

2018-2023年中国珠宝首饰行业市场需求现状分析与投资价值前景评估报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2023年中国珠宝首饰行业市场需求现状分析与投资价值前景评估报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/shoushi/306304306304.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

珠宝首饰，是指珠宝玉石和贵金属的原料、半成品，以及用珠宝玉石和贵金属的原料、半成品制成的佩戴饰品、工艺装饰品和艺术收藏品。

中国珠宝首饰市场经过短短的几年时间，已由前几年仅占全球1%跃居世界前列，仅次于美国和日本。

弧面型

又称为凸面型或素身型，其观赏面为一个凸面。根据腰形（腰部的形状），又可以进一步划分为圆形、橄榄形、心形、矩形、方形、十字形、垫形、垂体形等。如果根据其截面类型，又可以分为单凸面琢型、双凸面琢型、扁豆凸面琢型、空心凸面琢型以及凹面琢型五种。

刻面型

由完全覆盖宝石表面的一系列几何平面构成，将其按照合适角度抛光，宝石可以显示体色、亮度、火彩和闪耀等四种光学效应。刻面型又可以分为钻石式琢型、阶梯式琢型、玫瑰式琢型、剪型（交叉）式琢型以及混和式琢型。

珠型

常用于中低档宝石，可用于不同首饰。又可以根据形状分为圆珠、椭圆珠、扁圆珠、长方体珠等类型。

异型

包括自由型和随意型两种，可以表现宝石的千变万化的自然形态。

专卖店与珠宝专柜仍会是主流渠道，线上线下结合势在必行。以实体渠道为主的珠宝首饰行业是一个资金投入大、专业要求高、资金周转慢的行业，行业内企业都有较高的利润回报预期。在中国这个商誉尚未完全建立的市场环境中，消费者对线上终端模式的选择与信任相对有限，百货商场与专卖店未来仍会是珠宝分销最主要的终端模式。

珠宝首饰消费者一般属于非专业性购买，消费者对珠宝首饰缺乏系统知识，或知之甚少，或完全不了解，消费者在购买珠宝首饰这一贵重商品的时候，会担心产品真伪、质量或价

格的合理性，这一心理在很大程度上影响消费者的购买行为，大部分消费者会选择在大型商场珠宝专柜或品牌专卖店购买（尤以 40 岁以上的中老年消费者为主），专柜与专卖店在陈列效果上也明显胜过其他渠道，2013 年百货与专卖店渠道分别占据国内珠宝市场销售的 61% 与 32%；少数消费者会根据熟人口碑传播选择非主流的渠道（以消费能力较弱的年轻消费者为主），多数消费者对珠宝首饰的品质与价格的对应关系不能做出准确的判断，他们在购买珠宝首饰时，对其品质、质量、真伪的了解很大程度上取决于对珠宝企业的信任与销售人员独特的营销技巧。

目前国内珠宝企业触网主要通过 3 种方式：B2C 平台品牌旗舰店、线上线下融合的 O2O 模式与独立工作室（设计师）模式。对传统黄金珠宝企业而言，电商作为新兴渠道，虽然占行业整体零售比例较低（2013 年电商渠道零售占行业比重不足 1%），但传统珠宝龙头如周大福、潮宏基、周生生等已经开始通过自建线上旗舰店、B2C 平台以及线上线下融合（O2O）模式逐步在电商渠道发力。

珠宝首饰产品分类 资料来源：观研天下数据中心整理

观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）发行的报告书《2018-2023 年中国珠宝首饰行业市场需求现状分析与投资价值前景评估报告》主要研究珠宝首饰行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、工艺技术发展状况、进出口分析、渠道分析、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境、重点企业分析（经营特色、财务分析、竞争力分析）、商业投资风险分析、市场定位及机会分析、以及相关的策略和建议。

