



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2016-2022年中国珠宝首饰市场发展现状及战略咨询报告

# 一、调研说明

《2016-2022年中国珠宝首饰市场发展现状及战略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/275406.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

珠宝消费者市场也可以称为珠宝零售市场，是以个人消费者为主组成的市场，是珠宝首饰的最终消费者，是分布面积最广泛的珠宝市场类型。

珠宝消费者市场是一个最具吸引力的市场，不仅因为它遍及范围广，消费群体大，更主要的是珠宝消费者市场的兴衰直接影响到其它珠宝市场类型的生存和发展，是珠宝市场营销学研究的主体。

珠宝首饰行业上游是黄金、铂金、钻石、宝玉石的开采、冶炼、毛坯加工行业。随着上游行业生产工艺的不断进步，不断为珠宝首饰行业提供高质量的产品，可有效满足珠宝首饰行业技术、工艺的需求，提高行业产品质量，促进行业的发展。

珠宝首饰行业的下游为产品的最终消费者。我国拥有巨大的人口基数，而且随着人均可支配收入的不断提高、城市化进程的推进以及珠宝消费的多元化发展，保证了我国珠宝首饰行业拥有广阔且日益扩大的消费群体。

2013年中国珠宝首饰市场的零售额4720亿元，包括贵金属首饰、珠宝、钻石、玉石以及有机宝石。目前在4720亿元的消费市场上，黄金首饰占有75%以上的份额。钻石从“钻石恒久远，一颗永流传”的口号提出，到现在形成了一个300亿元的市场。作为民族最传统、底蕴最深厚的玉石文化，深深地扎根在华人的心中，尽管目前的市场较前些年有所萎缩，但是仍然拥有200-300亿元的年销售额。2005-2013年中国珠宝首饰行业市场销售规模（单位：亿元 %）资料来源：艾凯咨询网整理

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家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。

报告揭示了珠宝首饰行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国珠宝首饰做了重点企业经营状况分析，并分析了中国珠宝首饰行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 我国珠宝首饰行业发展现状	1
第一节 珠宝首饰的分类和商品属性	1
一、珠宝首饰的分类	1
二、珠宝的商品属性	3
三、珠宝首饰行业的特点	5
第二节 我国珠宝首饰业发展环境分析	6
一、2013年宏观经济运行指标分析	6
二、2014年宏观经济运行指标分析	9
三、2016-2022年中国经济发展预测	27
第三节 我国珠宝首饰行业发展现状	28
一、中国珠宝首饰行业30年发展回顾	28
二、中国珠宝首饰行业面临转型良机	29
三、我国珠宝首饰批发企业的现状分析	30
四、2014年我国珠宝首饰行业发展现状分析	31
五、黄金珠宝业酝酿制定行业标准	33
六、两岸珠宝行业合作研制珠宝首饰共通标准	34
七、《珠宝首饰行业服务规范》起草单位征集通知	34
八、我国珠宝玉石首饰行业发展瓶颈分析	34
九、我国珠宝首饰行业面临的基本问题及应对措施	36
第四节 我国珠宝首饰生产加工设计业现状及趋势	37
一、我国珠宝加工业发展概况	37
二、我国珠宝加工企业分布状况	37
三、我国珠宝首饰设计业现状分析	38
四、我国珠宝加工业发展主要制约因素	38
五、珠宝加工行业整体解决方案简析	39
六、未来中国将成为世界级珠宝首饰生产加工中心	40
第五节 我国珠宝首饰行业存在的问题	40
一、未有强势品牌	40
二、劳动生产率低	41
三、设备及设计理念落后	41
四、管理显得滞后	41
五、员工素质有待提高	42

