

2020年中国珠宝行业投资分析报告- 产业竞争格局与未来趋势预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国珠宝行业投资分析报告-产业竞争格局与未来趋势预测》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：<http://baogao.chinabaogao.com/shoushi/501690501690.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

【报告大纲】

第一章 珠宝行业现状与趋势

第一节 珠宝行业概述

- 一、 珠宝行业定义
- 二、 珠宝行业分类
- 三、 珠宝行业发展阶段

第二节 珠宝行业消费环境分析

- 一、 奢侈品消费水平
- 二、 珠宝消费心理变化
- 三、 珠宝消费购买力水平
- 四、 珠宝市场需求构成
- 五、 主要珠宝消费情况

第三节 珠宝行业政策环境分析

- 一、 促进消费政策
- 二、 收入分配政策
- 三、 奢侈品消费政策
- 四、 珠宝行业税收政策

第四节 珠宝行业发展现状分析

- 一、 珠宝行业产销规模
- 二、 珠宝行业企业规模
- 三、 珠宝行业经营效益
- 四、 珠宝行业发展能力
- 五、 珠宝产业集群分布

第五节 珠宝行业发展趋势

- 一、 产业集群化趋势更明显
- 二、 进入品牌化发展之路
- 三、 向传播珠宝文化方向发展
- 四、 产业国际化进程加速

第二章 珠宝行业竞争进入商业模式时代

第一节 珠宝行业竞争强度分析

- 一、 行业内竞争分析

- 二、珠宝首饰行业对上游议价能力
- 三、珠宝首饰行业对购买者议价能力分析
- 四、行业新进入者威胁分析
- 五、行业替代品威胁分析
- 六、竞争情况总结

第二节 珠宝行业品牌竞争格局

- 一、行业市场品牌格局
- 二、国外品牌企业在华竞争
 - (1) 卡地亚 (Cartier)
 - (2) 蒂芙尼 (Tiffany)
 - (3) 梵克雅宝 (VanCleef&Arpels)
 - (4) 宝格丽 (Bvlgari)
 - (5) 田崎真珠 (TASAKI)
 - (6) 吉母皮亚 (GEMOPIA)
- 三、港资品牌企业在华竞争
 - (1) 周大福 (Chow Tai Fook)
 - (2) 周生生 (Chow Sang Sang)
 - (3) 谢瑞麟 (TSL)
 - (4) 六福珠宝 (lukfook)
 - (5) 周大生 (CHOW TAI SENG)

四、国内外品牌营销能力比较

第三节 珠宝行业销售渠道竞争

- 一、销售渠道的重要性
- 二、行业主要销售模式
- 三、主要销售模式比较
 - (1) 盈利能力
 - (2) 品牌推广
 - (3) 经营管理难度
 - (4) 渠道拓展
- 四、上市公司销售模式
 - (1) 老凤祥
 - (2) 潮宏基

