



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/276475.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

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。2014年我国珠宝首饰市场销售金额接近5000亿元，约4920亿元。

2005-2014年中国珠宝首饰行业市场销售规模（单位：亿元 %）

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。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，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，报告对珠宝首饰行业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7

三、2016-2022年中国经济发展预测24

第三节 我国珠宝首饰行业发展现状25

一、中国珠宝首饰行业30年发展回顾25

二、中国珠宝首饰行业面临转型良机26

三、我国珠宝首饰批发企业的现状分析28

四、2014年我国珠宝首饰行业发展现状分析30

五、黄金珠宝业酝酿制定行业标准31

六、两岸珠宝行业合作研制珠宝首饰共通标准32

七、《珠宝首饰行业服务规范》起草单位征集通知32

八、我国珠宝玉石首饰行业发展瓶颈分析33

九、我国珠宝首饰行业面临的基本问题及应对措施34

第四节 我国珠宝首饰生产加工设计业现状及趋势35

一、我国珠宝加工业发展概况35

二、我国珠宝加工企业分布状况35

三、我国珠宝首饰设计业现状分析36

四、我国珠宝加工业发展主要制约因素36

五、珠宝加工行业整体解决方案简析37

六、未来中国将成为世界级珠宝首饰生产加工中心38

第五节 我国珠宝首饰行业存在的问题38

一、未有强势品牌38

二、劳动生产率低39

三、设备及设计理念落后39

四、管理显得滞后39

五、员工素质有待提高40

六、珠宝业标准缺失暴利遍布急需立法40

第二章 珠宝首饰行业不同市场概况43

第一节 珠宝消费者市场分析43

一、珠宝消费者市场概述43

二、我国珠宝市场产业链简介43

二、男性珠宝饰品消费市场渐形成43

三、珠宝消费者购买心理与购买动机45

四、影响珠宝消费者购买行为的因素49

五、珠宝消费者购买决策过程分析55

第二节 我国珠宝中间商市场58

一、批发商58

珠宝中间商市场由获得珠宝产品再行销售给他人以取得利润的组织或个人组成，是勾通珠宝生产者市场和珠宝消费市场的桥梁。主要为珠宝消费市场提供珠宝成品或半成品，中间商的存在对生产企业的珠宝分销活动发挥着十分重要的作用，是分销活动的主体，绝大多数珠宝产品是通过中间商转卖给消费者的。

中间商的购买可以分为两个部分，一是用于再销售的中间商，这是常见的中间商；另一种是用于自身营运的需要，以类似于“生产者”的身份购买，如某企业是从事综合业务的珠宝企业，从原材料采购到生产加工直到将产品提供给消费者。它们的主要角色是中间商，但同时也扮演“生产者”的角色。这里我们仅讨论前者。

在珠宝的实际分销活动中，中间商的类型是多种多样的。中间商按其是否对所经销的商品拥有所有权，可分为代理商和经销商，代理商和经销商的主要区别就是看其是否拥有商品的所有权。经销商按其经营形式的不同又可分为批发商和零售商。