## 六、珠宝业标准缺失暴利遍布急需立法 42

## 第二章 珠宝首饰行业不同市场概况 45

### 第一节 珠宝消费者市场分析 45

#### 一、珠宝消费者市场概述 45

#### 二、我国珠宝市场产业链简介 45

#### 二、男性珠宝饰品消费市场渐形成 45

#### 三、珠宝消费者购买心理与购买动机 47

#### 四、影响珠宝消费者购买行为的因素 51

#### 五、珠宝消费者购买决策过程分析 57

### 第二节 我国珠宝中间商市场 60

#### 一、批发商 60

#### 二、零售商 61

### 第三节 珠宝生产者市场分析 61

#### 一、从交易规模和交易方式来看 61

#### 二、从购买行为来看 62

#### 三、从购买目的来看 62

#### 四、从交易行为主体来看 62

#### 五、从决策类型和决策过程来看 63

### 第四节 珠宝服务市场 63

#### 一、珠宝设备供给市场 63

#### 二、珠宝加工、镶嵌市场 63

#### 三、首饰陈设、包装服务市场 64

## 第三章 中国珠宝首饰市场整体分析 65

### 第一节 中国珠宝首饰市场总体状况 65

#### 一、国内珠宝首饰市场结构的表现 65

从品类结构上看，目前足黄金珠宝在中国珠宝市场占比最高。在中国崇尚黄金珠宝的文化传统与近年高金价驱动的旺盛投资需求下，足黄金珠宝成为国内珠宝市场的主要品类（2013年约占50%）。铂金/K金及钻石/玉石珠宝分别占6%/17%/15%。

而从国际市场上看，钻石珠宝所占份额最大（47%）。黄金珠宝/铂金珠宝分别占42%/6%份额。美国/日本/欧洲等发达市场均以钻石珠宝为主流。2013年中国珠宝市场各产品结构 资料来

源：BAIN 2012 年国际珠宝市场各产品结构资料来源：BAIN

二、中国珠宝首饰市场销售管道分析 66

三、中国珠宝首饰市场竞争形势 68

四、珠宝首饰市场的信息不对称问题剖析 72

五、中国珠宝首饰消费市场的变化 76

第二节 珠宝首饰市场现状分析 77

一、中国珠宝首饰市场状况 77

二、市场供需居世界前列 78

国际珠宝行业主要存在四类竞争者：10~20 家国际珠宝专业品牌商，如 Tiffany/Bulgari 等；10~20 家多品牌奢侈品运营商，如 LVMH（路威酩轩）/Richemont（历峰集团）/Kering（开云集团）/Hermes（爱马仕）等；近1000 家区域性珠宝零售商，如周大福、周生生、Signet、Zale 等；第四类企业主要是上万家品牌知名度较低的中低端珠宝制造商。国际珠宝市场主要竞争者资料来源：Euromonitor

据统计：国际珠宝首饰市场规模为2610亿美元，较上年同期增长5.24%，当中中国是全球第一大珠宝首饰消费市场，规模为761亿美元，占全球市场总量的29.1%。2011-2013年全球珠宝首饰市场规模 资料来源：Euromonitor 全球珠宝市场消费格局资料来源：Euromonitor

三、产品多样化格局已经形成 79

四、珠宝首饰市场化走向成熟 81

第三节 2014-2015年珠宝首饰市场发展情况分析 84

一、2012年中国珠宝首饰行业发展分析 84

二、2013年我国珠宝首饰市场规模分析 85

三、2013年中国珠宝首饰行业发展分析 86

四、2014年中国金银珠宝业零售总额增幅居榜首 86

第四章 黄金行业发展情况分析 89

第一节 2014-2015年国际黄金市场分析 89

一、2012年全球黄金市场供应概况 89

二、2012年全球黄金市场需求概况 89

三、2012年全球主要行业黄金需求分析 92

四、2012年世界黄金市场供求总结 93

五、2013年全球黄金行情总结 94

从全球黄金需求情况看，2013 年全球黄金需求总量为 3,756.1 吨，同比下降 14.94%。具体

来看，在美国经济持续回暖、美联储量化宽松政策退出预期逐渐增强的背景下，2013 年黄金 ETF 持仓大幅下降。据世界黄金协会（WGC）数据显示，2013 年黄金 ETF 的投资者全年售出 880 吨黄金，成为黄金需求量下降的最主要原因。此外，2013 年全球央行购买黄金的速度也有所减缓，全年央行净购买量为 368.6 吨，较 2012 年减少了 32.26%。

