

2017-2022年中国金银珠宝首饰市场运营态势及投资策略研究报告

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《2017-2022年中国金银珠宝首饰市场运营态势及投资策略研究报告》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/284650284650.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

现阶段国内珠宝首饰零售行业处于完全竞争阶段，国内市场上品牌较多，国外奢侈品牌如Cartier（卡地亚）、Tiffany（蒂芙尼）、Bvlgari（宝格丽）及香港品牌周大福、周生生、谢瑞麟、六福等均已进入中国市场。目前，我国珠宝首饰市场已逐步形成了境内品牌、香港品牌、国外品牌珠宝企业三足鼎立的竞争局面。目前，中国珠宝首饰行业属于朝阳行业，仍处于高速发展阶段，没有一家企业处于绝对优势地位，市场集中度较低。但随着市场竞争的深入，优势企业的品牌影响力不断增强以及销售渠道的覆盖范围不断扩大，市场集中度正在提升。

从珠宝首饰产业链环节来看，主要涉及到原材料开采、加工冶炼、毛坯加工、珠宝首饰制作和销售等五个环节。随着产业分工深化和市场竞争渐趋激烈，珠宝首饰产业链的价值结构变动较大，纯粹的制造业务在产业链中的地位不断下降，设计开发、营销网络和售后服务价值不断增强。从珠宝行业产业链上各个环节的毛利率情况来看，零售商的毛利率要远超批发商的毛利率和制造商的毛利率，零售终端已经成为目前整个珠宝首饰产业链中增值最大的环节。因此，快速的扩张、通过建立全国性范围的营销网络控制零售终端从而获得销售的主动权为品牌带来溢价，将是众多强势品牌的必然选择。

金银珠宝首饰产业链结构

资料来源：公开资料整理

中国正属于新兴珠宝市场，近十年来发展速度明显，一直处于上升态势，而欧美作为成熟市场，供需基本平衡，很难再有大的增长。再加上金融危机冲击，购买力下降，此时中国消费市场正处于上升期，购买力需求旺盛。中国珠宝首饰随着生产和消费的扩大，2014年我国珠宝首饰零售行业市场规模达到5106亿元，2015年市场规模达到5360亿元。截止2016年底，我国金银珠宝首饰市场规模达到5619亿元，同比增长4.83%。我国珠宝首饰消费日臻成熟，时尚化、个性化成为潮流，经营不断规范，专业化、集约化渐成趋势。

从珠宝首饰的发展趋势来说，专卖店是一个必然之路，也是建立品牌的很好的出路。关键是经营者能否提升观念，提高管理水平，拥有高质量及个性化的产品，具备独特的企业文化，以及专业服务水准。

2012-2016年中国金银珠宝首饰市场规模及其增长速度

资料来源：公开资料整理

中国珠宝首饰行业五力竞争模型分析

（一）珠宝首饰行业对上游议价能力

珠宝产业的原材料，宝石（钻石，翡翠，红蓝宝石等）是稀有资源，资源的拥有者或垄断者有很强的话语权。贵金属材料具有硬通货的特点，价格全球公开，不管供应商还是厂

商都没有谈判的能力。但贵金属的价格波动会严重影响整个行业的市场形势。

（二）珠宝首饰行业对购买者议价能力分析

综合来看，由于珠宝首饰市场厂商采取价格竞争，产品同质化程度较高，使其对购买者的议价能力较弱。

（三）行业替代品威胁分析

从替代品的威胁来看，钻石首饰是一个风险很大的行业。一方面：钻石的高贵全依赖于他的稀缺性和千百年来建立的钻石文化和依附于钻石的传奇。随着钻石巨头垄断地位的下降和技术的进一步发展，长远来看，钻石的价值是否会一直坚挺，有很大的疑问。另一方面，各种替代品以及仿冒品对钻石首饰经营者有很大的干扰，以假乱真的仿冒品使消费者对钻石消费不得不小心翼翼。因此在中国市场无品牌的厂商最后必定会沦为专业的加工厂或被淘汰，弱小品牌生存空间愈来愈小。最终，国内的钻石首饰是少数寡头竞争的结局。

