

2018-2023年中国钻石产业市场运营规模现状与未来发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2023年中国钻石产业市场运营规模现状与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：<https://baogao.chinabaogao.com/jinshuzhipin/296892296892.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：sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

珠宝首饰为可选消费品，具有奢侈品属性，因此需求曲线具备极强的需求收入弹性：若居民收入水平或者财富水平上升，则奢侈品的需求将明显增加；对比之下，必需消费品的需求曲线特征则为，价格弹性较大而收入弹性较小，收入上升对需求影响较小。因此，人均收入水平较高的一线城市钻石饰品渗透率较高，2016年达到61%，远高于二线/三四线城市（分别为48%/37%）。

我们认为，未来5年国内钻石饰品需求主要来自于一二线城市客单价及购买频次提升，及三四线城市渗透率提升。而其中，由于三四线城市人口基数更为庞大（一二线城市人口占比约21%），随着收入水平提升其钻石消费渗透率有望复制一二线城市进程，未来将成为最具潜力的钻石消费市场。

图：2008-2015年国内各线城市人口占比

图：2002-2016年国内城镇居民可支配收入（元）和珠宝行业规模（亿元）

图：奢侈品需求收入弹性大于必需品

图：中国一二三四线城市钻石饰品渗透率

一二线城市消费者对钻饰的接受度相对较高，渗透率提升空间相对三四线城市小，未来提升空间更多来自于客单价与购买频次的提升。

克拉钻和品牌钻饰需求提升客单价。

1) 克拉钻需求提升。过去50ct及以下的钻饰居多（EX切工的裸钻一般为5000-20000元），随着该人群经济水平提升，购买克拉钻的趋势显现（1ct及以上裸钻价格在30000以上）。

2) 品质需求。千禧一代更追求品质，对钻戒的要求除了大小外，对品牌的认知度也在提升。根据国家珠宝玉石质量监视检验中心调查，消费者更倾向于购买知名度高、口碑好的品牌产品。而品牌钻石的单价普遍比无品牌产品高，故该趋势也有望推动钻石消费客单价的提升。

图：消费者对钻饰品牌关注度提升

图：克拉钻（1ct及以上）关注超过小钻趋势明显

表达自我需求提高购买频次。如前所述，千禧一代女性更注重自我表达，钻饰使用场景由爱情向日常生活、工作等场景延伸。因此女性会购买多件钻饰以满足不同场景的穿着搭配

，该趋势下，钻饰的购买频次有望提升。

图：珠宝服饰化趋势，更注重可搭配性

三四线城市：千禧一代审美观转变，钻饰在婚庆饰品中渗透率提升。一线城市婚庆饰品市场已进入非黄金时代，以钻石饰品为主；而人均收入水平相对较低的三四线正经历从黄金向非黄金过渡，以钻石和素金饰品为主；农村地区则仍以素金饰品为主。目前农村居民人均可支配收入水平与城镇居民2007年相当，随着三四线城市及农村居民可支配收入提升，年轻人时尚意识增强，这些地区婚庆饰品中钻石对传统素金饰品的替代有望加强，钻石饰品的渗透率有望提升。

考虑到三四线城市及农村人口基数庞大，同时农村人均可支配收入的增速高于城镇。在庞大人口基数及更快的收入提速下，三四线城市及农村地区有望成为未来国内钻石饰品需求增长的主要拉动力。从消费偏好看，根据调查，三四线及农村地区因收入水平和商品价格较低，50ct以下、净度为VS-SI级的钻石需求有望出现较大增长。

图：2013-2016年国内城镇和农村人均可支配收入增速

中国报告网发布的报告书内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。 [【报告目录】](#)

第一章 2016-2017年中国砖石行业发展概述

第一节 2016-2017年砖石行业发展情况概述

一、砖石行业相关定义

二、砖石行业基本情况介绍

三、2016-2017年砖石行业国内发展特点分析

第二节 2016-2017年中国砖石行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、砖石行业产业链条分析

三、2016-2017年中国砖石行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 2016-2017年中国砖石行业生命周期分析

一、砖石行业生命周期理论概述

二、2017年砖石行业所属的生命周期分析

第四节 2016-2017年砖石行业经济指标分析

二、2016-2017年砖石行业的赢利性分析

四、2016-2017年砖石行业的经济周期分析

三、砖石行业附加值的提升空间分析

第五节 2016-2017年国中砖石行业进入壁垒分析

一、砖石行业技术壁垒分析

二、砖石行业规模壁垒分析

三、砖石行业品牌壁垒分析

四、砖石行业其他壁垒分析

第二章 2016-2017年全球砖石行业市场发展现状分析

第一节 全球砖石行业发展历程回顾

第二节 2016-2017年全球砖石行业市场区域分布情况

第三节 2016-2017年亚洲砖石行业地区市场分析

一、2016-2017年亚洲砖石行业市场现状分析

二、2016-2017年亚洲砖石行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2023年亚洲砖石行业市场前景分析

四、2018-2023年亚洲砖石发展趋势分析

第四节 2016-2017年北美砖石行业地区市场分析

一、2016-2017年北美砖石行业市场现状分析

二、2016-2017年北美砖石行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2023年北美砖石行业市场前景分析

四、2018-2023年北美砖石行业发展趋势分析

第五节 2016-2017年欧盟砖石行业地区市场分析

一、2016-2017年欧盟砖石行业市场现状分析

二、2016-2017年欧盟砖石行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2023年欧盟砖石行业市场前景分析