五、渠道拓展成为当前竞争核心

第四节 珠宝行业商业模式之争

- 一、行业主要企业类型

二、传统珠宝加工企业转型

三、传统珠宝品牌企业转型

四、珠宝行业商业模式之争

五、珠宝行业渠道整合策略

(1) 刚泰收购珂兰珠宝

(2) 珂兰借此上市，刚泰切入电商渠道

(3) 渠道整合的作用

第五节 珠宝行业竞争焦点及趋势

一、产业链整合

二、产品设计

三、品牌建设

四、电子商务

第三章 珠宝行业产业链整合与策略研究

第一节 珠宝行业产业链简介

一、行业产业链简介

二、成本、利润分摊

第二节 珠宝行业产业链价值分析

一、原料采购

(1) 原料对盈利的影响

(2) 珠宝原料采购模式

二、珠宝设计

(1) 珠宝设计增值能力

(2) 国内珠宝设计水平

三、珠宝加工

四、珠宝营销

(1) 珠宝营销增值能力

(2) 珠宝行业营销现状

五、售后服务

(1) 售后服务增值能力

(2) 珠宝售后服务现状

第三节 珠宝行业产业链整合趋势

一、行业主要盈利模式

二、产业链整合的优势

三、典型企业产业链整合

- (1) 周大福
- (2) 老凤祥
- (3) 潮宏基
- (4) 明牌珠宝
- (5) 钻石小鸟

四、行业产业链整合趋势

第四节 珠宝行业产业链整合模式分析

- 一、产业链整合路径
- 二、产业链整合模式

第五节 珠宝行业产业链整合策略选择

- 一、产业链整合的机遇与风险
 - (1) 产业链整合机遇
 - (2) 产业链整合风险
- 二、产业链整合的策略选择
 - (1) 珠宝加工企业

第四章 珠宝行业电子商务发展现状与策略

第一节 中国珠宝行业电子商务发展背景

- 一、珠宝电子商务内涵及特点
- 二、珠宝行业发展电子商务背景
 - (1) 互联网的快速普及
 - (2) 网络购物市场高速增长
- 三、珠宝企业发展电子商务优势
- 四、珠宝企业发展电子商务动机

第二节 消费者网上购买珠宝行为研究

- 一、消费者网上购买珠宝行为研究
 - (1) 消费者网上购买珠宝情况
 - (2) 选择网上购买珠宝的原因
 - (3) 网上购买珠宝的种类
 - (4) 网上购买珠宝的价格范围
 - (5) 网上购买珠宝的频次
 - (6) 各珠宝网站消费者渗透率
 - (7) 影响消费者选择珠宝网站的因素
 - (8) 消费者网上购买珠宝地区差异
 - (9) 消费者通过网络搜索珠宝信息情况

(10) 珠宝信息认知渠道(除互联网外)

(11) 购买珠宝时主要考虑的因素

(12) 网络购买珠宝支付方式

(13) 促销方式的偏好情况

(14) 网上购买珠宝遇到的不愉快经历

(15) 网上购买主要存在的问题

二、消费者网上购买珠宝意向研究

(1) 购买意向

(2) 购买用途

(3) 消费者能接受的价位

(4) 将来会购买的珠宝种类

三、对珠宝电子商务的营销启示

第三节 国内外珠宝行业电子商务发展现状

一、国外珠宝电子商务发展借鉴

(1) 国外珠宝电子商务发展历程

(2) 国外珠宝电子商务代表企业

(3) 国外珠宝电子商务发展经验

二、中国珠宝电子商务发展分析

(1) 中国珠宝电子商务发展历程

(2) 中国珠宝电子商务发展规模

(3) 中国珠宝电子商务发展特点

(4) 中国珠宝电子商务市场竞争

(5) 中国珠宝电子商务发展趋势

(6) 珠宝电子商务面临的问题及对策

第四节 中国珠宝企业开展电子商务方式

一、建立综合性的珠宝“门户”网站

(1) 发展方式优点分析

(2) 发展方式典型代表

二、建立有经营特色或品牌珠宝的网站

(1) 无实体商店企业开展电子商务

(2) 大型珠宝企业开展电子商务

三、借助网上商场进行行销

(1) 发展方式优点分析

(2) 发展方式典型代表

第五节 珠宝电子商务三大成功模式研究

一、 钻石小鸟：线上线下O2O模式

- (1) 线上线下O2O模式简介
- (2) 线上线下O2O模式优势
- (3) 线上线下O2O模式运作
- (4) 线上线下O2O模式成效

二、 Darry Ring：“情感营销+社群营销”模式

- (1) “情感营销+社群营销”模式简介
- (2) “情感营销+社群营销”模式优势
- (3) “情感营销+社群营销”模式运作
- (4) “情感营销+社群营销”模式成效

三、 Bloves珠宝：“电子商务平台+体验店+呼叫中心”模式

- (1) “电子商务平台+体验店+呼叫中心”模式简介
- (2) “电子商务平台+体验店+呼叫中心”模式主要优势
- (3) “电子商务平台+体验店+呼叫中心”模式取得的成效