批发商

批发是指商品批量销售于那些为了再销售或企业使用而购买的人或企业时所涉及的一切经营活动。珠宝批发商有很多种类型：

- 单一品种的宝石批发商

- 综合性宝石批发商

- 珠宝成品批发商。

二、零售商59

零售是指把商品出售给最终消费者，从其个人非商业性使用的过程中所涉及的一切经营活动。

零售商是珠宝营销系统中数量最多的一个组织，他们面对的是最终消费者，处在商品流通

的最终环节，是生产者和消费者之间的重要桥梁。产品的最终价值是通过零售商来实现的。按照零售商出售商品形式的不同，我们可以把零售商分为如下类型：

·大型百货商场零售商

这是我国珠宝市场形成之初的一种零售形式，只到现在仍有很强的生命力。

·专卖店形式的零售商

这是近年来珠宝零售业发展的一个新趋势。以珠宝首饰零售为主的珠宝企业纷纷建立有本企业特色的专业珠宝零售店。

·无店零售商

这是一种以直销的方式将产品转移到最终消费者手中的一种零售类型。传统的做法是上门推销，新近的发展是通过电视购物、电子商务等形式来从事无店零售。

第三节 珠宝生产者市场分析59

一、从交易规模和交易方式来看59

从交易规模和交易方式来看，珠宝生产者市场是一个交易次数有限、交易额较大的市场。珠宝生产者市场主要是为制造商（如钻石加工商或代理商）提供珠宝原材料，这种交易都是在相关珠宝产出国或垄断组织定期举行的交易会上进行，如戴比尔斯公司每年定期组织的钻石看货会；缅甸政府组织的每年二次的翡翠交易拍卖会等，每年只有屈指可数的机会。生产者所面对的顾客（制造商、中间商）比前述两类市场要少得多。由于是制造商或中间商批量购买，交易额一般比较大，且都是现金（银行汇票）购买。当然也不排除零散的交易形式，如中间商直接到矿山收购原材料，但这种交易带有很大的风险。珠宝生产者市场的购买多为直接购买，即制造商直接同供应商或他们委托的中间人打交道，一旦买卖双方达成购买协议便会立即成交。

二、从购买行为来看60

从购买行为来看，珠宝生产者市场的购买一般属于计划性购买。购买珠宝原料的制造商大多是专业的珠宝加工厂主或其代理商，他们会根据自身的实力 and 市场需求预测决定自己的购买计划。

三、从购买目的来看60

从购买目的来看，珠宝生产者市场的购买是盈利性购买，这种交易是在双赢的基础上进行的，也就是说，只有在生产者觉得有利可投，制造商通过加工后也有利润空间，才能最终达成交易。当然，作为买卖双方都希望获得最大限度的利润空间，谁最终能在这种交易中胜出，还是取决于专业性、商业谈判技巧和对市场行情的掌握。

四、从交易行为主体来看60

从交易行为主体来看，珠宝生产者市场的购买属于专业购买。即买者和卖者都很专业，都

很精通宝石学知识，对市场行情比较熟悉，交易能否成功主要决于交易双方在品质、价格等方面能否达成共识。珠宝生产者市场上的供求双方关系密切，与消费品市场上的营销者同顾客之间总是保持一段心理距离不同，珠宝生产者市场的营销者在顾客购买的所有阶段都有可能与之同心协力，一起工作，尽量满足顾客的需求，即使是供应者不能满足的个别需求，也会想方设法为顾客解决。

五、从决策类型和决策过程来看⁶¹

从决策类型和决策过程来看，珠宝生产者市场的购买由于涉及到较大的金额和复杂的技术因素，购买者面临的购买决策比消费者市场更为复杂，购买决策的时间也较长。购买过程也更加正规化，通常需要谨慎地寻求供应商，详细地察看货物品质，签署正规的订单，办理严谨的货物交接手续。

第四节 珠宝服务市场⁶¹

一、珠宝设备供给市场⁶¹

二、珠宝加工、镶嵌市场⁶¹

三、首饰陈设、包装服务市场⁶²

第三章 中国珠宝首饰市场整体分析⁶³

第一节 中国珠宝首饰市场总体状况⁶³

一、国内珠宝首饰市场结构的表现⁶³

二、中国珠宝首饰市场销售管道分析⁶⁴

三、中国珠宝首饰市场竞争形势⁶⁶

四、珠宝首饰市场的信息不对称问题剖析⁷⁰

五、中国珠宝首饰消费市场的变化⁷⁴

第二节 珠宝首饰市场现状分析⁷⁵

一、中国珠宝首饰市场状况⁷⁵

二、市场供需居世界前列⁷⁶

三、产品多样化格局已经形成⁷⁷

四、珠宝首饰市场化走向成熟⁷⁹

第三节 2012-2015年珠宝首饰市场发展情况分析 & 趋势⁸²

一、2012年中国珠宝首饰行业发展分析⁸²

二、2012年我国珠宝首饰市场规模分析⁸³

三、2013年中国金银珠宝业零售总额增幅居榜首⁸⁴

四、2014年中国珠宝首饰行业发展分析⁸⁵

第四章 黄金行业发展情况分析87

第一节 2012-2015年国际黄金市场分析87

- 一、2012年全球黄金市场供应概况87
- 二、2012年全球黄金市场需求概况87
- 三、2012年全球主要行业黄金需求分析90
- 四、2012年世界黄金市场供求总结91
- 五、2013年全球黄金行情总结92
- 六、2014年全球黄金行情回顾96