（四）行业潜在进入者威胁分析

通过分析可知，珠宝首饰行业的吸引力一般，同时存在较高的进入壁垒，现有企业凭借其市场优势对潜在进入者有一定挤压，综合来看，潜在进入者威胁较弱。

（五）行业现有企业竞争分析

以下分别从竞争数量、市场集中度、行业增长率、产品同质性四个方面分析现有企业的竞争情况。分析可得，我国珠宝首饰行业处于较快发展阶段，市场份额掌握在主要厂商手中，市场竞争激烈。

中国报告网发布的《2017-2022年中国金银珠宝首饰市场运营态势及投资策略研究报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

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。

第一部分 产业环境分析

第一章 2015年中国金银珠宝首饰行业宏观环境分析

第一节 金银珠宝首饰行业定义分析

一、行业定义

二、行业分类

第二节 2015年金银珠宝首饰行业宏观环境分析

一、政策环境

- 1、管理体制逐步开放
- 2、税收政策不断调整
- 3、行业法规进一步完善
- 4、国家级的技术标准
- 5、产品质量检测
- 6、消费者权益保护

二、经济环境

- 1、中国GDP增长情况分析
- 2、工业经济发展形势分析
- 3、社会固定资产投资分析
- 4、对外贸易发展形势分析
- 5、中国未来宏观经济预测
- 6、经济环境对行业的影响