2014-2015 年全球黄金需求分析

数量：吨	金额：百万美元	2012	2013	5年平均同比增长	2012	2015	5年平均同比增长	
珠宝首饰	1,896.12	209.51	983.31	7101	745100	24887	617-1	
科技	407.54	404.84	27.8-121	86418	36518	836-16	投资	
1,568.17	73.31	410.5-5184	14435	08562	462-58	金条和金币需求总量	1,289.01	
654.11	292.82	869	16975	04958	6869	ETF及类似产品	279.1-880.81	
17.7-14	975-39	9643	776-央行净买入	544.13	68.62	282.6-3229	19316	
72414	198-43	黄金需求	4,415.83	756.14	104.3-15236	946170	422183	
113-28	资料来源：世界黄金协会	2013年中国与印度需求均有增长。中国黄金消费需求增长32%，达到创纪录的1,066公吨。印度黄金消费需求增长13%，达到975公吨。2013年全球黄金需求分国家统计	2013年珠宝首饰金条和金币投资总量	印度612.73	62.19	74.8大中华区711.44	08.71	
120.1	中国668.73	97.11	065.8	香港35.32	838.1	台湾7.58	816.2	
日本17.63	721.3	印尼37.93	0.168	0韩国9.77	817.5	泰国3.51	36.61	
40.1	越南11.98	0.392	2中东178.55	2.72	31.2沙特阿拉伯55.01	7.272	2埃及41.815	
557.3	阿联酋61.815	377.1	其他的海湾19.94	824.6	土耳其73.31	01.91	75.2	
俄罗斯73.3-73.3	美国122.86	7.51	90.3欧洲独联体43.62	65.23	08.9意大利20.2-20.2	英国23.4-23.4	法国-1.91	
9德国-121.01	21.0瑞士-65.165	1其他欧洲-77.377	3资料来源：世界黄金协会	& middot; 全球黄金消费需求增强。全球范围内新兴市场与发达市场的黄金消费需求均出现大幅提升。土耳其需求增长60%，泰国增长73%，美国增长18%。	& middot; 印度的黄金需求依然强劲。尽管2013年该国对黄金的进口作了一些限制，印度的黄金需求依然呈上涨趋势，全年黄金需求达到975公吨，而2012年为864公吨。我们估计2013年通过非官方管道流入印度的黄金几乎是2012年的两倍，这弥补了官方黄金进口量的减少。	& middot; 尽管净购买的规模较2012年减少32%，各国央行依然是黄金的重要买家，这一趋势从2009年开始延续至今。全年四个季度各国央行净购买量总计达369公吨，连续12个季度保持净流入。	& middot; 随着投资者持续调整投资组合以应对市场变化，2013年第四季度ETF净减持180公吨。2013年全年，投资者从ETF中赎回共计881公吨。	& middot; 2013年，科技领域的需求达到405公吨，与2012年的407公吨相比几乎保持不变。

2013年全年黄金需求与供应数据

- & middot; 2013年黄金需求为3,756公吨，较2012年上浮15%。
- & middot; 2013年黄金均价为1,411美元/盎司，较2012年下跌15%。
- & middot; 2013年全球金饰需求为2,209公吨，较2012年增长17%。

· 2013年全球金条与金币的需求达创纪录的1,654公吨,较2012年增长28%。

· 2013年科技领域的需求为405公吨,较2012年的407公吨几乎保持不变。

· 随着投资者继续调整投资组合,2013年ETF净减持达881公吨。

· 2013年央行净购买黄金总计369公吨,较2012年减少32%。

· 2013年黄金供应总量为4,340公吨,较2012年减少2%。2013年全球黄金供需结构

2013年1季度2季度3季度4季度供应量矿山生产3,018.6684.1732.8799.0802.7生产商净对  
冲-50.1-10.6-15.1-5.9-18.5矿山供应总量2,968.5673.5717.7793.1784.2回收黄金1  
,371.4361.7301.3369.0339.4供应总量4,339.91,035.21,019.01,162.01,123.6需求量制造业  
珠宝首饰2,197.9536.1638.9520.4502.4科技404.8102.5103.2102.896.2制造以上小计2  
,602.6638.6742.1623.3598.7金条和金币需求总量1,654.1441.1585.2300.8327.0ETF及类  
似-880.8-176.5-402.2-121.8-180.3央行净买入368.6129.182.496.261.0黄金需求3,744.51,032.21  
,007.4898.5806.4场外交易投资和库存流动595.43.011.6263.5317.2需求总量4,339.91,035.21  
,019.01,162.01,123.6 资料来源:世界黄金协会