第二节 2013-2015年我国黄金行业运行情况分析98

- 一、2013年黄金行业经济运行情况98
- 二、2014年黄金行业经济运行情况101
- 三、2014年中国进口黄金情况分析102
- 四、2014年黄金业机遇挑战并存103

第三节 2011-2015年我国黄金行业政策颁布情况104

- 一、我国黄金资源开采政策取向104
- 二、黄金表壳、黄金表带纳入进出口管理范围107
- 三、国家明确黄金期货交易有关税收政策108
- 四、六部委《关于促进黄金市场发展的若干意见》促黄金市场108
- 五、中国设定国家黄金标准为99.999%112
- 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112

第四节 2011-2015年我国黄金生产和消费情况分析116

- 一、2011年中国黄金产量数据116
- 二、2012年中国黄金产量数据116
- 三、2013年我国黄金产量统计118
- 四、国内现货黄金交易量全球第一119
- 五、2015年中国黄金产量及需求分析119

第五节 2013-2015年我国黄金区域市场分析120

- 一、广东120
- 二、深圳121
- 三、河南122
- 四、山东122

五、新疆123

六、江西123

七、云南125

八、青海126

九、吉林126

第六节 2016年中国黄金投资策略分析127

一、2016年全球黄金价格走势预测127

二、2016年黄金投资机会分析127

第五章 钻石行业发展情况分析130

第一节 世界钻石行业情况130

一、世界钻石资源分布130

二、世界钻石市场体系132

三、2012-2015年国际钻石市场分析133

第二节 我国钻石行业分析137

一、钻石加工业发展现状137

二、中国钻石首饰零售业的现状138

三、中国成为世界钻石行业的中心142

四、面对国际化竞争国内钻石企业大有可为142

第三节 中国钻石市场发展分析143

一、我国钻石市场的发展状况143

二、浅析钻石市场交易的价格评估144

三、2012年中国成为世界第二大钻石消费市场147

四、2013-2015年中国钻石市场分析149

五、2016-2022年我国钻石市场发展展望150

第六章 珍珠行业发展情况分析152

第一节 珍珠的贸易及市场152

一、珍珠的来源及分类152

二、珍珠的采收简介155

三、国际珍珠贸易及市场156

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、企鹅珍珠贝附壳珍珠培育成功166
- 第三节 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、2015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186

- 一、我国翡翠加工流程186
- 二、翡翠市场发展前景189
- 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193
- 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196
 - 一、品牌战略培训创新颠覆传统196
 - 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199
 - 三、三分料，七分工200
 - 四、文化独具魅力200
 - 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203

第一节 白银行业203

- 一、我国白银工业发展现状203
- 二、2015年中国白银产量数据204
- 三、2015年世界白银市场的供需分析204
- 四、2015年白银市场发展分析206
- 六、白银市场重要发展空间分析209
- 七、中国白银首饰业的发展前景和趋势209

第二节 铂金行业210

- 一、2015年我国铂金市场价格情况210
- 二、2015年我国铂金首饰消费比价情况211
- 三、2016年我国铂金投资机会212

第九章 主要区域市场发展情况分析214

第一节 广东市场发展情况分析214

- 一、广东珠宝加工业现状与特点214
- 二、广东珠宝行业的竞争问题215
- 三、广东领跑黄金珠宝首饰行业216
- 四、2015年广东珠宝贵金属抽检结果分析217
- 五、广东黄金饰品将告别以克论价217
- 六、番禺珠宝首饰行业发展状况分析218
- 七、广州花都珠宝首饰行业发展状况分析220
- 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》220
- 九、东莞成广东重点发展黄金珠宝产业城市之一221