公司多年来已为上万家企事业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者提供了专业的行业分析报告。我们的客户涵盖了中石油天然气集团公司、德勤会计师事务所、华特迪士尼公司、华为技术有限公司等上百家世界行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。我们的行业分析报告内容可以应用于多种项目规划制订与专业报告引用，如项目投资计划、地区与企业发展战略、项目融资计划、地区产业规划、商业计划书、招商计划书、招股说明书等等。

第一章 珠宝首饰行业概述

1.1 珠宝首饰的分类及发展

1.1.1 珠宝首饰的分类

1.1.2 珠宝首饰的历史演变

1.1.3 珠宝首饰行业的特点

1.2 宝石的概念与特征

1.2.1 珠宝玉石的概念

1.2.2 珠宝玉石的分类

1.2.3 珠宝玉石的定名原则

第二章 2015-2017年国际珠宝首饰行业分析

2.1 2015-2017年世界珠宝首饰行业综述

2.1.1 十大品牌盘点

2.1.2 产业地区特色

2.1.3 国际市场规模

2.1.4 需求状况分析

2.1.5 行业并购分析

2.1.6 男士珠宝市场

2.2 美国

2.2.1 珠宝市场概况

2.2.2 进口贸易分析

2.2.3 黄金首饰需求

2.2.4 珠宝消费分析

2.2.5 男士市场潜力

2.2.6 税收政策解析

2.3 日本

2.3.1 市场销售规模

2.3.2 市场消费结构

2.3.3 饰品出口状况

2.3.4 开拓中国市场

2.4 印度

2.4.1 行业地位概述

2.4.2 进口关税政策

2.4.3 电商销售规模

2.4.4 市场需求分析

2.4.5 对外贸易分析

2.4.6 行业发展前景

2.5 泰国

2.5.1 行业发展壮大

2.5.2 对外贸易分析

2.5.3 行业转型升级

2.5.4 东盟市场机遇

2.6 俄罗斯

2.6.1 资源储备情况

2.6.2 市场发展综述

2.6.3 市场规模分析

2.6.4 进军中国市场

2.7 其它国家或地区

2.7.1 中东

2.7.2 东盟

2.7.3 巴西

2.7.4 土耳其

2.7.5 以色列

2.7.6 巴基斯坦

第三章 2015-2017年中国珠宝首饰行业分析

3.1 中国珠宝首饰业发展综述

3.1.1 产业链分析

3.1.2 行业发展特点

3.1.3 行业发展阶段

3.1.4 行业发展壁垒

3.1.5 行业标准出台

3.2 2015-2017年珠宝首饰行业发展态势

3.2.1 市场发展规模

3.2.2 区域分布情况

3.2.3 市场运行特征

3.2.4 企业并购趋势

3.2.5 产业园区建设

3.3 2015-2017年珠宝首饰连锁经营分析

3.3.1 连锁经营发展特点

3.3.2 连锁经营发展态势

3.3.3 中小企业突围策略

3.3.4 连锁经营发展对策

3.4 2015-2017年珠宝首饰电子商务的发展

3.4.1 珠宝电商发展进程

3.4.2 珠宝电商B2B模式

3.4.3 珠宝电商B2C模式

3.4.4 珠宝电商O2O模式

3.4.5 珠宝电商C2B模式

3.4.6 珠宝电商企业竞争

3.4.7 珠宝电商存在问题

3.4.8 珠宝电商发展建议

3.5 珠宝首饰业发展存在的问题

3.5.1 发展制约因素

3.5.2 行业发展问题

3.5.3 传统渠道瓶颈

3.5.4 信息不对称问题

3.6 珠宝首饰业发展建议对策

3.6.1 行业发展策略

3.6.2 注重细分市场

3.6.3 “走出去”战略

第四章 2011-2017年中国珠宝首饰及有关物品制造行业财务状况

4.1 2011-2017年中国珠宝首饰及有关物品制造行业经济规模

4.1.1 行业销售规模

4.1.2 行业利润规模

4.1.3 行业资产规模