## 六、2014年黄金行情回顾 98

### 第二节 2014-2015年我国黄金行业运行情况分析 103

#### 一、2013年黄金行业经济运行情况 103

#### 二、2014年黄金行业经济运行情况 104

#### 三、2014年中国进口黄金情况分析 105

#### 四、2015年黄金业机遇挑战并存 106

### 第三节 2012-2015年我国黄金行业政策颁布情况 107

#### 一、我国黄金资源开采政策取向 107

#### 二、黄金表壳、黄金表带纳入进出口管理范围 110

#### 三、国家明确黄金期货交易有关税收政策 110

#### 四、六部委《关于促进黄金市场发展的若干意见》促黄金市场 111

#### 五、中国设定国家黄金标准为99.999% 115

#### 六、国家安全监管总局关于加强金矿开采企业粉尘危害治理工作的通知 115

### 第四节 2006-2013年我国黄金生产和消费情况分析 118

#### 一、2012年中国黄金产量数据 118

#### 二、2013年中国黄金产量数据 119

#### 三、2014年我国黄金产量统计 120

#### 四、国内现货黄金交易量全球第一 121

#### 五、2015年中国黄金产量及需求分析 122



## 第五节 2015年我国黄金区域市场分析 122

一、广东 122

二、深圳 123

三、河南 124

四、山东 124

五、新疆 125

六、江西 126

七、云南 128

八、青海 128

九、吉林 130

## 第六节 2015年中国黄金投资策略分析 130

一、2015年全球黄金价格走势预测 130

二、2015年黄金投资机会分析 131

## 第五章 钻石行业发展情况分析 135

### 第一节 世界钻石行业情况 135

一、世界钻石资源分布 135

二、世界钻石市场体系 136

三、2015年国际钻石市场分析 137

### 第二节 我国钻石行业分析 143

一、钻石加工业发展现状 143

二、中国钻石首饰零售业的现状 144

三、中国成为世界钻石行业的中心 147

四、面对国际化竞争国内钻石企业大有可为 147

### 第三节 中国钻石市场发展分析 148

一、我国钻石市场的发展状况 148

二、浅析钻石市场交易的价格评估 149

三、中国成为世界第二大钻石消费市场 152

四、2015年中国钻石市场分析 153

五、2016-2022年我国钻石市场发展展望 154

## 第六章 珍珠行业发展情况分析 156

第一节 珍珠的贸易及市场	156
一、珍珠的来源及分类	156
二、珍珠的采收简介	158
三、国际珍珠贸易及市场	160
第二节 我国珍珠行业分析	161
一、中国珍珠业分析	161
二、中国淡水珍珠产地重心转移	162
三、中国珍珠产业大问题	162
四、我国珍珠首饰行业发展策略	163
五、企鵝珍珠贝附壳珍珠培育成功	166
第三节 2015年中国珍珠行业发展情势分析	167
一、我国淡水珍珠市场现状和发展趋势	167
二、2015年珍珠价格与销量情况	168
三、2013年浙江省珍珠产业协会发布《养殖珍珠首饰》行业标准	168
四、2015年浙江诸暨珍珠产业打破全球高端珍珠市场垄断局面	169
五、2015年诸暨发布珍珠价格指数	169
第四节 珍珠主要产区分析	170
一、雷州	170
二、诸暨	174
三、常德	174
第五节 浙江珍珠产业化发展的深思	176
一、发展珍珠产业的基础	176
二、存在的问题	177
三、发展珍珠产业化的新途径	177
第六节 中国海水珍珠发展的思考	180
一、世界海水珍珠基本现状	180
二、我国海水珍珠的基本状况	180
三、我国海水珍珠与淡水珍珠之比较	181
四、我国珍珠产业链分析与发展建议	181
五、我国海水珍珠产业发展的思考	181