第二节 深圳市场发展情况分析221

- 一、深圳珠宝产业集聚地概况221
- 二、深圳支持珠宝企业走向全球223
- 三、深圳抢占珠宝电子商务高地224
- 四、200家珠宝品牌汇聚深圳西部226
- 五、2015年深圳珠宝中心启动227
- 六、深圳珠宝首饰产业创新的思考228
- 七、深圳珠宝首饰产业集聚地远景229
- 八、深圳珠宝加工企业的产品附加值提高之路230

第三节 2015年上海市场发展情况分析230

- 一、上海黄金珠宝业市场概况230
- 二、上海黄金珠宝业品牌格局分析231
- 三、上海黄金珠宝业产品结构分析233
- 四、上海黄金珠宝业发展方向分析233
- 五、上海黄金珠宝市场机遇与挑战并存234
- 六、上海黄金珠宝行业即将进入创意时代235
- 七、2016年上海黄金珠宝消费预测236

第四节 北京市场发展情况分析236

- 一、北京市珠宝批发市场状况综述236
- 二、北京珠宝新市场发展情况分析242

第五节 2015年其他地区珠宝市场发展概况245

- 一、云南245
- 二、甘肃245
- 三、辽宁246
- 四、湖南246
- 五、黑龙江246
- 六、南京247
- 七、武汉247
- 八、重庆247
- 九、银川247
- 十、济南248
- 十一、天津249
- 十二、兰州249

第十章 浙江省金银珠宝首饰市场分析251

第一节 2013-2015年浙江省金银珠宝市场分析251

- 一、2015年浙江省金银珠宝市场分析251
- 二、2014年浙江省金银珠宝市场分析252

第二节 2011-2015年浙江省黄金市场分析253

- 一、2015年浙江省黄金市场分析253
- 二、2014年浙江省黄金市场分析256
- 三、2011-2015年浙江省黄金产量分析256

第三节 2013-2015年浙江省白银市场分析256

- 一、2015年浙江省白银市场分析256
- 二、2014年浙江省白银市场分析257
- 三、2006-2015年浙江省白银产量分析257

第四节 2012-2015年浙江金银珠宝主要城市分析258

- 一、杭州258
- 二、宁波259
- 三、温州261
- 四、绍兴263

第五节 2012-2015年浙江明牌珠宝股份有限公司分析264

- 一、公司简介264

- 二、2015年企业经营情况分析265
- 三、2014年企业经营情况分析271
- 四、2011-2015年企业财务数据分析277
- 五、2016年公司发展展望及策略278

第十一章 珠宝首饰业消费者分析281

第一节 我国消费品市场形势分析281

- 一、2015年居民生活水平分析281
- 二、2015年零售市场情况分析281
- 三、2015年中国财富景气指数情况283
- 四、2015年中国奢侈品消费市场285

第二节 2014-2015年中国珠宝消费市场分析289

- 一、2015年中国珠宝消费形势分析289
- 二、2015年国内珠宝消费市场情况289
- 三、我国珠宝首饰市场交易主体问题291
- 四、我国珠宝消费市场需求潜力分析293
- 五、金饰成为婚庆珠宝市场消费主流295

第三节 珠宝消费者市场特点分析296

- 一、从消费水平上来看296
- 二、从顾客构成来看296
- 三、从交易的规模和方式来看296
- 四、从购买行为来看297
- 五、从购买目的来看297
- 六、从购买行为主体来看297

第四节 珠宝首饰消费心理特征分析298

- 一、美化装饰心理298
- 二、象征寓意心理298
- 三、纪念心理298
- 四、储备心理299
- 五、时髦心理299
- 六、社会礼仪心理299
- 七、身份心理299

