2018-2023年中国珠宝首饰产业市场运营规模现状 及未来发展前景预测报告

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年中国珠宝首饰产业市场运营规模现状及未来发展前景预测报告》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/304438304438.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。根据 2010 年国家标准化管理委员会发布的《珠宝玉石及贵金属产品分类与代码》，珠宝玉石被定义为“对天然珠宝玉石和人工宝石的统称”，而贵金属则定义为“金、银和铂族金属的统称”。

珠宝首饰从材质上分主要包括：钻石、宝石、黄金、铂金、白银、珍珠、玉石、水晶、翡翠、玛瑙、珊瑚、琥珀、琉璃等；从功能上分主要包括头饰、耳饰、颈饰、胸饰、腰饰、手饰、脚饰、金银珠宝首饰、藏饰/民族饰品、手机饰品、首饰配件、珠宝原料、珠宝首饰包装及保养品、其他首饰饰品等。

根据国内外一般的商业习惯，将珠宝饰品分为五大类：宝石饰品、贵金属饰品、珍珠饰品、半宝石饰品、人造珠宝。其中前三类为贵重珠宝。

珠宝首饰产品分类 资料来源：公开资料整理

随着我国珠宝首饰行业步入快速发展阶段，区域珠宝首饰市场呈现集群化特征。苏州相城、广州番禺、深圳罗湖、浙江诸暨等20个珠宝产业重点地区被授予“中国珠宝玉石首饰特色产业基地”的称号，其中深圳珠宝产业的产销量占我国珠宝首饰产业产销量总额约达70%以上。

自营模式对珠宝首饰企业的资金实力和扁平式渠道管理能力要求较高，包括门店开业、渠道拓展、员工管理、市场营销以及库存控制等。加盟模式则有利于品牌迅速扩张、获取市场份额，但同时要求企业具有较好的加盟商管理能力和品牌维护能力。国际珠宝高端品牌诸如Tiffany、Cartier、Chaumet都是100%自营渠道。国内中高端品牌则根据自身品牌定位和发展战略选择合适的渠道扩张方式，其中周大生和六福珠宝等品牌以连锁加盟为主，周生生、潮宏基等品牌以自营为主。

近年来，国内珠宝首饰行业的知名品牌将中间加工环节部分或全部外包，专注前端设计、品牌运营及后端的营销网络建设。企业采用这种经营模式的核心优势在于强大的供应链整合能力。在市场竞争日益激烈的情况下，以生产外包、自营与特许加盟相结合的经营模式正越来越多地被国内珠宝首饰品牌零售商所采用。

观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）发行的报告书《2018-2023年中国珠宝首饰产业市场运营规模现状及未来发展前景预测报告》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 世界珠宝首饰行业综述