四、2018-2023年欧盟砖石行业发展趋势分析

第六节 2018-2023年世界砖石行业分布走势预测

第七节 2018-2023年全球砖石行业市场规模预测

一、2018-2023年亚洲砖石行业市场规模预测

二、2018-2023年北美砖石行业市场规模预测

三、2018-2023年欧盟砖石行业市场规模预测

第三章 2016-2017年中国砖石产业发展环境分析

第一节 2016-2017年我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 2016-2017年中国砖石行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第四节 2016-2017年中国砖石产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国砖石产业运行情况

第一节 中国砖石行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业技术现状分析

三、行业发展特点分析

第二节 2015-2017年中国砖石行业市场规模分析

第三节 2015-2017年中国砖石行业供应情况分析

一、行业生产企业分析

二、2015-2017年中国砖石行业产能情况分析

三、2015-2017年中国砖石行业产能区域分布情况

第四节 2015-2017年中国砖石行业需求情况分析

一、2015-2017年中国砖石行业行业需求量分析

二、2015-2017年中国砖石行业行业需求区域分布

第四节 2018-2023年中国砖石行业发展趋势分析

第五章 2016-2017年中国砖石市场格局分析

第一节 2016-2017年中国砖石行业竞争现状分析

一、中国砖石行业竞争情况分析

二、中国砖石行业主要品牌分析

第二节 2016-2017年中国砖石行业集中度分析

一、中国行业市场集中度分析

二、中国行业企业集中度分析

第三节 2016-2017年中国砖石行业存在的问题

第四节 2016-2017年中国砖石行业解决问题的策略分析

第五节 2016-2017年中国砖石行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第六章 2016-2017年中国砖石市场价格走势分析

第一节 2016-2017年砖石行业价格影响因素分析

一、成本因素

二、供需因素

三、渠道因素

四、其他因素

第二节 2016-2017年中国砖石行业价格现状分析

一、2016-2017年砖石行业平均价格走势回顾分析

二、2018年砖石行业平均价格走势预测

第三节 2018-2023年中国砖石行业平均价格走势预测

一、价格预测依据

二、2018-2023年中国砖石行业平均价格走势预测

三、2018-2023年中国砖石行业平均价格增速预测

第七章 2015-2017年中国砖石行业区域市场现状分析

第一节 2015-2017年中国砖石行业区域市场规模分布

第二节 2015-2017年中国华东地区砖石市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、2015-2017年华东地区砖石市场规模分析

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、2015-2017年华中地区砖石市场规模分析

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、2015-2017年华南地区砖石市场规模分析

第五节 华北地区市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、2015-2017年华北地区砖石市场规模分析

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、2015-2017年东北地区砖石市场规模分析

第七节 西部地区市场分析

一、西部地区概述

二、西部地区经济环境分析

三、2015-2017年西部地区砖石市场规模分析

第八章 2016-2017年中国砖石行业竞争情况

第一节 2016-2017年中国砖石行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 2016-2017年中国砖石行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 2016-2017年中国砖石行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第九章 中国砖石所属行业数据监测

第一节 中国砖石所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节 中国砖石所属行业产销与费用分析

- 一、产成品分析
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析
- 六、销售成本分析
- 七、销售费用分析
- 八、管理费用分析
- 九、财务费用分析
- 十、其他运营数据分析

第三节 中国*所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第十章 我国砖石行业重点生产企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第九节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章2018-2023年中国砖石行业发展前景分析与预测

第一节2018-2023年中国砖石行业未来发展前景分析

- 一、2018-2023年行业国内投资环境分析
- 二、2018-2023年中国砖石行业市场机会分析
- 三、2018-2023年中国砖石行业投资增速预测

第二节2018-2023年中国砖石行业未来发展趋势预测

第三节2018-2023年中国砖石行业市场发展预测

一、2018-2023年中国砖石行业市场规模预测

二、2018-2023年中国砖石行业市场规模增速预测

三、2018-2023年中国砖石行业产值规模预测

四、2018-2023年中国砖石行业产值增速预测

第四节2018-2023年中国砖石行业盈利走势预测

一、2018-2023年中国砖石行业毛利润同比增速预测

二、2018-2023年中国砖石行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2023年中国砖石行业投资风险与营销分析

第一节 2018-2023年砖石行业投资风险分析

一、2018-2023年砖石行业政策风险分析

二、2018-2023年砖石行业技术风险分析

三、2018-2023年砖石行业竞争风险分析

四、2018-2023年砖石行业其他风险分析

第二节 2018-2023年砖石行业企业经营发展分析及建议

一、2018-2023年砖石行业经营模式

二、2018-2023年砖石行业生产模式

三、2018-2023年砖石行业销售模式

第三节 2018-2023年砖石行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2023年中国砖石行业发展策略及投资建议

第一节 2018-2023年中国砖石行业品牌战略分析

一、砖石企业品牌的重要性

二、砖石企业实施品牌战略的意义

三、砖石企业品牌的现状分析

四、砖石企业的品牌战略

五、砖石品牌战略管理的策略

第二节2018-2023年中国砖石行业市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 2018-2023年中国砖石行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2018-2023年中国砖石行业发展策略及投资建议

第一节 2018-2023年中国砖石行业产品策略分析

一、产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 2018-2023年中国砖石行业营销渠道策略

一、2018-2023年砖石行业营销模式

二、2018-2023年砖石行业营销策略

第三节 2018-2023年中国砖石行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、2018-2023年中国砖石行业投资区域分析

二、2018-2023年中国砖石行业投资产品分析

更多图表详见正文 (GSLWK)

特别说明：中国报告网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影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/jinshuzhipin/296892296892.html>