八、艺术心理300

九、感情心理300

十、实用心理300

第五节 中国珠宝首饰消费的地理特征300

一、珠宝消费能力300

二、珠宝品牌认知度301

三、珠宝品牌渗透率301

四、最时尚的珠宝品牌302

五、珠宝消费地理特征的启示302

第六节 珠宝消费市场趋势303

一、个性化趋势303

二、高档化趋势303

三、名牌化趋势303

第十二章 珠宝首饰业的营销现状与策略304

第一节 中国珠宝市场营销环境分析304

一、人口环境304

二、经济环境304

三、社会文化环境305

四、政治法律环境306

第二节 珠宝首饰业销售渠道分析307

一、珠宝零售及批发渠道307

二、我国饰品行业的主要销售形式312

三、我国饰品行业的主要发展趋势312

四、2014年我国珠宝行业电子商务或将现井喷式发展313

第三节 我国珠宝首饰业中的营销手段分析314

一、展销314

二、价格促销314

三、广告促销315

四、加盟连锁316

五、渠道营销317

六、网络营销319

七、品牌营销320

八、关系营销321

第四节 珠宝首饰的价值构成及价格策略322

一、珠宝首饰的价值构成322

二、价格及价格制定323

第五节 珠宝首饰业的差异化营销与市场定位331

一、珠宝的差异化营销331

二、我国珠宝厂商的正确市场定位331

第六节 中国饰品市场竞争策略334

一、中国饰品市场的六个主要竞争策略334

二、中国珠宝中小企业的竞争策略337

第七节 提升中国珠宝首饰零售业核心竞争力的措施339

一、核心竞争力的含义与特征339

二、我国珠宝首饰行业营销方式存在的问题340

三、提升中国珠宝首饰零售业核心竞争力的措施344

第八节 珠宝首饰业的网络营销情况分析345

一、传统珠宝零售商进军互联网新战场345

二、网络时代给传统经济带来的机遇与挑战346

三、珠宝首饰网络营销的模式与基本内容347

四、珠宝首饰网络营销的现状与发展350

五、中国珠宝首饰在线消费需求分析351

六、珠宝首饰网络"DIY"营销模式352

第十三章 珠宝专卖终端管理策略354

第一节 珠宝专卖终端管理不同时期特点与应对策略354

一、导入期的特点及应对策略354

二、上升期的特点及应对策略354

三、成长期的特点及应对策略355

四、成熟期的特点及应对策略356

第二节 珠宝专卖终端管理店址选择与陈列策略356

一、店址选择356

二、店头的照明与色彩357

三、POP广告358

四、商品陈列设计359

第三节 珠宝专卖终端销售过程的礼貌和用语360

第四节 珠宝专卖终端促销策略362

第五节 六桂福珠宝终端运营之道362

第十四章 行业竞争格局分析365

第一节 我国珠宝业总体格局365

一、我国珠宝业竞争形势分析365

二、珠宝商差异化竞争现状分析371

三、珠宝电子商务的竞争优势分析372

四、2015年珠宝行业竞争状况分析373

五、中国珠宝首饰业将面临群雄纷争的未来375

六、2015年中外珠宝商争夺内地市场376

六、目前我国市场上各大珠宝品牌商竞争情况、分布情况377

第二节 2012-2015年外资进入中国市场情况分析377

一、2012年卡地亚高级珠宝南京首发377

二、2012年欧洲顶级珠宝再次访问中国378

三、2012年绰美珠宝进入中国对决卡地亚379

四、2012年意大利珠宝瞄准中国市场379

五、2012年法国殿堂级珠宝CHAUMET进驻春城381

六、2012年亚洲知名珠宝品牌昭仪翠屋进驻上海382

七、2013年戴比尔斯珠宝北京精品店隆重开张383

八、2014年CHAUMET成都专门店进驻美美百货387

第三节 区域珠宝品牌间的合作竞争博弈探讨387

一、中国珠宝首饰行业概况及竞争形势387

二、区域珠宝品牌间合作竞争博弈的意义389

三、区域珠宝品牌间合作竞争博弈领域和方式390

四、区域珠宝品牌间合作竞争博弈的建议策略392

五、未来区域珠宝首饰品牌间的合作竞争博弈393

第十五章 行业主要企业分析394

第一节 香港周生生珠宝（00116）394

一、公司简介394

二、2015年公司经营情况分析395

三、2014年公司经营情况分析398

四、2011-2015年公司财务数据分析400

五、周生生推出全新品牌形象401

第二节 明丰珠宝集团有限公司（00860）402

一、公司简介402

二、2013-2015年公司经营情况分析402

三、明丰珠宝收购Joy406

四、明丰珠宝引入亨得利为大股东406

第三节 谢瑞麟珠宝金行（中国）公司（00417）407