三、技术环境

- 1、技术水平
- 2、专利数量

四、社会环境

- 1、全社会消费品零售总额
- 2、城乡居民收入增长分析
- 3、居民消费价格变化分析

第二部分 行业现状透视

第二章 2014-2016年中国金银珠宝首饰行业经济指标分析

第一节 2014-2016年金银珠宝首饰行业发展概述

- 一、行业发展所处的阶段
- 二、珠宝首饰行业发展现状
- 二、珠宝首饰行业发展特点
- 三、珠宝首饰行业市场现状分析

第二节 2014-2016年金银珠宝首饰行业经济运行状况

- 一、金银珠宝首饰行业企业数量分析
- 二、金银珠宝首饰行业资产规模分析
- 三、金银珠宝首饰行业利润总额分析

第三节 2014-2016年金银珠宝首饰行业成本费用分析

- 一、金银珠宝首饰行业成本分析

二、金银珠宝首饰行业销售费用分析

三、金银珠宝首饰行业管理费用分析

四、金银珠宝首饰行业财务费用分析

第四节 2014-2016年金银珠宝首饰行业运营效益分析

一、金银珠宝首饰行业盈利能力分析

二、金银珠宝首饰行业偿债能力分析

三、金银珠宝首饰行业营运能力分析

四、金银珠宝首饰行业发展能力分析

第三部分 行业竞争格局

第三章 2015年中国金银珠宝首饰行业市场与竞争分析

第一节 金银珠宝首饰行业上下游市场分析

一、金银珠宝首饰行业产业链简介

二、上游供给市场分析

1、黄金

2、铂金

3、钻石

4、玉石

5、白银

6、珍珠

三、下游需求市场分析

1、零售业发展现状与趋势分析

2、珠宝首饰零售行业发展现状与趋势分析

第二节 2015年金银珠宝首饰行业市场供需分析

一、金银珠宝首饰行业供应总量

1、供给总量

2、供给区域分布

二、金银珠宝首饰行业市场总量

1、全国珠宝首饰行业市场需求总量分析

2、各地区珠宝首饰行业需求情况分析

三、金银珠宝首饰行业价格分析

第三节 金银珠宝首饰行业五力竞争分析

一、上游议价能力分析

二、下游议价能力分析

三、替代品威胁分析

四、新进入者威胁分析

五、行业竞争现状分析

第四节 金银珠宝首饰行业市场集中度分析

一、行业市场集中度分析

二、行业主要竞争者分析

1、周大福

2、老凤祥

3、潮宏基

4、豫园商城

5、明牌珠宝

第四部分 商业模式透视

第四章 中国金银珠宝首饰行业传统商业模式分析

第一节 金银珠宝首饰行业原料采购模式

一、原材料的采购

1、原材料的类型

2、原材料采购的含义

3、原材料采购的模式

二、原材料采购流程

三、原材料采购物流作业

1、制定原材料采购计划

2、实施原材料采购

3、发出原材料采购订单

4、监督原材料采购合同履行

5、原材料验收与入库管理

6、结算

第二节 金银珠宝首饰行业经营模式

一、采购模式分析

二、生产模式分析

三、销售模式分析

四、行业典型运营模式比较分析

1、推动钻石业发展的DTC品牌营销

2、周大福珠宝的精益化营销模式

3、托管机制创新渠道模式

5、TESIRO通灵的体验式营销手段

6、周大生连锁经营模式分析

第三节 金银珠宝首饰行业渠道模式

一、品牌自营店渠道分析

二、品牌代理店渠道分析

三、品牌加盟店渠道分析

四、非品牌批发渠道分析

五、电视购物渠道分析

六、电子商务渠道分析

第四节 OEM、ODM、OBM模式分析

一、OEM模式

1、OEM模式盛行的原因

2、OEM生产模式的弊端

3、我国代工产业升级的策略选择

二、ODM模式

三、OBM模式

1、模式含义

2、重要作用

3、实施条件

4、实施步骤

第五章 中国金银珠宝首饰行业商业模式构建与实施策略

第一节 金银珠宝首饰行业商业模式要素与特征

一、商业模式的构成要素

1、定位

2、业务系统

3、关键资源能力

4、盈利模式

5、自由现金流结构

6、企业价值

二、商业模式的模式要素

三、成功商业模式的特征

1、十大成功案例

2、成功商业模式的要素

第二节 金银珠宝首饰行业企业商业模式构建步骤

一、挖掘客户价值需求

1、消费需求的三个层次

2、如何超越现有需求

3、超越现有需求的构想

二、产业价值链再定位

1、客户价值公式

2、产业价值定位

3、商业形态定位

三、寻找利益相关者

1、利益相关者企业价值

2、产业利益主体诉求

四、构建盈利模式

第三节 金银珠宝首饰行业商业模式的实施策略

一、企业价值链管理的目标

二、企业价值链管理系统建设

三、企业文化建设

第六章 中国金银珠宝首饰行业商业模式创新转型分析

第一节 互联网思维对行业的影响

一、互联网思维四大特征

1、用户至上

2、体验为王

3、免费的商业模式

4、颠覆式创新

二、基于互联网思维的行业发展

第二节 互联网时代七大商业模式

一、平台模式

1、构成平台模式的6个条件

2、平台模式的战略定位

3、平台模式成功的四大要素

4、平台模式案例

二、免费模式

1、免费商业模式解析

2、免费战略的实施条件

3、免费战略的类型

三、软硬一体化模式

1、软硬一体化商业模式案例

2、软硬一体化模式受到市场追捧

3、软硬一体化模式是一项系统工程

4、成功打造软硬一体化商业模式的关键举措

四、O2O模式

- 1、O2O模式爆发巨大力量
- 2、O2O模式分类
- 3、O2O模式的盈利点分析
- 4、O2O模式的思考

五、品牌模式

- 1、品牌模式的内涵及本质
- 2、成功的移动互联网品牌
- 3、如何推进品牌经营

六、双模模式

- 1、双模模式概述
- 2、移动互联网：用户规模是关键
- 3、双模模式案例

七、速度模式

- 1、什么是速度模式
- 2、速度模式的主要表现
- 3、速度模式应注意的几个问题

第三节 互联网背景下金银珠宝首饰行业商业模式选择

一、金银珠宝首饰行业与互联网思维的结合

二、互联网背景下金银珠宝首饰行业商业模式选择

- 1、“互联网+珠宝首饰”行业主要模式
- 2、“互联网+”珠宝首饰业的启示

三、国内珠宝O2O平台

- 1、普林尼：从M2C升级为O2O
- 2、佐卡伊：用互联网思维运营店面
- 3、珂兰钻石：在整合中变成上市公司
- 4、爱度：打造珠宝一站式加盟服务
- 5、每克拉美：“电子商务+直营体验店”的O2O营销模式
- 6、东方美宝：B2C+O2O模式
- 7、此时彼刻：珠宝外卖的房车体验

第七章金银珠宝首饰行业企业经营情况与商业模式分析

第一节 老凤祥股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营产品概况
- 三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第二节 浙江明牌珠宝股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 周大福珠宝金行有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 广东潮宏基实业股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 深圳市粤豪珠宝有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第六节 深圳市福麒珠宝首饰有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第七节 深圳市百泰珠宝首饰有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第八节 深圳市宝怡珠宝首饰有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第九节 周生生集团国际有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第十节 金叶珠宝股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第五部分 投资发展策略

