

# 《黄金珠宝经营管理战略思维解构》

陈德胜 博士/教授

宏观经济与战略规划专家

## 课程背景：

深圳水贝是我国最大的黄金珠宝首饰企业集聚地之一，集中着来自全国各地国家和地区的知名珠宝企业同时也拥有着许多知名黄金珠宝品牌的加工厂、珠宝展厅与交易中心。根据上海黄金交易所提供的数据80%的中国黄金首饰都是由深圳水贝这个区域进行加工的，因此可以说深圳水贝在我国的黄金珠宝首饰行业是占据非常重要的地位。随着社会经济技术的快速变迁，黄金珠宝首饰行业亦然。伴随全球社会政治经济军事态势变迁，以及中华民族伟大复兴、金融强国建设，黄金珠宝首饰行业在进一步明晰黄金珠宝的特殊属性的基础上，如何与时俱进地持续优化全球战略、世界区域战略、全国战略和省域战略，优化产业链、供求价和全要素战略思维，推动水贝模式的黄金珠宝经营战略思维持续良性演化发展，是黄金珠宝经营者们十分关注的议题。

为此，本课程对黄金珠宝相关的全球社会政治经济军事态势、中华民族伟大复兴、金融强国建设、黄金珠宝的特殊属性、产业链、供求价和全要素战略等维度进行分析和解读，为黄金珠宝经营者们的经营管理战略指明方向。

授课老师近30年的经济理论学习研究和战略规划实践工作经验，逻辑严谨，思路清晰；通过深入浅出的理论、政策、案例、数据、图表分析相结合，通俗易懂。

## 课程收益：

- 1、通过解读，帮助学员全面学习了知黄金珠宝相关的全球社会政治经济军事态势、中华民族伟大复兴、金融强国建设等经营发展环境态势。
- 2、为黄金珠宝经营者们对2024年以及未来一段时间的产业链、供求价和全要素经营管理活动，特别是水贝模式的黄金珠宝经营战略思维演化与未来，指明关键要素、方向和发展路径。

## 课程对象：

黄金珠宝经营者

## 课程时间：

0.5天，3小时

## 课程方式：

主题讲授+视频欣赏+情景模拟+案例研讨+学员分享+落地工具+头脑风暴

## 课程大纲

- 一、全球社会政治经济军事态势与黄金珠宝的战略重要性
- 二、中华民族伟大复兴、金融强国与黄金珠宝的战略重要性
- 三、黄金珠宝的特殊属性背景下的战略思维
  - (一) 货币属性和外汇储备构成
  - (二) 盛世乱世与国家黄金珠宝战略
  - (三) 人性需求、黄金珠宝穿戴文化与黄金珠宝战略定势
- 四、全球战略、世界区域战略、全国战略和省域战略
  - (一) 全球战略思维下的黄金珠宝经营
  - (二) 世界区域战略思维下的黄金珠宝经营
  - (三) 全国战略思维下的黄金珠宝经营
  - (四) 省域战略思维下的黄金珠宝经营
- 五、产业链、供求价和全要素战略思维
  - (一) 产业链与黄金珠宝经营战略思维
    - 1 制造端：中小工厂和批发商---制造商工费的下降和产品的同质化
    - 2 销售端：没有拿到头部品牌代理的零售商、拥有自有品牌经营艰难绝地反击的零售商
    - 3 市场：一、二、三、四、五线---成都梨花街、重庆解放碑、北京天雅、武汉库玛、郑州金多银多、西安李家村、山东昌乐和长沙名汇达
    - 4 参与者：区域品牌、新媒体平台、达人、微商团队、代购者、兼职挣外快的人士、设计师以及产业资本、行业专家、品牌营销专家等等
  - (二) 从产品到商品的黄金珠宝经营战略思维
    - 1 两大支点：黄金首饰和珠宝大类
    - 2 产品创新和差异化
    - 3 商品战略定位与取舍
  - (三) 黄金珠宝供求价与经营战略思维
    - 1 黄金珠宝供给与经营战略思维
    - 2 黄金珠宝需求与经营战略思维
    - 3 黄金珠宝价格与经营战略思维
- 六、水贝模式的黄金珠宝经营战略思维演化与未来
  - 1 水贝模式---上游厂商直接向消费者销售黄金首饰
  - 2 “水贝模式”VS 头部品牌的经营理念和品牌定
  - 3D2C（制造商直接面向消费者）---超级工厂店或者打金铺店
  - 4M2C（平台方直接面向消费者）---平价品牌店或平台品牌店
  - 5 发动机：面向海量用户快速引爆的能力
  - 6 底盘：稳定的产品供给能力（产品供应链掌控能力）
  - 7 批发加零售的模式
  - 8 去品牌化
  - 9 化整为零
  - 10 低工费、低毛利、高周转
  - 11 线上线下结合---渠道资源+用户资源

12 低成本、高效率、高覆盖

13 裂变式增长

14 互联网营销策略：直播带货和社群营销

15 品牌与促销