



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国翡翠产业发展 现状及市场监测报告

一、调研说明

《2017-2022年中国翡翠产业发展现状及市场监测报告》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/284213.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

翡翠名称来源有几种说法，一说来自鸟名，这种鸟羽毛非常鲜艳，雄性的羽毛呈红色，名翡鸟（又名赤羽鸟），雌性羽毛呈绿色，名翠鸟(又名绿羽鸟)，合称翡翠，所以，行业内有用翡为公，翠为母说法。明朝时，缅甸玉传入中国后，就冠以"翡翠"之名。另一说古代"翠"专指新疆和田出产的绿玉，翡翠传入中国后，为了与和田田绿玉区分，称其为"非翠"，后渐演变为"翡翠"。

缅甸翡翠矿床位于缅北摩谷西北的雾露河中下游地区，原生矿带长250km，宽10-25km，走向北东，现已查明翡翠原生矿矿点20处，主要分为三个矿区：后江矿区、帕岗—道茂矿区、抹岗矿区。其中帕岗—道茂矿区是最大、最著名的矿区，也是最古老的矿区。它位于缅甸北部克钦山丘地带，地理位置在抹岗镇北西方向约113km、曼德勒以北约193km处，矿区中心是道街村，矿区东以雾露河、西以亲敦江为界，南北界分别为26°、25°纬线为界，矿区呈长条状，矿体走向北北东，矿区面积约2071平方公里。缅甸翡翠矿区分布图

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。

报告目录：

第一部分 翡翠产业环境透视

第一章 翡翠行业发展概述

第一节 行业界定

一、翡翠行业定义及分类

二、翡翠行业经济特性

翡翠特性参数如下：

1.化学成分：硅酸盐铝钠—NaAl〔Si₂O₆〕，常含Ca、Cr、Ni、Mn、Mg、Fe等微量元素。

CAS：1344-00-9

2.矿物成分：以硬玉为主，次为绿辉石、钠铬辉石、霓石、角闪石、钠长石等。

3.结晶特点：单斜晶系，常呈柱状、纤维状、毡状致密集合体，原料呈块状次生料为砾石状

4.硬度：6.5—7

5.解理：细粒集合体无解理；粗大颗粒在断面上可见闪闪发亮的"苍蝇翅"

6.光泽：油脂光泽至玻璃光泽，高档品皆为玻璃光泽

7.透明度：半透明至不透明

8.相对密度：3.25—3.40，一般为3.33克每立方厘米

9.折射率：1.66（点测法）

10.颜色：颜色丰富多彩，其中绿色为上品，按颜色可分为三种类型；皮类颜色；指翡翠最外层表皮的颜色，其形成与后期风化作用有关。这类颜色为各种深浅不同的红色、黄色和灰色，其特点在靠近原料的外皮部分呈近同心状。红色常称为翡；地子色：又称"底子"颜色，有底色之意，指绿色以外的其他颜色，为深浅不同的白色、油色、藕粉、灰色等；绿类颜色；指翡翠的本色，这类颜色的特点为各种深浅不同的绿色。有时绿中包含着黑色。绿色常称为翠。

11.发光性：浅色翡翠在长波紫外光中发出暗淡的白光荧光，短波紫外光下无反应。

三、翡翠产业链模型介绍及翡翠产业链图分析

第二节 翡翠行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

第三节 翡翠行业相关产业动态

第二章 2015年中国翡翠行业技术发展分析

第一节 中国翡翠行业技术发展现状

第二节 翡翠行业技术特点分析

第三节 翡翠行业技术专利情况

第四节 翡翠行业技术发展趋势分析 2013年我国经其他加工的翡翠出口数量为44777克拉，2014年我国经其他加工的翡翠出口数量为59349克拉。经其他加工的翡翠出口数量（克拉）

