日常轻奢珠宝”为卖点,有“幸运莲蓬”“桃花朵朵”等,让消费者对美好生活的寓意更接地气。

在珠宝零售创新上,龙城黄金区别于传统珠宝营销,而是通过“直播+实体”“线上+定制”吸引客流,

以诚守真,持续夯实品牌力

为了让每位顾客安心、顺畅购得心仪之选,龙城黄金不仅以精美创新的设计吸引顾客目光,更始终坚守门店品质与数量的双重高标准原则。坚持多元化渠道布局,一直奉行量质齐驱的门店渠道策略,不仅推动了门店的稳健扩张,更铸就了卓越的购物体验与口碑相传。

当下,龙城黄金与“周大福”



用“价值第一”策略将产品深深植入消费者心中,以新零售模式、便捷定制服务实现珠宝零售增量点。

同时,龙城黄金在每年精心打造的翡翠文化节上,臻选千件源头翡翠珍品,包含吊坠、手镯、耳环等品

类,选料考究、雕工精湛、题材新颖。凭借工厂直销的渠道优势、多重无门槛福利,加上常州市场不多见的翡翠底价折扣直接让利消费者,实现消费者和品牌方的双向奔赴,成为本地最具期待值的珠宝活动之一。

品陈列和场景化打造,为顾客创造轻松自在的购物空间。

在龙城黄金负责人郑正旺看来,个性化、高质量的产品是品牌的立足之本,渠道布局和门店消费体验更是品牌触达消费者的敲门砖,在向新而行的同时,须以诚守真,持续夯实品牌力,不负每一位消费者的信任。



热烈祝贺

2016-2024
龙城黄金成立8周年

无限∞热爱 聚力前行

自营品牌



合作品牌