第七章 翡翠行业发展情况分析	183
----------------	-----

第一节 翡翠的贸易与市场	183
一、翡翠的相关概述	183
二、翡翠的产地及来源	183
三、翡翠的交易及市场	186
第二节 2015年我国翡翠市场分析	187
一、我国翡翠加工流程	187
二、翡翠市场发展前景	190
三、翡翠饰品的五种商品类型	191
四、礼品升温对翡翠行业的影响分析	192
五、翡翠市场发展主要影响因素分析	194
六、2015年翡翠市场价格情况分析	195
七、2015年华南首家和田玉交易中心在深圳开业	196
第三节 翡翠文化市场发展分析	197
一、品牌战略培训创新颠覆传统	197
二、诚信经营晋商理念深入发扬	197
三、传播文化勾勒完美绿色时尚	198
第四节 翡翠行业投资分析	199
一、物以稀为贵	199
二、文化底蕴深厚	200
三、三分料，七分工	200
四、文化独具魅力	201
五、翡翠投资价值分析	201
六、投资前景巨大	202
第八章 其他细分行业分析	204
第一节 白银行业	204
一、我国白银工业发展现状	204
二、2015年中国白银产量数据	205
三、2015年世界白银市场的供需分析	205
四、2015年白银市场发展分析	207
五、2015年我国白银产量分析	212
六、白银市场重要发展空间分析	213

## 七、中国白银首饰业的发展前景和趋势 214

### 第二节 铂金行业 214

#### 一、2015年我国铂金市场价格情况 214

#### 二、2015年我国铂金首饰消费比价情况 215

#### 三、2015年我国铂金投资机会 216

## 第九章 主要区域市场发展情况分析 218

### 第一节 广东市场发展情况分析 218

#### 一、广东珠宝加工业现状与特点 218

#### 二、广东珠宝行业的竞争问题 219

#### 三、广东领跑黄金珠宝首饰行业 220

#### 四、广东珠宝贵金属抽检结果分析 222

#### 五、广东黄金饰品将告别以克论价 224

#### 六、番禺珠宝首饰行业发展状况分析 225

#### 七、广州花都珠宝首饰行业发展状况分析 227

#### 八、广东省出台《黄金及其他贵金属珠宝产业发展十二五规划》 227

#### 九、东莞成广东重点发展黄金珠宝产业城市之一 228

### 第二节 深圳市场发展情况分析 228

#### 一、深圳珠宝产业集聚地概况 228

#### 二、深圳支持珠宝企业走向全球 230

#### 三、深圳抢占珠宝电子商务高地 232

#### 四、200家珠宝品牌汇聚深圳西部 233

#### 五、美国深圳珠宝中心即将启动 235

#### 六、深圳珠宝首饰产业创新的思考 235

#### 七、深圳珠宝首饰产业集聚地远景 245

#### 八、深圳珠宝加工企业的产品附加值提高之路 246

### 第三节 2015年上海市场发展情况分析 248

#### 一、上海黄金珠宝业市场概况 248

#### 二、上海黄金珠宝业品牌格局分析 249

#### 三、上海黄金珠宝业产品结构分析 251

#### 四、上海黄金珠宝业发展方向分析 252

#### 五、上海黄金珠宝市场机遇与挑战并存 253

六、上海黄金珠宝行业即将进入创意时代	254
七、2015年上海黄金珠宝消费预测	254
第四节 北京市场发展情况分析	255
一、北京市珠宝批发市场状况综述	255
二、北京珠宝新市场发展情况分析	260
三、2015年北京黄金珠宝市场分析	262
第五节 2015年其他地区珠宝市场发展概况	264
一、云南	264
二、甘肃	264
三、辽宁	264
四、湖南	265
五、黑龙江	265
六、南京	266
七、武汉	266
八、重庆	266
九、银川	266
十、济南	266
十一、天津	268
十二、兰州	268

