



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/280612.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 & 趋势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	2012	5年平均	同比增长
珠宝首饰	1,896.1	2,209.5	1,983.3	17	101,745	100,248	87,617	-1	科技	407.5
投资	1,568.1	773.3	1,410.5	-51	84,144	35,085	62,462	-58	金条和金币需求总量	1,289.0
ETF及类似产品	279.1	-880.8	117.7	-14,975	-39,964	3,776	-	央行净买入	544.1	
黄金需求	4,415.8	3,756.1	4,104.3	-15	236,946	170,422	183,113	-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

珠宝首饰	金条和金币投资	总量	印度	612.7	362.1	974.8	大中华区	711.4	408.7	1,120.1	
中国	668.7	397.1	1,065.8	香港	35.3	2.8	38.1	台湾	7.5	8.8	
日本	17.6	3.7	21.3	印尼	37.9	30.1	68.0	韩国	9.7	7.8	
泰国	3.5	136.6	140.1	越南	11.9	80.3	92.2	中东	178.5	52.7	
沙特阿拉伯	55.0	17.2	72.2	埃及	41.8	15.5	57.3	阿联酋	61.8	15.3	
其他的海湾	19.9	4.8	24.6	土耳其	73.3	101.9	175.2	俄罗斯	73.3	-73.3	
美国	122.8	67.5	190.3	欧洲独联体	43.6	265.2	308.9	意大利	20.2	-20.2	
英国	23.4	-23.4	法国	-1.9	1.9	德国	-121.0	121.0	瑞士	-65.1	
其他欧洲	-77.3	77.3	资料来源：世界黄金协会	·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%。							

·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。

·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。

·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。

·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

· 2013年黄金需求为3，756公吨，较2012年下浮15%。

· 2013年黄金均价为1，411美元/盎司，较2012年下跌15%。

· 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	3，018.6	684.1	732.8	799.0
802.7	生产商净对冲	-50.1	-10.6	-15.1	-5.9	-18.5	矿山供应总量	2，968.5	673.5	717.7
793.1	784.2	回收黄金	1，371.4	361.7	301.3	369.0	339.4	供应总量	4，339.9	1，035.2
1，019.0	1，162.0	1，123.6	需求量	制造业	珠宝首饰	2，197.9	536.1	638.9		
520.4	502.4	科技	404.8	102.5	103.2	102.8	96.2	制造以上小计	2，602.6	638.6
623.3	598.7	金条和金币需求总量	1，654.1	441.1	585.2	300.8	327.0	ETF及类似	-880.8	
-176.5	-402.2	-121.8	-180.3	央行净买入	368.6	129.1	82.4	96.2	61.0	黄金需求
1，032.2	1，007.4	898.5	806.4	场外交易投资和库存流动	595.4	3.0	11.6	263.5	317.2	需
求总量	4，339.9	1，035.2	1，019.0	1，162.0	1，123.6	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、企鹅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JOY410
- 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IPO459

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未来发展趋势分析477

一、未来中国珠宝首饰行业的发展方向477

二、中国珠宝首饰行业未来发展趋势判断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年我国珠宝首饰行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国珠宝首饰行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国珠宝首饰行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2015年我国珠宝首饰行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2015年我国珠宝首饰行业产成品增长趋势图

图表：2011-2015年我国珠宝首饰行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2015年我国珠宝首饰行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2015年我国珠宝首饰行业费用使用统计图

图表：2011-2015年我国珠宝首饰行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2015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

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/280612.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。