2013年我国经其他加工的翡翠出口金额为10973千美元，2014年我国经其他加工的翡翠出口金额为1160千美元。经其他加工的翡翠出口金额（千美元）

2013年我国经其他加工的翡翠进口数量为6047546克拉，2014年我国经其他加工的翡翠进

口数量为243723986克拉。 经其他加工的翡翠进口数量（克拉）

2013年我国经其他加工的翡翠进口金额为77186千美元，2014年我国经其他加工的翡翠进口金额为11711621千美元。 经其他加工的翡翠进口金额（千美元）

第二部分 翡翠行业深度分析

第三章 翡翠市场推广策略研究

第一节 翡翠行业新品推广模式研究

第二节 翡翠市场终端产品发布特点

第三节 翡翠市场中间商、代理商参与机制

第四节 翡翠市场网络推广策略研究

第五节 翡翠市场广告宣传策略

第六节 翡翠市场推广与配套供货渠道建立

第七节 翡翠新产品推广常见问题

第八节 直销模式在翡翠推广过程中的应用

第九节 国外翡翠市场推广经验介绍

第四章 翡翠盈利模式研究

第一节 翡翠市场盈利模式的分类

第二节 翡翠生产企业的盈利模式研究

第三节 翡翠经销代理商盈利模式研究

第四节 盈利模式对市场推广策略选择的影响

第五节 独立经销网络盈利模式改进研究

第六节 第三方经销网络优化管理研究

第五章 翡翠营销渠道建立策略

第一节 翡翠市场营销渠道结构

一、主力型渠道

二、紧凑型渠道

三、伙伴型渠道

四、松散型渠道

第二节 翡翠市场伙伴型渠道研究

第三节 翡翠市场直接分销渠道与间接分销渠道管理

一、直接分销渠道

二、间接分销渠道（长渠道、短渠道）

第四节 大客户直供销售渠道建立策略

第五节 网络经销渠道优化

第六节 渠道经销管理问题

一、现金流管理

二、货品进出物流管理

三、售后服务

第三部分 翡翠行业市场全景调研

第六章 翡翠市场客户群研究与渠道匹配分析

第一节 翡翠主要客户群消费特征分析

第二节 翡翠主要销售渠道客户群稳定性分析

第三节 大客户经销渠道构建问题研究

第四节 网络客户渠道化发展建议

第五节 渠道经销商维护策略研究

第六节 翡翠市场客户群消费趋势与营销渠道发展方向

第七章 2013-2015年中国翡翠行业（所属行业）主要数据监测分析

第一节 2013-2015年中国翡翠行业（所属行业）总体数据分析

一、2013年中国翡翠行业（所属行业）全部企业数据分析

二、2014年中国翡翠行业（所属行业）全部企业数据分析

三、2015年中国翡翠行业（所属行业）全部企业数据分析

第二节 2013-2015年中国翡翠行业（所属行业）不同规模企业数据分析

一、2013年中国翡翠行业（所属行业）不同规模企业数据分析

二、2014年中国翡翠行业（所属行业）不同规模企业数据分析

三、2015年中国翡翠行业（所属行业）不同规模企业数据分析

第三节 2013-2015年中国翡翠行业（所属行业）不同所有制企业数据分析

一、2013年中国翡翠行业（所属行业）不同所有制企业数据分析

二、2014年中国翡翠行业（所属行业）不同所有制企业数据分析

三、2015年中国翡翠行业（所属行业）不同所有制企业数据分析

第四部分 翡翠行业竞争格局分析

第八章 2016年中国翡翠行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、国内企业竞争格局

二、国外企业市场份额

三、行业企业区域分布

第二节 翡翠行业集中度分析

一、行业市场销售集中度分析

二、行业区域消费集中度分析

第三节 2016年中国翡翠行业SWOT模型分析

一、优势

二、劣势

三、机会

四、威胁

第四节 2012-2015年翡翠行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒/退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第五节 我国翡翠行业发展状况分析

一、我国翡翠行业发展阶段

二、我国翡翠行业发展总体概况

三、我国翡翠行业发展特点分析

四、我国翡翠行业商业模式分析

第九章 2014-2015年中国翡翠行业上下游分析及其影响

第一节 2015年中国翡翠行业上游发展及影响分析

- 一、2015年中国翡翠行业上游运行现状分析
- 二、上游对本行业产生的影响分析
- 第二节 2015年中国翡翠行业下游发展及影响分析
 - 一、2015年中国翡翠行业下游运行现状分析
 - 二、下游对本行业产生的影响分析
- 第三节 翡翠企业国际竞争力分析
- 第四节 中国翡翠行业细分市场结构分析
 - 一、翡翠行业市场结构现状分析
 - 二、翡翠行业细分结构特征分析
 - 三、翡翠行业细分市场发展概况
 - 四、翡翠行业市场结构变化趋势

第五部分 翡翠行业发展前景展望

第十章 2017-2022年翡翠行业发展及投资前景预测分析

- 第一节 2017-2022年翡翠行业市场规模预测分析
- 第二节 2017-2022年翡翠行业供需预测分析
- 第三节 中国翡翠行业五力分析
 - 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
- 第四节 2017-2022年我国翡翠行业投资环境分析
- 第五节 2017-2022年我国翡翠行业前景展望分析
- 第六节 影响企业生产与经营的关键趋势
 - 一、市场整合成长趋势
 - 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
 - 三、企业区域市场拓展的趋势
 - 四、科研开发趋势及替代技术进展
 - 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第六部分 翡翠行业发展战略研究

第十一章 2017-2022年中国翡翠行业发展策略及投资建议分析

第一节 翡翠行业发展策略分析

- 一、坚持产品创新的领先战略
- 二、坚持品牌建设的引导战略
- 三、坚持市场营销创新的决胜战略
- 四、坚持企业管理创新的保证战略

第二节 翡翠行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、强化关键客户的管理

第三节 2017-2022年中国翡翠生产及销售投资运作模式探讨

- 一、国内生产企业投资运作模式
- 二、外销与内销优势分析

第四节 2017-2022年中国翡翠行业投资建议(AK LT)

部分图表目录：

图表：我国翡翠产业链分析

图表：行业生命周期图

图表：截止2016年7月31日国内翡翠行业专利结构

图表：盈利模式的产生过程

图表：翡翠行业主要销售渠道客户群稳定性分析

图表：拜访经销商5个准备

图表：拜访经销商5个必谈

图表：拜访经销商3个必到

图表：不同规模企业竞争格局

图表：2013年翡翠行业不同所有制企业比例分布

图表：2014年翡翠行业不同所有制企业比例分布

图表：2015年翡翠行业不同所有制企业比例分布

图表：2015年翡翠行业企业地域分布

图表：行业生命周期图

图表：2017-2022年翡翠行业市场规模预测

图表：2017-2022年翡翠行业市场供需态势预测

图表：我国翡翠产业链分析

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/284213.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专业提供投资咨询报告、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。