2.1.1 行业品牌盘点

2.1.2 产业地区特色

2.1.3 国际市场规模

2.1.4 市场格局分析

2.1.5 需求状况分析

2.2 美国

2.2.1 珠宝市场概况

2.2.2 市场消费规模

2.2.3 税收政策解析

2.2.4 市场发展动态

2.3 日本

2.3.1 市场消费规模

2.3.2 市场消费结构

2.3.3 开拓中国市场

2.4 印度

2.4.1 行业地位概述

2.4.2 对外贸易分析

2.4.3 进口关税政策

2.4.4 市场需求分析

2.5 泰国

2.5.1 行业发展概况

2.5.2 对外贸易分析

2.5.3 行业发展战略

2.5.4 税收政策解析

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 市场零售规模

3.2.2 企业并购趋势

3.2.3 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 珠宝电商存在问题

3.4.7 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 2015-2017年中国珠宝首饰市场分析

4.1 中国珠宝首饰市场总体状况

4.1.1 市场发展特点

4.1.2 市场行为分析

4.1.3 市场绩效分析

4.2 2015-2017年珠宝首饰市场动态

4.2.1 细分市场特征

4.2.2 市场消费态势

4.2.3 低档市场态势

4.3 2015-2017年珠宝首饰市场竞争格局

4.3.1 市场竞争格局

4.3.2 细分市场竞争力

4.3.3 区域市场竞争

4.3.4 高端奢侈品牌商

4.3.5 黄金加工批发商

4.4 2015-2017年珠宝首饰市场消费分析

4.4.1 消费群体介绍

4.4.2 消费类型分析

4.4.3 消费心理特征

4.4.4 消费文化分析

4.4.5 消费观念转变

4.4.6 线上消费特征

4.5 2015-2017年珠宝首饰市场进出口分析

4.5.1 中国进出口总量数据分析

4.5.2 主要贸易国进出口情况分析

4.5.3 主要省市进出口情况分析

第五章 2015-2017年黄金首饰行业分析

5.1 黄金首饰的相关介绍

5.1.1 纯金首饰

5.1.2 K金首饰

5.1.3 包裹金首饰

5.2 黄金首饰行业发展概况

5.2.1 行业发展地位

5.2.2 行业发展阶段

5.2.3 进出口政策

5.3 2015-2017年中国黄金首饰市场分析

5.3.1 产量规模分析

5.3.2 市场需求状况

5.3.3 市场消费规模

5.3.4 价格走势分析

5.3.5 市场结构调整

5.4 黄金首饰市场产品结构调整分析

5.4.1 物质属性的回归

5.4.2 不同类型的裂变

5.4.3 不同品种的裂变

5.4.4 不同款式型号裂变

5.5 黄金首饰行业存在的问题及发展对策

5.5.1 行业发展问题

5.5.2 行业转型升级

5.5.3 “互联网+”模式

5.5.4 行业发展战略

第六章 2015-2017年铂金首饰行业分析

6.1 铂金的相关介绍

6.1.1 铂金的概念与性质

6.1.2 铂金的种类与特点

6.1.3 铂金的矿产资源

6.2 铂金首饰简介

6.2.1 铂金首饰历史文化

6.2.2 铂金首饰制作工艺

6.2.3 铂金首饰纯度标准

6.3 2015-2017年世界铂金首饰行业分析

6.3.1 全球市场综述

6.3.2 需求总体分析

6.3.3 市场供需规模

6.3.4 市场格局分析

6.4 2015-2017年中国铂金首饰市场分析

6.4.1 市场消费情况

6.4.2 市场发展态势

6.4.3 设计趋势分析

第七章 2015-2017年钻石首饰行业分析

7.1 钻石的相关概述

7.1.1 钻石的简介

7.1.2 品质与价值

7.1.3 钻石工业起源

7.2 中国钻石产业政策环境

7.2.1 企业审批政策

7.2.2 海关监管政策

7.2.3 钻石税收政策

7.2.4 外汇管理政策

7.2.5 证书管理政策

7.3 中国钻石行业发展综述

7.3.1 行业发展概况

7.3.2 商业模式分析

7.3.3 行业发展乱象

7.3.4 工业发展建议

7.4 2015-2017年中国钻石市场交易状况

7.4.1 市场交易概况

7.4.2 市场交易特征

7.4.3 交易价格评估

7.4.4 市场交易规模

7.4.5 市场需求分析

7.5 2015-2017年中国钻石饰品消费分析

7.5.1 消费增长动力

7.5.2 消费市场特征

7.5.3 消费市场开拓战略

第八章 2015-2017年珍珠首饰行业分析

8.1 珍珠的概念与特性

8.1.1 定义与分类

8.1.2 采收简介

8.1.3 鉴赏要素

8.1.4 历史文化

8.2 2015-2017年中国淡水珍珠市场分析

8.2.1 行业发展概况

8.2.2 市场培育特点

8.2.3 市场产量规模

8.2.4 市场发展态势

8.3 2015-2017年中国海水珍珠行业分析

8.3.1 行业发展概述

8.3.2 产业发展建议

8.3.3 未来前景展望

8.4 2015-2017年中国珍珠首饰行业分析

8.4.1 行业发展概况

8.4.2 品牌价格差距

8.4.3 市场不足分析

8.4.4 行业提升策略

第九章 2015-2017年其它珠宝首饰行业分析

9.1 银饰品

9.1.1 市场发展概况

9.1.2 行业发展问题

