

2009-2012年中国珠宝首饰行业调研及投资预测报告

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《2009-2012年中国珠宝首饰行业调研及投资预测报告》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/fushi/5550155501.html>

报告价格：电子版: 6000元 纸介版：6000元 电子和纸介版: 6200

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

2009年必将是个珠宝界的配件年，珠宝商们如果“爱搞事”，那绝对是个优势——当人们开始削减购买衣服的预算时，他们可能会花一些额外的钱去考虑配件，为了给旧款增加新意。并且，人们喜欢存在感强的东西，最好都更大一些——宽腰带、大廓型的鞋子和大容量手袋，这就是新的时尚世界。

近年来中国已成为世界上少数几个珠宝首饰饰品年消费额超过100亿美元的国家之一。中国内地消费群体庞大，世界四大时尚之都以及东京、香港等城市的饰品年贸易总量近1000亿美元，但中国女性饰品人均占有率不足5%，可见市场潜力十分巨大。

今后一个时期，中国黄金珠宝首饰市场的消费增长将主要靠婚庆、钻饰消费和境外来华游客消费等三个需求来拉动。另外，全国每年有近1000万对新人喜结良缘，因结婚产生的消费高达2500亿元。特别是人口出生率高达21%的八十年代中后期出生的人群将于2007至2012年左右进入婚龄，仅婚庆珠宝消费就前景可观。

珠宝首饰是率先向国际开放的产业之一。过去几年，中国对成品珠宝的进口关税高达50%，在黄金饰品与宝石产品上高昂的进口关税以及消费税，制约了珠宝首饰的销售。随着中国市场的进一步开放，这些壁垒逐步取消，同时中国珠宝业政策调整的信号正越来越强。证明中国政府已经开始重视珠宝首饰产业的发展。国家计委宣布中国黄金取消央行定价，实行市场调节价等，已在分步拆除计划经济下“统购统销”的枷锁，向着又向国际黄金市场的方向上迈出实质性的步伐。上海黄金交易所开市，为中国建设规范化的黄金市场写下了浓重一笔。中国对钻石进出口管理和税收政策进行了重大调整，必将促使中国钻石业走上良性循环发展的轨道。

本报告依国家统计局、国家商务部、国家海关总署、中国黄金协会、中国珠宝玉石首饰行业协会、全国商业信息中心、上海黄金交易所、世界黄金协会、国际铂金协会等单位提供的大量资料，对我国珠宝首饰市场的国际市场、发展现状、细分市场、竞争格局、重点企业、发展趋势及策略等进行了深入分析。在对我国珠宝首饰整体走势预测的基础上，本报告还运用定性、定量分析方法对我国珠宝首饰行业整体的格局、现状、未来走势做出了极具参考价值的判断。

目录

第一章 珠宝首饰行业的相关概述

第一节 珠宝首饰相关定义与分类

一、珍珠

二、钻石

三、黄金

四、其他相关定义

五、珠宝首饰的分类

第二节 珠宝价值分析

- 一、珠宝价值的形成
- 二、影响珠宝价格的因素
- 三、什么样的珠宝能保值

第三节 珠宝首饰行业的投资特性分析

- 一、合格珠宝首饰的条件
- 二、珠宝首饰与投资保值
- 三、处于幼稚时期的朝阳产业
- 四、投资大、利润高
- 五、要素密集性极高
- 六、进入壁垒和退出壁垒高

第二章 珠宝首饰行业不同环节概况

第一节 珠宝消费者市场分析

第二节 我国珠宝中间商市场

- 一、批发商
- 二、零售商

第三节 珠宝生产者市场分析

- 一、从交易规模和交易方式来看
- 二、从购买行为来看
- 三、从购买目的来看
- 四、从交易行为主体来看
- 五、从决策类型和决策过程来看

第四节 珠宝服务市场

- 一、珠宝设备供给市场
- 二、珠宝加工、镶嵌市场
- 三、首饰陈设、包装服务市场

第三章 2008-2009年国际珠宝首饰市场分析

第一节 全球珠宝首饰市场现状分析

- 一、全球红宝石市场估价分析
- 二、世界十大产金国分析
- 三、全球白金市场供应分析
- 四、2007年全球黄金供应分析
- 五、2007国际珠宝首饰创意设计分析
- 六、2012年全球铂金产量预测