第八章 2017-2022年中国金银珠宝首饰行业发展前景预测分析

第一节 2017-2022年金银珠宝首饰行业发展前景及趋势预测分析

一、2017-2022年珠宝首饰市场发展潜力

二、2017-2022年珠宝首饰市场发展前景展望

三、2017-2022年珠宝首饰细分行业发展前景分析

1、黄金市场

2、铂金饰品消费市场

3、钻石首饰市场

第二节 2017-2022年金银珠宝首饰行业发展前景预测

一、2017-2022年金银珠宝首饰行业市场规模预测

二、2017-2022年金银珠宝首饰行业盈利前景预测

第九章 2017-2022年中国金银珠宝首饰行业投融资战略规划分析

第一节 金银珠宝首饰行业关键成功要素分析

一、2015年珠宝首饰行业投资战略

二、2017-2022年珠宝首饰行业投资战略

三、2017-2022年细分行业投资战略

第二节 金银珠宝首饰行业投资壁垒分析

一、金银珠宝首饰行业进入壁垒

1、品牌壁垒

2、人才壁垒

3、设计壁垒

4、资金壁垒

5、采购壁垒

6、渠道壁垒

二、金银珠宝首饰行业退出壁垒

第三节 金银珠宝首饰行业投资风险与规避

一、宏观经济风险与规避

二、行业政策风险与规避

三、原料市场风险与规避

四、市场竞争风险与规避

五、原材料供给风险分析与规避

六、价格风险与规避

第四节 金银珠宝首饰行业融资渠道与策略

一、金银珠宝首饰行业融资渠道分析

1、行业资金渠道分析

2、固定资产投资分析

3、兼并重组情况分析

二、金银珠宝首饰行业融资策略分析

第五节 珠宝首饰经营策略分析

一、珠宝首饰市场细分策略

1、按照产品的档次

2、按照产品的用材

3、按照特定的人群

4、按照地域的分布

5、按照渠道的模式

二、金银珠宝行业企业发展模式建议

1、经营困境倒逼珠宝企业转型

2、珠宝电子商务是大势所趋

3、产业链整合提升企业竞争实力

三、珠宝首饰市场创新策略

1、观念创新

2、产品创新

3、技术创新

4、管理创新

5、组织创新是动力

6、人才创新

7、方法创新

四、品牌定位与品类规划

五、珠宝首饰新产品差异化战略

图表目录

图表：珠宝首饰行业主要法律法规

图表：金银珠宝首饰行业主要行业标注

图表：2015年1-3季度GDP初步核算数据

图表：2015年1-3季度GDP环比和同比增长速度

图表：2014-2015年规模以上工业增加值增速

图表：2014-2015年固定资产投资及房地产开发投资增速（累计同比）

图表：2006-2015年中国珠宝首饰行业相关专利数量走势分析

图表：2006-2015年中国珠宝首饰行业申请人排行分析

图表：2014-2015年全社会消费品零售总额名义增速（月度同比）

图表：2014年按收入来源分全国居民人均可支配收入占比

图表：2015年中国25省份2015年前三季度居民收入

图表：2014-2015年居民消费价格上涨（月度同比）

图表：2014-2015年工业产品出厂者价格情况（月度同比）

图表：珠宝首饰行业不同发展阶段及其典型特征

图表：2014-2016年中国金银珠宝首饰行业企业数量分析

图表：2014-2016年中国金银珠宝首饰行业资产规模分析

图表：2014-2016年中国金银珠宝首饰行业利润总额分析

图表：2014-2016年中国金银珠宝首饰行业销售成本分析

图表：2014-2016年中国金银珠宝首饰行业销售费用分析

图表：2014-2016年中国金银珠宝首饰行业管理费用析

图表：2014-2016年中国金银珠宝首饰行业财务费用分析

图表：2014-2016年中国金银珠宝首饰行业总资产利润率分析

图表：2014-2016年中国金银珠宝首饰行业营业利润率分析

图表：2014-2016年中国金银珠宝首饰行业资产负债率分析

（FSW）

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shoushi/284650284650.html>