第六节 珠宝企业电子商务模式运作建议

一、 企业发展电子商务先决条件

二、 珠宝企业电子商务平台的搭建

- (1) 企业内部的信息系统
- (2) 电子商务基础平台
- (3) 电子商务服务平台

三、 珠宝企业电子商务运作建议

第五章 珠宝行业营销战略要素与案例分析

第一节 珠宝企业战略规划

一、 市场细分

- (1) 市场细分的概念
- (2) 市场细分的客观依据
- (3) 市场细分的作用
- (4) 市场细分的形式
- (5) 市场细分的程序

二、 选择目标市场

- (1) 目标市场的概念
- (2) 选择目标市场的程序
- (3) 目标市场选择的因素

三、 市场定位

- (1) 市场定位的意义
 - (2) 市场定位的特点
 - (3) 市场定位的方法
 - (4) 市场定位的程序
- 第二节 珠宝行业产品策略
- 一、 产品组合及组合策略
 - (1) 产品组合
 - (2) 产品组合策略
 - 二、 产品市场生命周期
 - (1) 产品生命周期概念
 - (2) 生命周期各阶段营销策略
 - 三、 产品品牌与品牌决策
 - (1) 品牌在内涵及作用
 - (2) 品牌决策
 - 四、 产品的包装策略
 - (1) 包装及其作用
 - (2) 产品包装策略
- 第三节 珠宝行业价格策略
- 一、 影响珠宝定价因素
 - (1) 内部因素
 - (2) 外部因素
 - 二、 珠宝企业定价管理
 - 三、 企业定价目标及确定
 - (1) 利润目标
 - (2) 销量目标
 - (3) 竞争目标
 - 四、 珠宝定价的主要方法
 - (1) 成本导向定价法
 - (2) 需求导向定价法
 - (3) 竞争导向定价法
 - 五、 珠宝价格策略研究
 - (1) 产品阶段定价策略
 - (2) 折扣定价策略
 - (3) 心理定价策略
- 第四节 珠宝行业分销渠道策略

一、 分销渠道概念与特征

二、 珠宝分销渠道模式

三、 选择分销渠道的意义

四、 珠宝分销渠道的类型

(1) 直接渠道与间接渠道

(2) 长渠道与短渠道

(3) 宽渠道与窄渠道

(4) 单渠道与多渠道

五、 珠宝分销渠道策略

(1) 分销渠道策略类型

(2) 影响分销渠道策略的因素

(3) 分销渠道决策的原则

第五节 珠宝行业促销策略

一、 珠宝促销类型

(1) 人员推销

(2) 商业广告

(3) 营业推广

(4) 公共关系

二、 珠宝促销组合及影响因素

(1) 促销活动的目标

(2) 珠宝企业的性质

(3) 珠宝市场特性和商品特性

(4) 目标市场环境

(5) 产品市场生命周期

(6) 推式和拉式策略

(7) 促销预算

第六节 珠宝营销策略总结与案例

一、 珠宝营销策略总结

(1) 以优秀的质量取胜

(2) 以较低的价格取胜

(3) 以更多的价格折扣取胜

(4) 以强势品牌取胜

(5) 以广泛的分销渠道取胜

(6) 以优质的服务取胜

二、 珠宝营销典型案例

- (1) Tiffany
- (2) 周大福
- (3) 武汉金叶珠宝
- (4) 新金牌首饰

第六章 珠宝行业供应链管理与信息化

第一节 供应链管理概述

- 一、 供应链内涵与特征
- 二、 供应链管理的产生和发展
 - (1) 供应链管理的产生
 - (2) 供应链管理的发展阶段
- 三、 供应链管理的内容与目标
 - (1) 供应链管理的内容
 - (2) 供应链管理的目标

第二节 珠宝行业供应链管理现状

- 一、 行业供应链管理现状
 - (1) 专业市场的配套设施落后
 - (2) 技术水平高的龙头企业少
 - (3) 服务模式针对性不强
- 二、 潮宏基供应链管理研究
 - (1) 供应链管理基本流程
 - (2) 企业供应链管理分析
 - (3) 供应链管理主要难题

第三节 珠宝行业供应链信息化现状

- 一、 供应链信息化概述
- 二、 行业特色及对信息化的影响
 - (1) 珠宝产品特点
 - (2) 珠宝BOM特点
 - (3) 珠宝生产管理及工序
 - (4) 珠宝批发销售特点
 - (5) 珠宝零售特点
- 三、 信息化对珠宝企业管理的作用
 - (1) 对制造环节的管理改善
 - (2) 对零售环节的管理改善
 - (3) 协助经营分析和需求预测