4.2 2011-2017年中国珠宝首饰及有关物品制造行业盈利能力指标分析

4.2.1 行业亏损面

4.2.2 行业销售毛利率

4.2.3 行业成本费用利润率

4.2.4 行业销售利润率

4.3 2011-2017年中国珠宝首饰及有关物品制造行业营运能力指标分析

4.3.1 行业应收账款周转率

4.3.2 行业流动资产周转率

4.3.3 行业总资产周转率

4.4 2011-2017年中国珠宝首饰及有关物品制造行业偿债能力指标分析

4.4.1 行业资产负债率

4.4.2 行业利息保障倍数

4.5 中国珠宝首饰及有关物品制造行业财务状况综合评价

4.5.1 行业财务状况综合评价

4.5.2 影响行业财务状况的经济因素分析

第五章 2015-2017年中国珠宝首饰市场分析

5.1 中国珠宝首饰市场总体状况

5.1.1 市场发展特点

5.1.2 市场行为分析

5.1.3 市场绩效分析

5.1.4 市场销售渠道

5.1.5 国际巨头布局

5.2 2015-2017年珠宝首饰市场动态

5.2.1 细分市场特征

5.2.2 主要消费品类

5.2.3 低档市场态势

5.2.4 消费需求形势

5.3 2015-2017年珠宝首饰市场竞争格局

5.3.1 市场竞争格局

5.3.2 细分市场竞争力

5.3.3 区域市场竞争

5.3.4 高端奢侈品牌商

5.3.5 珠宝连锁零售商

5.3.6 黄金加工批发商

5.4 2015-2017年珠宝首饰市场消费分析

5.4.1 消费群体介绍

5.4.2 消费类型分析

5.4.3 消费心理特征

5.4.4 消费文化分析

5.4.5 消费观念转变

5.4.6 线上消费特征

5.5 2015-2017年珠宝首饰市场进出口分析

5.5.1 2015年进出口情况

5.5.2 2016年进出口情况

5.5.3 2017年出口情况

第六章 2015-2017年黄金首饰行业分析

6.1 黄金首饰的相关介绍

6.1.1 纯金首饰

6.1.2 K金首饰

6.1.3 包裹金首饰

6.2 黄金首饰行业发展概况

6.2.1 行业发展地位

6.2.2 行业发展阶段

6.2.3 进出口政策

6.3 2015-2017年中国黄金首饰市场分析

6.3.1 产量规模分析

6.3.2 市场需求状况

6.3.3 市场消费规模

6.3.4 价格走势分析

6.3.5 市场结构调整

6.4 黄金首饰市场产品结构调整分析

6.4.1 物质属性的回归

6.4.2 不同类型的裂变

6.4.3 不同品种的裂变

6.4.4 不同款式型号裂变

6.5 黄金首饰行业存在的问题及发展对策

6.5.1 行业发展问题

6.5.2 行业转型升级

6.5.3 “互联网+”模式

6.5.4 行业发展战略

第七章 2015-2017年铂金首饰行业分析

7.1 铂金的相关介绍

7.1.1 铂金的概念与性质

7.1.2 铂金的种类与特点

7.1.3 铂金的矿产资源

7.2 铂金首饰简介

7.2.1 铂金首饰历史文化

7.2.2 铂金首饰制作工艺

7.2.3 铂金首饰纯度标准

7.3 2015-2017年世界铂金首饰行业分析

7.3.1 全球市场综述

7.3.2 需求总体分析

7.3.3 2015年供需分析

7.3.4 2016年供需状况

7.3.5 2017年供需状况

7.4 2015-2017年中国铂金首饰市场分析

7.4.1 市场规模分析

7.4.2 价格走势分析

7.4.3 市场发展态势

7.4.4 设计趋势分析

第八章 2015-2017年钻石首饰行业分析

8.1 钻石的相关概述

8.1.1 钻石的简介

8.1.2 品质与价值

8.1.3 钻石工业起源

8.1.4 钻石产业价值链

8.1.5 价格影响因素

8.2 中国钻石产业政策环境

8.2.1 企业审批政策

8.2.2 海关监管政策

8.2.3 钻石税收政策

8.2.4 外汇管理政策