一、公司简介407

二、谢瑞麟珠宝复牌之路411

三、公司未来发展展望与策略411

四、谢瑞麟珠宝金行公司北京市场营销策略探讨411

第四节 六福珠宝（00590）422

一、公司简介422

二、2012-2015年公司经营情况分析423

三、2012-2015年公司财务数据分析426

四、六福珠宝发布二三线城市扩张计划427

第五节 东方金钰（600086）428

一、公司简介428

二、2013年企业经营情况分析429

三、2014年企业经营情况分析433

四、2013-2015年企业财务数据分析437

五、公司发展展望及策略438

第六节 老凤祥（600612）438

一、公司简介438

二、老凤祥竞争优势分析439

三、2013年企业经营情况分析440

四、2014年企业经营情况分析444

五、2013-2015年企业财务数据分析449

六、公司发展展望及策略449

七、老凤祥公司未来发展战略分析450

八、老凤祥公司增强首饰设计软实力策略450

第七节 周大福珠宝金行（01929）451

一、公司发展大事记451

二、公司发展历程451

三、2015年一季度公司在内地开设分店数量455

四、周大福积极筹备IPO456

第八节 千禧之星456

一、公司简介456

二、企业经营情况分析458

第九节 恒和珠宝（00513）459

一、公司简介459

二、公司将逐步成为集团营运中心459

三、2013财年企业经营情况分析459

第十节 其他知名企业463

一、深圳市福麒珠宝首饰有限公司463

二、香港周六福珠宝集团465

三、香港名钻坊466

四、广东潮宏基（002345）466

五、浙江日月首饰集团有限公司471

六、北京菜百473

七、上海老庙黄金有限公司473

第十六章 2016-2022年珠宝首饰行业未来发展趋势分析475

第一节 行业发展政策环境分析475

第二节 2016-2022年中国珠宝首饰行业发展趋势分析475

一、未来中国珠宝首饰行业的发展方向475

二、中国珠宝首饰行业发展趋势判断479

三、中国珠宝首饰行业消费潜力巨大479

四、2016-2022年我国珠宝销售预测480

五、2016年中国奢侈品消费情况预测481

第十七章 2016-2022年珠宝首饰行业发展对策分析485

第一节 珠宝品牌战略制胜策略485

一、珠宝企业品牌发展战略485

二、珠宝区域品牌发展战略486

三、珠宝国家品牌发展战略488

第二节 珠宝首饰行业品牌发展策略490

一、珠宝品牌建设急需借鉴传统文化490

二、珠宝企业如何树立品牌才是长久之计492

三、中国珠宝企业应加强研发从贴牌走向自主设计494

四、珠宝业：从渠道为王向品牌之争的过渡494

五、三线珠宝企业品牌升级的路径497

六、中国饰品企业应谋"四势"求发展501

七、中国饰品急需差异化品牌定位503

第三节 浅谈中国珠宝首饰业的价格战和价格联盟505

一、价格、价格战和价格联盟的定义505

二、珠宝企业之间的价格战和价格联盟506

三、珠宝企业的价格战和价格联盟选择507

四、未来珠宝企业间的价格战和价格联盟508

第四节 黄金行业发展循环经济策略509

一、发展循环经济的思考509

二、发展循环经济的建议510

三、发展循环经济的有效途径511

第五节 珍珠珠宝首饰企业发展之道511

一、提高原珠质量511

二、增强设计水平512

三、重视珍珠推广513

四、树立强势品牌513

五、解读珍珠文化514

第六节 珠宝行业信息化解决方案515

一、珠宝饰品行业管理现状515

二、管理总体需求	516
三、管理预期目标	517
第七节 对于企业进入珠宝行业的建议	518
一、从价值链角度看	518
二、各种首饰的发展前景	520

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……

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：……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/276475.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）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提供专业投资咨询报告、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。