

中国進出希望企業向け、2020年中国最大級ECイベント「W11(独身の日)」を総括!

中国国内EC/越境EC出店支援を軸に中華圏に特化したデジタルマーケティングを展開するunbotと、物流プラットフォームサービスを提供するオープンロジがタッグを組んで、中国進出、中華圏での事業展開を成長させた企業向けウェビナーが11月25日に開催される。

保険のご相談は(株)東時へ 本社:03-5817-0353 西日本支社:06-6252-4477

SUZUHO logo and contact information for the magazine publisher.

Quality logo and publisher information for (株)時計美術宝飾新聞社.

THE WATCH & JEWELRY TODAY logo and W&J branding.

549ctの比類なき最高品質のダイヤモンド原石「Sethunya」をルイ・ヴィトンが発表 1,758ctのスウェロに続く

1,758カラットのダイヤモンド原石「スウェロ」の大発見から1年も経たずに、ルイ・ヴィトンは、ボツワナのカロウエ鉱山を所有するルカラ・ダイヤモンドと、ダイヤモンド加工業者HBアントワープとの2回目のコラボレーションを行い、549カラットのダイヤモンド原石の加工処理に取組むことを発表した。



Photo by Philippe Lacombe

「スウェロ」の場合と同様、ルイ・ヴィトンは、カロウエ鉱山の所有者である。比類なき品質の大粒ダイヤモンドの主要生産者であるルカラ・ダイヤモンドと、アントワープを拠点にする世界的に有名なダイヤモンドのサプライチェーンであり、創造的かつ商業的な協業事業に取り組む製造会社HBアントワープと協力し、この希少なダイヤモンドを、原石から極上の宝石へと磨き上げ、ルイ・ヴィトンのハイジュエリー顧客に提供する。

今年2月1日、ルカラ・ダイヤモンドが所有するカロウエ鉱山で、ツワナ人のダイヤモンド採掘作業員が歓喜の叫びを上げた。彼女は、伝統的な鉱石破碎プロセスの前に大粒の炭素豊富な原石を見つけた。最先端のMDR(ガ・ダイヤモンド・リカバリー)のXRT回路の特殊選別セクション「グループボックス」によって、ダイヤモンド採掘作業員なら誰もが夢見る、非の打ち所のない特大のダイヤモンド原石を見つけたのだ。

この2回目のコラボレーションによって、ルイ・ヴィトンは、さらにハイジュエリーの神聖な領域へと踏み込み、ヴァンドーム広場の偉大な伝統を受け継ぐマスタージュエラーに名を連ねていく。

LOVEMARK \* DIAMOND jewelry advertisement featuring a necklace with a diamond pendant.



一本の純金糸で結び合うセレモニーが人気

12月17日にケイウノ新宿マルイ本館店が誕生 コト、想いを重視するブライダル市場に合わせ 丸井は「体験を提供する店」に 全国にジュエリー店舗を展開するオーダーメイド企業(株)ケイウノが、新宿マルイ本館3階に、ケイウノ新宿マルイ本館店を12月17日にオープンする。

強化していくこととなる。2018年に実施された野村総合研究所の「生活者1万人アンケート調査」によると、さとり世代(24~35歳)は、「モノ」よりも「コト」が重視され、つながりを重視する傾向が強いと発表されている。

「愛の証、二人の絆の証として想いを込められるものであること」が10%を占める。また、2019年の矢野経済研究所の「結婚指輪及び、理想の夫婦像に関する比較調査」でも、結婚指輪に求める要素について、平成元年婚では「愛の証、二人の絆の証として想いを込められるものであること」が10%を占める。

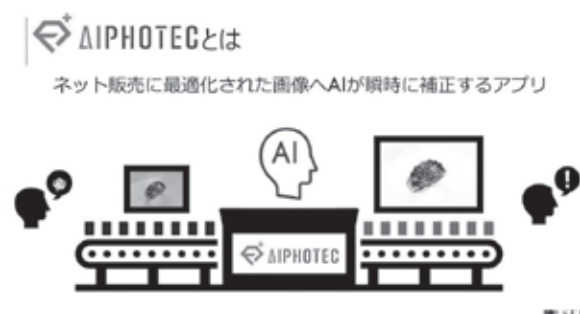
萩原 jewelry store advertisement with logo and contact info.

三越伊勢丹オンラインストア

ニューヨークを活動拠点に、コンピューターのドット絵のように四角を並べて表現するアーティスト、アダム・リスト氏とハローキティがコラボレーションしたフィギュアが、三越伊勢丹オンラインストアに登場した。これは世界中で話題のプロジェクトを手掛けるクリエイティブなデザインカンパニーSPECIAL PRODUCT DESIGNと「TOYとARTの融合」を全世界に向けて発信するメディコム・トイが、「気軽に買えるアート」



ネット販売向け画像補正をAIが10秒で実現する「AIPHOTEC」セルビーがサポートビジネス開始



USEDのブランドジュエリーを中心にネットでの販売を展開する、ジュエリーデジタルビジネスのパイオニア企業(株)セルビー(東京都台東区、松谷松哉社長)が、AI自動画像補正アプリ「AIPHOTEC」(アイフォテック)を開発し、10月28日からサービスを開始した。

『OMRIS』や、今回紹介されたAIを利用した、ネット販売向け自動画像補正アプリ「AIPHOTEC」などの提供、そして同社が持つリアル(2店舗)+ネット(6チャネル)=8つの販売チャネルを駆使して、他社のジュエリーの受託販売を行う売上げ重視型販売支援となる。

また、コロナ禍前の今年初めから、創業時からの事業展開で蓄積されたジュエリーデジタルビジネスのノウハウを活かして、ジュエリー業界向けに①デジタル化支援、②ノウハウ提供、③アウトソース販売のサポートビジネスを展開している。

20年に亘りジュエリーのデジタルビジネスに取り組んできた、同社でなければ成し得なかった、ジュエリーオンラインビジネスのまさに救世主とも言えるアプリであろう。

MURATA JEWELRY advertisement for industry revival with contact information for various branches.

KOHSAI jewelry advertisement for small earrings with product images and pricing.

MITSUWA jewelry advertisement featuring high-quality diamonds and contact info.

SARINE jewelry advertisement for diamonds with a light performance results image.

LANVIN jewelry advertisement for the 130° collection with elegant ring images.