四、国内外珠宝行业信息化现状

- (1) 国外珠宝行业信息化现状
- (2) 国内珠宝行业信息化现状

五、珠宝企业供应链信息化案例

- (1) 公司供应链现状
- (2) 公司供应链信息化

六、珠宝企业供应链管理信息化结论

第七章 珠宝行业发展前景与投资机会

第一节 珠宝行业发展前景预测

一、居民消费升级带动珠宝需求

- (1) 居民收入情况
- (2) 奢侈品消费情况

二、我国人均珠宝消费水平低

三、婚庆市场和旅游市场消费需求大

- (1) 婚庆构成珠宝首饰刚性需求，未来具有广阔发展空间
- (2) 旅游行业是我国消费升级产业亮点，带动国内珠宝消费需求

四、贵金属投资性需求刺激珠宝消费

五、珠宝行业政策支持力度加大

六、二、三线城市珠宝需求潜力大

第二节 珠宝行业投资价值分析

一、行业总体投资价值

二、细分市场投资价值

- (1) 黄金投资价值
- (2) 铂金投资价值
- (3) 白银投资价值
- (4) 钻石投资价值
- (5) 玉石投资价值
- (6) 珍珠投资价值
- (7) 翡翠投资价值

第三节 珠宝行业投资机会剖析

一、珠宝行业投资机会

二、珠宝行业投资特性

- (1) 行业进入壁垒
- (2) 行业盈利因素

三、 珠宝行业投资风险

- (1) 政策风险
- (2) 宏观经济波动风险
- (3) 原材料价格波动风险
- (4) 竞争风险
- (5) 技术风险

四、 珠宝行业投资建议

第四节 珠宝行业融资渠道分析

一、 珠宝行业资金需求

二、 珠宝行业融资渠道

- (1) 银行信贷
- (2) IPO融资
- (3) 社会资本

三、 珠宝行业融资动向

第八章 领先珠宝行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 传统珠宝品牌企业发展战略研究

一、 周大福珠宝集团有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

二、 周生生集团国际有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

三、 谢瑞麟珠宝（国际）有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

四、 通灵珠宝股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

五、老凤祥股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

六、广东潮宏基实业股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

七、上海金伯利钻石集团有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

第二节 珠宝电子商务领先企业个案分析

一、上海溯天珠宝贸易有限公司（钻石小鸟）

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

二、深圳市佐卡伊电子商务有限公司（佐卡伊珠宝）

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

三、深圳彼爱钻石有限公司（Bloves）

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

四、恒信玺利实业股份有限公司（IDO珠宝）

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

五、北京宝铂信钻网络科技有限公司(珂兰)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

图表目录

图表1：珠宝首饰行业产品结构分类(按材质分类)

图表2：珠宝首饰行业不同发展阶段及其典型特征

图表3：2017-2020年中国国内奢侈品消费情况(单位：亿元)

图表4：2020年中国国内奢侈品消费结构(单位：%)

图表5：珠宝消费心理变化

图表6：2017-2020年中国农村居民人均纯收入及实际增长率(单位：元，%)

图表7：2017-2020年中国城镇居民人均可支配收入及实际增长率(单位：元，%)

图表8：中国珠宝市场需求构成(单位：%)

图表9：中国珠宝首饰市场各类产品零售额对比(单位：%)

图表10：2017-2020年中国黄金首饰需求量占全球比重情况(单位：吨，%)

图表11：2017-2020年我国社会消费品零售总额(单位：亿元)

图表12：降低奢侈品关税在扩大内需方面作用

图表13：2020年中国珠宝行业相关税率——珍珠(单位：%，克，千克)

图表14：2020年中国珠宝行业相关税率——钻石(单位：%，克拉)

图表15：2020年中国珠宝行业相关税率——宝石(单位：%，克拉)

图表详见报告正文.....(GY YXY)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国珠宝行业投资分析报告-产业竞争格局与未来趋势预测》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。

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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shoushi/501690501690.html>