8.2.5 证书管理政策

8.3 中国钻石行业发展综述

8.3.1 行业发展概况

8.3.2 行业发展规模

8.3.3 商业模式分析

8.3.4 行业发展乱象

8.3.5 工业发展建议

8.4 2015-2017年中国钻石市场交易状况

8.4.1 市场交易特征

8.4.2 交易价格评估

8.4.3 市场需求分析

8.4.4 市场交易规模

8.5 2015-2017年中国钻石饰品消费分析

8.5.1 消费增长动力

8.5.2 消费市场特征

8.5.3 消费市场需求

8.5.4 消费市场开拓战略

第九章 2015-2017年珍珠首饰行业分析

9.1 珍珠的概念与特性

9.1.1 定义与分类

9.1.2 采收简介

9.1.3 鉴赏要素

9.1.4 历史文化

9.2 2015-2017年中国淡水珍珠市场分析

9.2.1 行业发展概况

9.2.2 市场培育特点

9.2.3 市场规模分析

9.2.4 市场消费空间

9.2.5 市场价格行情

9.3 2015-2017年中国海水珍珠行业分析

9.3.1 行业发展态势

9.3.2 产业发展建议

9.3.3 行业发展机遇

9.3.4 未来前景展望

9.4 2015-2017年中国珍珠首饰行业分析

9.4.1 行业发展概况

9.4.2 品牌价格差距

9.4.3 市场不足分析

9.4.4 行业提升策略

第十章 2015-2017年其它珠宝首饰行业分析

10.1 银饰品

10.1.1 产品相关介绍

10.1.2 市场发展概况

10.1.3 行业发展问题

10.1.4 企业发展战略

10.1.5 行业发展前景

10.1.6 行业发展趋势

10.2 翡翠首饰

10.2.1 产品相关概念

10.2.2 产业发展优势

10.2.3 市场发展进程

10.2.4 市场发展动态

10.2.5 市场发展趋势

10.3 玛瑙与玉石饰品

10.3.1 玛瑙相关介绍

10.3.2 玛瑙发展探究

10.3.3 玉石价值探究

10.3.4 制约因素及对策

第十一章 2015-2017年主要地区珠宝首饰行业分析

11.1 广东省

11.1.1 产业发展现状

11.1.2 产业发展问题

11.1.3 产业发展方向

11.1.4 产业发展措施

11.2 深圳市

11.2.1 产业基本情况

11.2.2 行业发展现状

11.2.3 行业发展特点

11.2.4 区域品牌建设

11.2.5 行业发展问题

11.2.6 行业发展对策

11.2.7 行业发展机遇

11.3 广州番禺

11.3.1 产业发展现状

11.3.2 产业集群因素

11.3.3 产业集群问题

11.3.4 产业集群建议

11.4 上海市

11.4.1 市场销售规模

11.4.2 市场发展格局

11.4.3 企业发展路径

11.4.4 市场面临挑战

11.4.5 产业发展建议

11.5 其它地区

11.5.1 黑龙江

11.5.2 丹东

11.5.3 重庆

11.5.4 济南

11.5.5 宁夏

11.5.6 莆田

第十二章 2015-2017年中国珠宝首饰行业营销分析

12.1 珠宝首饰行业营销模式分析

12.1.1 展销会模式

12.1.2 价格促销模式

12.1.3 广告促销模式

12.1.4 渠道营销模式

12.1.5 关系营销模式

12.1.6 体验式营销模式

12.1.7 零售营销模式转变

12.2 珠宝首饰行业营销策略分析

12.2.1 珠宝首饰营销关键点

12.2.2 珠宝首饰业分销策略

12.2.3 珠宝首饰全员营销策略

12.2.4 珠宝首饰终端营销策略

12.2.5 珠宝首饰营销策略调整

12.3 珠宝首饰行业品牌发展策略

12.3.1 品牌建设需借鉴传统文化

12.3.2 做大珠宝首饰品牌的模式

12.3.3 打造顶尖珠宝首饰品牌策略

12.3.4 珠宝首饰品牌情感营销策略

