

浙江杭州的一位王先生花了八千多块在老凤祥门店买了一枚金戒指，可回家一看却傻眼了。

原来金戒指身上还有个小标签，上面印着“工费：1936元/件”。

王先生一看就觉得不对劲，这个金戒指并没有什么特殊的刻花之类的，就是看着是磨砂的很好看，没想到工费要占掉戒指的四分之一，这是王先生不能接受的。

于是王先生拿着戒指重新来到店里询问，店员却表示，该戒指是“古法金”工艺，需要工匠手工制作，工费本就比普通黄金饰品高。

但是王先生说，当时他只听了店员的简单介绍觉得还可以就买了，她没有说出工费的数额，那个小标签也根本没注意到。



“古法金”的制作工艺的确比普通黄金工艺工费高；再者，老凤祥是一个成立百年

的知名品牌金店，售卖的黄金饰品多多少少有一些品牌溢价。

在1848年，第一家“老凤祥银楼”就已经出现了，老凤祥跨越了中国的三个世纪，从清代到民国、解放初到开放.....

因为主营业务是出售黄金，老凤祥也随着历史的发展几经沉浮。

抗日战争爆发后，开始禁止自由买卖黄金，这对于老凤祥银楼来说无疑是致命的打击，对整个金银行业也是如此。

战争

胜利后，

社会呈现出一片欣

欣向荣之气，人们开始意识到黄金的

保值性，

老凤祥银楼的生意也日渐辉煌，最高时曾创下过一天出售一千两黄金的记录。

黄金本就是一种具有货币属性的硬通货，从古至今都多用于婚葬嫁娶等人生红白喜事上。

而清代的黄金饰品还是一种身份的象征，贵族们追求雕工精细、华丽大气的黄金饰品。



然而历史如此悠久的历史老凤祥，今日在黄金珠宝市场的占有率上还是比不过香港周大福。

在销售网络、商业模式、经营业界等方面，周大福都略胜过老凤祥，行业内也是一直以周大福为行业标杆。

截止至去年，周大福的门店数量就已经突破了5000家，而老凤祥也不甘落后，门店数量也接近了5000家，就在即将突破的边缘。

门店数量的急剧扩张也给老凤祥带来了一些隐患，绝大多数的门店都是加盟商加盟的方式，直营门店不到200家。



加盟确实有利于品牌更快地下沉市场，更快占领当地市场份额，但加盟店若不加以约束管理，则会不利于品牌对于门店的统一管理，以及品牌的形象。

在社交平台上的反馈中，不难发现，许多消费者还是较为愿意到老品牌消费购物，有些消费者也称“老凤祥的直营店铺较少出现问题”。

在老凤祥公布的数据中显示，虽然动辄上百亿的营收，但它的毛利率和净利率都是比较低的，还不到10%。

这是因为黄金的价格非常透明，随时可以查询到世界实时金价，而维持市场和经济的平稳也需要让金价保持稳定。

老凤祥想要维持较高的收益率，就需要利用较高的杠杆、加强资产周转。但珠宝行业的特点就是会导致库存积压较多，金属库存的会占总较大的总资产比重。



作为一个百年老企业，老凤祥也在逐渐焕发出新的生机，也涉猎了一些珠宝以外的领域，如k金眼镜、钟表、文具等。

而老凤祥独特的“金银细金”制作技艺也给予了它源源不息的生命力，也被评为国家级非物质文化遗产。

老凤祥的金价高于世界金价原料，其中一部分是手工费和款式设计的费用，还有店铺的租金和人员的工资，这些都是要算进饰品价格里面的，而大品牌又会有一些品牌溢价，层层利润堆积，售卖的价格就变得高昂了。