## 第十章 浙江省金银珠宝首饰市场分析 269

### 第一节 2015年浙江省金银珠宝市场分析 269

#### 一、2013年浙江省金银珠宝市场分析 269

#### 二、2014年浙江省金银珠宝市场分析 269

### 第二节 2015年浙江省黄金市场分析 269

#### 一、2012年浙江省黄金市场分析 269

#### 二、2013年浙江省黄金市场分析 270

#### 三、2014年浙江省黄金产量分析 272

### 第三节 2014-2015年浙江省白银市场分析 272

#### 一、2012年浙江省白银市场分析 272

#### 二、2013年浙江省白银市场分析 273

#### 三、2014年浙江省白银产量分析 273

#### 第四节 2014-2015年浙江金银珠宝主要城市分析 274

一、杭州 274

二、宁波 274

三、温州 274

四、绍兴 275

#### 第五节 2014-2015年浙江明牌珠宝股份有限公司分析 276

一、公司简介 276

二、2012年企业经营情况分析 276

三、2013年企业经营情况分析 282

四、2012-2015年企业财务数据分析 288

五、2015年公司发展展望及策略 289

### 第十一章 珠宝首饰业消费者分析 291

#### 第一节 我国消费品市场形势分析 291

一、2015年居民生活水平分析 291

二、2015年零售市场情况分析 291

三、2015年中国财富景气指数情况 292

四、2015年中国奢侈品消费市场 293

#### 第二节 2014-2015年中国珠宝消费市场分析 294

一、2013年中国珠宝消费形势分析 294

二、2014年国内珠宝消费市场情况 295

三、我国珠宝首饰市场交易主体问题 295

四、我国珠宝消费市场需求潜力分析 298

五、金饰成为婚庆珠宝市场消费主流 300

#### 第三节 珠宝消费者市场特点分析 300

一、从消费水平上来看 300

二、从顾客构成来看 301

三、从交易的规模和方式来看 301

四、从购买行为来看 302

五、从购买目的来看 302

六、从购买行为主体来看 302

#### 第四节 珠宝首饰消费心理特征分析 303

一、美化装饰心理	303
二、象征寓意心理	303
三、纪念心理	303
四、储备心理	304
五、时髦心理	304
六、社会礼仪心理	304
七、身份心理	304
八、艺术心理	305
九、感情心理	305
十、实用心理	305
第五节 中国珠宝首饰消费的地理特征	305
一、珠宝消费能力	305
二、珠宝品牌认知度	306
三、珠宝品牌渗透率	306
四、最时尚的珠宝品牌	307
五、珠宝消费地理特征的启示	307
第六节 珠宝消费市场趋势	308
一、个性化趋势	308
二、高档化趋势	308
三、名牌化趋势	308

## 第十二章 珠宝首饰业的营销现状与策略 309

### 第一节 中国珠宝市场营销环境分析 309

一、人口环境	309
二、经济环境	309
三、社会文化环境	310
四、政治法律环境	311

### 第二节 珠宝首饰业销售渠道分析 312

一、珠宝零售及批发渠道	312
二、我国饰品行业的主要销售形式	317
三、我国饰品行业的主要发展趋势	317
四、2015年我国珠宝行业电子商务或将现井喷式发展	318

第三节 我国珠宝首饰业中的营销手段分析	319
一、展销	319
二、价格促销	319
三、广告促销	320
四、加盟连锁	321
五、渠道营销	322
六、网络营销	324
七、品牌营销	325
八、关系营销	326
第四节 珠宝首饰的价值构成及价格策略	327
一、珠宝首饰的价值构成	327
二、价格及价格制定	328
第五节 珠宝首饰业的差异化营销与市场定位	336
一、珠宝的差异化营销	336
二、我国珠宝厂商的正确市场定位	336
第六节 中国饰品市场竞争策略	339
一、中国饰品市场的六个主要竞争策略	339
二、中国珠宝中小企业的竞争策略	342
第七节 提升中国珠宝首饰零售业核心竞争力的措施	344
一、核心竞争力的含义与特征	344
二、我国珠宝首饰行业营销方式存在的问题	345
三、提升中国珠宝首饰零售业核心竞争力的措施	349
第八节 珠宝首饰业的网络营销情况分析	350
一、传统珠宝零售商进军互联网新战场	350
二、网络时代给传统经济带来的机遇与挑战	351
三、珠宝首饰网络营销的模式与基本内容	352
四、珠宝首饰网络营销的现状与发展	355
五、中国珠宝首饰在线消费需求分析	356
六、珠宝首饰网络"DIY"营销模式	357
第十三章 珠宝专卖终端管理策略	359
第一节 珠宝专卖终端管理不同时期特点与应对策略	359