9.1.3 企业发展战略

9.1.4 行业发展前景

9.1.5 行业发展趋势

9.2 翡翠首饰

9.2.1 产品相关概念

9.2.2 产业发展优势

9.2.3 市场发展进程

9.2.4 市场发展动态

9.2.5 市场发展趋势

9.3 玛瑙与玉石饰品

9.3.1 玛瑙相关介绍

9.3.2 玛瑙发展探究

9.3.3 玉石价值探究

9.3.4 制约因素及对策

第十章 2015-2017年主要地区珠宝首饰行业分析

10.1 深圳市

10.1.1 行业发展现状

10.1.2 行业发展特点

10.1.3 区域品牌建设

10.1.4 产业转型升级

10.1.5 行业发展问题

10.1.6 行业发展对策

10.2 广州市

10.2.1 产业发展现状

10.2.2 市场交易规模

10.2.3 产业发展规划

10.3 上海市

10.3.1 市场发展现状

10.3.2 企业发展路径

10.3.3 市场面临挑战

10.3.4 产业发展建议

10.4 其它地区

10.4.1 丹东

10.4.2 重庆

10.4.3 济南

10.4.4 莆田

第十一章 2015-2017年中国珠宝首饰行业营销分析

11.1 珠宝首饰行业营销模式分析

11.1.1 展销会模式

11.1.2 价格促销模式

11.1.3 广告促销模式

11.1.4 渠道营销模式

11.1.5 关系营销模式

11.1.6 体验式营销模式

11.1.7 零售营销模式转变

11.2 珠宝首饰行业营销策略分析

11.2.1 珠宝首饰营销关键点

11.2.2 珠宝首饰业分销策略

11.2.3 珠宝首饰全员营销策略

11.2.4 珠宝首饰终端营销策略

11.2.5 珠宝首饰营销策略调整

11.3 钻饰区域市场的营销策略及建议

11.3.1 中国整体市场

11.3.2 华东和华中地区

11.3.3 南北地区建议

11.4 珠宝首饰业营销案例分析——赛菲尔珠宝

11.4.1 产品策略

11.4.2 价格策略

11.4.3 品牌策略

11.4.4 促销策略

11.4.5 渠道策略

第十二章 2015-2017年国际知名珠宝首饰品牌发展分析

12.1 卡地亚

12.1.1 企业发展概况

12.1.2 开拓中国市场

12.1.3 电商平台上线

12.1.4 在华运作策略

12.2 戴比尔斯

12.2.1 企业发展概况

12.2.2 2015年经营情况

12.2.3 2016年经营情况

12.2.4 2017年经营情况

12.3 蒂芙尼珠宝公司 (Tiffany & Co)

12.3.1 企业发展概况

12.3.2 2015财年经营状况

12.3.3 2016财年企业状况

12.3.4 2017财年经营状况

12.4 周大福珠宝集团有限公司

12.4.1 企业发展概况

12.4.2 2016财年经营状况

12.4.3 2017财年经营状况

12.4.4 2018财年经营状况

12.5 香港谢瑞麟珠宝有限公司

12.5.1 企业发展概况

12.5.2 2015财年经营状况

12.5.3 2016财年经营状况

12.5.4 2017财年经营状况

第十三章 2015-2017年中国珠宝首饰行业上市公司分析

13.1 武汉金凰珠宝股份有限公司

13.1.1 企业发展概况

13.1.2 2015年经营状况

13.1.3 2016年经营状况

13.1.4 2017年经营状况

13.2 老凤祥股份有限公司

13.2.1 企业发展概况

13.2.2 经营效益分析

13.2.3 业务经营分析

13.2.4 财务状况分析

13.2.5 未来前景展望

13.3 东方金钰股份有限公司

13.3.1 企业发展概况

13.3.2 经营效益分析

13.3.3 业务经营分析

13.3.4 财务状况分析

13.3.5 未来前景展望

13.4 广东潮宏基实业股份有限公司

13.4.1 企业发展概况

13.4.2 经营效益分析

13.4.3 业务经营分析

13.4.4 财务状况分析

13.4.5 未来前景展望

13.5 深圳市爱迪尔珠宝股份有限公司

13.5.1 企业发展概况

13.5.2 经营效益分析

13.5.3 业务经营分析

13.5.4 财务状况分析

13.5.5 未来前景展望

13.6 金洲慈航集团股份有限公司

13.6.1 企业发展概况

13.6.2 经营效益分析

13.6.3 业务经营分析

13.6.4 财务状况分析

13.6.5 未来前景展望

13.7 上市公司财务比较分析

13.7.1 盈利能力分析

13.7.2 成长能力分析

13.7.3 营运能力分析

13.7.4 偿债能力分析

第十四章 珠宝首饰行业投资与发展趋势分析

14.1 中国珠宝首饰行业的投资环境与机会

14.1.1 珠宝首饰投资价值分析

14.1.2 珠宝市场投资空间分析

14.1.3 珠宝首饰进出口贸易法规

14.1.4 珠宝首饰行业投资风险

14.2 中国珠宝首饰行业发展展望

14.2.1 珠宝首饰市场发展方向

14.2.2 珠宝首饰行业发展趋势

14.2.3 珠宝首饰行业走势判断

14.3 2018-2022年中国珠宝首饰制造行业预测分析

14.3.1 行业发展有利因素

14.3.2 行业发展不利因素

14.3.3 行业零售规模预测

图表详见正文（LPJP）

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/304438304438.html>