12.3.5 区域珠宝首饰品牌发展道路

12.4 珠宝首饰业成功营销案例分析

12.4.1 周大福的精益化营销模式

12.4.2 TESIRO通灵的体验式营销

12.4.3 每克拉美钻石营销模式

12.4.4 周生生的情感营销模式

12.4.5 曼卡龙珠宝的轻情营销

第十三章 2015-2017年国际知名珠宝首饰品牌发展分析

13.1 卡地亚

13.1.1 企业发展概况

13.1.2 开拓中国市场

13.1.3 电商平台上线

13.1.4 在华运作策略

13.2 蒂芙尼

13.2.1 企业发展概况

13.2.2 企业经营状况

13.2.3 企业营销策略

13.2.4 企业在华动态

13.3 戴比尔斯

13.3.1 企业发展概况

13.3.2 企业钻石交易

13.3.3 2015年企业产销状况

13.3.4 2016年企业经营分析

13.3.5 2017年企业经营分析

13.4 周大福珠宝集团有限公司

13.4.1 企业发展概况

13.4.2 企业制胜策略

13.4.3 2015财年企业经营状况分析

13.4.4 2016财年企业经营状况分析

13.4.5 2017财年企业经营状况分析

13.5 香港谢瑞麟珠宝有限公司

13.5.1 企业发展概况

13.5.2 企业SWOT分析

13.5.3 2015财年企业经营状况分析

13.5.4 2016财年企业经营状况分析

13.5.5 2017财年企业经营状况分析

第十四章 2015-2017年中国珠宝首饰行业上市公司分析

14.1 武汉金凰珠宝股份有限公司

14.1.1 企业发展概况

14.1.2 2015年经营状况分析

14.1.3 2016年经营状况分析

14.1.4 2017年经营状况分析

14.2 老凤祥股份有限公司

14.2.1 企业发展概况

14.2.2 经营效益分析

14.2.3 业务经营分析

14.2.4 财务状况分析

14.2.5 未来前景展望

14.3 东方金钰股份有限公司

14.3.1 企业发展概况

14.3.2 经营效益分析

14.3.3 业务经营分析

14.3.4 财务状况分析

14.3.5 未来前景展望

14.4 广东潮宏基实业股份有限公司

14.4.1 企业发展概况

14.4.2 经营效益分析

14.4.3 业务经营分析

14.4.4 财务状况分析

14.4.5 未来前景展望

14.5 深圳市爱迪尔珠宝股份有限公司

14.5.1 企业发展概况

14.5.2 经营效益分析

14.5.3 业务经营分析

14.5.4 财务状况分析

14.5.5 未来前景展望

14.6 金洲慈航集团股份有限公司

14.6.1 企业发展概况

14.6.2 经营效益分析

14.6.3 业务经营分析

14.6.4 财务状况分析

14.6.5 未来前景展望

14.7 上市公司财务比较分析

14.7.1 盈利能力分析

14.7.2 成长能力分析

14.7.3 营运能力分析

14.7.4 偿债能力分析

第十五章 对珠宝首饰行业投资与发展趋势分析

15.1 中国珠宝首饰行业的投资环境与机会

15.1.1 珠宝首饰行业投资潜力

15.1.2 珠宝市场持续增长的动力

15.1.3 珠宝首饰进出口贸易法规

15.1.4 珠宝首饰行业投资风险

15.2 中国珠宝首饰行业发展趋势分析

15.2.1 珠宝首饰市场前景广阔

15.2.2 珠宝首饰行业整合趋势

15.2.3 珠宝首饰行业未来方向

15.2.4 珠宝首饰消费走势判断

15.3 对2018-2023年中国珠宝首饰制造行业预测分析

15.3.1 行业发展因素分析

15.3.2 行业销售收入预测

15.3.3 行业利润总额预测

图表详见正文（FSWJP）

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shoushi/306304306304.html>