一、导入期的特点及应对策略	359
二、上升期的特点及应对策略	359
三、成长期的特点及应对策略	360
四、成熟期的特点及应对策略	361
第二节 珠宝专卖终端管理店址选择与陈列策略	361
一、店址选择	361
二、店头的照明与色彩	362
三、POP广告	363
四、商品陈列设计	364
第三节 珠宝专卖终端销售过程的礼貌和用语	365
第四节 珠宝专卖终端促销策略	367
第五节 六桂福珠宝终端运营之道	367
第十四章 行业竞争格局分析	370
第一节 我国珠宝业总体格局	370
一、我国珠宝业竞争形势分析	370
二、珠宝商差异化竞争现状分析	375
三、珠宝电子商务的竞争优势分析	377
四、2015年珠宝行业竞争状况分析	378
五、中国珠宝首饰业将面临群雄纷争的未来	380
六、2015年中外珠宝商争夺内地市场	381
六、目前我国市场上各大珠宝品牌商竞争情况、分布情况	381
第二节 2012-2015年外资进入中国市场情况分析	382
一、2012年卡地亚高级珠宝南京首发	382
二、2012年欧洲顶级珠宝再次访问中国	383
三、2012年绰美珠宝进入中国对决卡地亚	383
四、2012年意大利珠宝瞄准中国市场	384
五、2012年法国殿堂级珠宝CHAUMET进驻春城	386
六、2012年亚洲知名珠宝品牌昭仪翠屋进驻上海	387
七、2013年戴比尔斯珠宝北京精品店隆重开张	388
八、2013年CHAUMET成都专门店进驻美美百货	391
第三节 区域珠宝品牌间的合作竞争博弈探讨	392

一、中国珠宝首饰行业概况及竞争形势	392
二、区域珠宝品牌间合作竞争博弈的意义	393
三、区域珠宝品牌间合作竞争博弈领域和方式	395
四、区域珠宝品牌间合作竞争博弈的建议策略	396
五、未来区域珠宝首饰品牌间的合作竞争博弈	398

## 第十五章 行业主要企业分析 399

### 第一节 香港周生生珠宝（00116） 399

一、公司简介	399
二、2013年公司经营情况分析	400
三、2014年公司经营情况分析	402
四、2015年公司财务数据分析	405
五、2013年周生生推出全新品牌形象	406

### 第二节 明丰珠宝集团有限公司（00860） 406

一、公司简介	406
二、2015年公司经营情况分析	407
三、明丰珠宝收购JOY	410
四、明丰珠宝引入亨得利为大股东	410

### 第三节 谢瑞麟珠宝金行（中国）公司（00417） 411

一、公司简介	411
二、谢瑞麟珠宝复牌之路	415
三、公司未来发展展望与策略	415
四、谢瑞麟珠宝金行公司北京市场营销策略探讨	416

### 第四节 六福珠宝（00590） 426

一、公司简介	426
二、2015年公司经营情况分析	428
三、2015年公司财务数据分析	430
四、六福珠宝发布二三线城市扩张计划	431

### 第五节 东方金钰（600086） 432

一、公司简介	432
二、2015年企业经营情况分析	433
三、2015年企业经营情况分析	435

四、2015年企业财务数据分析	436
五、2015年公司发展展望及策略	440
第六节 老凤祥（600612）	440
一、公司简介	440
二、老凤祥竞争优势分析	441
三、2013年企业经营情况分析	441
四、2014年企业经营情况分析	447
五、2015年企业财务数据分析	453
六、2015年公司发展展望及策略	453
七、老凤祥公司未来发展战略分析	454
八、老凤祥公司增强首饰设计软实力策略	454
第七节 周大福珠宝金行（01929）	454
一、公司发展大事记	454
二、公司发展历程	455
三、2015年公司在内地开设分店数量	459
四、周大福积极筹备IPO	459
第八节 千禧之星	460
一、公司简介	460
二、企业经营情况分析	461
第九节 恒和珠宝（00513）	462
一、公司简介	462
二、2013年公司将逐步成为集团营运中心	463
三、2015财年企业经营情况分析	463
第十节 其他知名企业	467
一、深圳市福麒珠宝首饰有限公司	467
二、香港周六福珠宝集团	469
三、香港名钻坊	470
四、广东潮宏基（002345）	470
五、浙江日月首饰集团有限公司	473
六、北京菜百	475
七、上海老庙黄金有限公司	475

第十六章 2016-2022年珠宝首饰行业未来发展趋势分析	477
第一节 行业发展政策环境分析	477
第二节 2016-2022年中国珠宝首饰行业发展趋势分析	477
一、未来中国珠宝首饰行业的发展方向	477
二、中国珠宝首饰行业发展趋势判断	481
三、中国珠宝首饰行业消费潜力巨大	481
四、2011-2020年我国珠宝销售预测	482
五、2015年中国奢侈品消费情况预测	483
第十七章 2016-2022年珠宝首饰行业发展对策分析	487
第一节 珠宝品牌战略制胜策略	487
一、珠宝企业品牌发展战略	487
二、珠宝区域品牌发展战略	488
三、珠宝国家品牌发展战略	490
第二节 珠宝首饰行业品牌发展策略	492
一、珠宝品牌建设急需借鉴传统文化	492
二、珠宝企业如何树立品牌才是长久之计	494
三、中国珠宝企业应加强研发从贴牌走向自主设计	496
四、珠宝业：从渠道为王向品牌之争的过渡	497
五、三线珠宝企业品牌升级的路径	500
六、中国饰品企业应谋"四势"求发展	503
七、中国饰品急需差异化品牌定位	506
第三节 浅谈中国珠宝首饰业的价格战和价格联盟	508
一、价格、价格战和价格联盟的定义	508
二、珠宝企业之间的价格战和价格联盟	508
三、珠宝企业的价格战和价格联盟选择	510
四、未来珠宝企业间的价格战和价格联盟	511
第四节 黄金行业发展循环经济策略	512
一、发展循环经济的思考	512
二、发展循环经济的建议	513
三、发展循环经济的有效途径	513
第五节 珍珠珠宝首饰企业发展之道	514

一、提高原珠质量	514
二、增强设计水平	515
三、重视珍珠推广	515
四、树立强势品牌	516
五、解读珍珠文化	517
第六节 珠宝行业信息化解决方案	517
一、珠宝饰品行业管理现状	517
二、管理总体需求	519
三、管理预期目标	520
第七节 对于企业进入珠宝行业的建议	521
一、从价值链角度看	521
二、各种首饰的发展前景	522

#### 图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

图表：珠宝首饰行业产业链

图表：2011-2015年年我国珠宝首饰行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年年我国珠宝首饰行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年年我国珠宝首饰行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2015年年我国珠宝首饰行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2015年年我国珠宝首饰行业产成品增长趋势图

图表：2011-2015年年我国珠宝首饰行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2015年年我国珠宝首饰行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2015年年我国珠宝首饰行业费用使用统计图

图表：2011-2015年年我国珠宝首饰行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2015年年我国珠宝首饰行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业6

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：其他企业&hellip;&hellip;

图表：主要经济指标走势图

图表：2011-2015年珠宝首饰行业市场供给

图表：2011-2015年珠宝首饰行业市场需求

图表：2011-2015年珠宝首饰行业市场规模

图表：珠宝首饰所属行业生命周期判断

图表：珠宝首饰所属行业区域市场分布情况

图表：2016-2022年中国珠宝首饰行业市场规模预测

图表：2016-2022年中国珠宝首饰行业供给预测

图表：2016-2022年中国珠宝首饰行业需求预测

图表：2016-2022年中国珠宝首饰行业价格指数预测

图表：&hellip;&hellip;

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/275406.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>



中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等；

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。