第二节 2008-2009年美国珠宝市场分析

- 一、2008年美国消费者青睐低克拉黄金珠宝
- 二、2008年美国珠宝零售市场分析
- 三、2008年美国黄金档期网上销售7年来首次下跌
- 四、2009年情人节美国珠宝消费热度不减
- 五、2009年美国珠宝集团“出击”中国市场

第三节 2008-2009年印度珠宝市场分析

- 一、2008年印度珠宝需求低迷损及金价
- 二、2009年1月印度黄金进口分析
- 三、印度丹尼诗珠宝销售分析
- 四、2015年印度珠宝出口预测

第四节 2008-2009年俄罗斯珠宝市场分析

- 一、2007年俄罗斯珠宝设备市场分析
- 二、2008年俄罗斯黄金产量分析
- 三、俄罗斯珠宝业多采用直销连锁零售模式
- 四、俄罗斯珠宝的启示录

第五节 2008-2009年泰国珠宝市场分析

- 一、2008年泰国珠宝对日出口分析
- 二、2008年泰国将实行珠宝首饰贸易零关税
- 三、2009年泰国珠宝首饰出口受到美国影响
- 四、2009年泰国商务部启动促珠宝首饰业增长工作
- 五、泰国黄金首饰独有的特点及文化内涵

第六节 2008-2009年中国台湾珠宝市场分析

- 一、台湾珠宝市场概述
- 二、台湾翡翠玉石发展概况及前景分析

第七节 2008-2009年香港珠宝市场分析

- 一、香港珠宝市场概述
- 二、2008年香港珠宝力拓内地市场
- 三、2009年香港国际珠宝展新兴市场买家上升
- 四、香港珠宝品牌受内地消费者偏爱
- 五、香港珠宝业整体北上扩张

第四章 2008-2009年我国珠宝首饰发展现状分析

第一节 金融危机对我国珠宝行业的影响分析

- 一、大规模促销活动拉开帷幕
- 二、买珠宝出现分期付款
- 三、电子商务助力珠宝企业过冬

第二节 中国珠宝首饰行业发展历程分析

- 一、80年代前中国珠宝首饰业的停滞
- 二、80-90年代中国珠宝首饰业的恢复
- 三、1990-2008年中国珠宝首饰业的发展
- 四、2008年后中国珠宝首饰业的未来

第三节 2008-2009年珠宝首饰市场发展情况分析

- 一、2007年珠宝首饰市场受关注度情况调查
- 二、2007年珠宝首饰行业热门产品和材质分析
- 三、2008年珠宝行业遭遇成本门
- 四、2008年网购钻石低价“入侵”珠宝市场
- 五、2009年本土珠宝企业转战国内市场
- 六、2009年内地珠宝市场正在逐渐发展壮大
- 七、2009年中国珠宝电子商务行业制订自律公约
- 八、珠宝行业潜伏着三重危机
- 九、珠宝企业危机与机遇并存

第四节 2008年中国珠宝零售市场调查分析

- 一、品牌
- 二、价格

第五节 我国珠宝首饰市场现状分析

- 一、中国是全球最具潜力的珠宝市场
- 二、国内珠宝首饰业运行特点
- 三、中国珠宝市场成全球焦点
- 四、中国珠宝首饰年营业额超1200亿元
- 五、珠宝产品海内外两头热销
- 六、珠宝产业呼唤行业标准
- 七、内地珠宝首饰市场是未来金矿
- 八、金融危机下的中国黄金珠宝业升级路径

第七节 我国珠宝首饰行业面临的基本问题及应对措施

- 一、现状
- 二、企业的应对措施
- 三、行业协会的应对措施

第五章 2008-2009年我国珠宝首饰行业进出口分析

第一节 2008-2009年我国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币进出口总体情况分析

- 一、2008-2009年中国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币进出口总体情况表
- 二、2008-2009年中国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币进出口贸易方式

三、2008-2009年中国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币进出口流向

第二节 2008-2009年我国珠宝首饰各产品进出口情况分析

- 一、2008-2009年中国天然或养殖珍珠，不论是否加工分级或暂成串进出口情况
- 二、2008-2009年中国钻石,不论是否加工,但未镶嵌进出口情况
- 三、2008-2009年中国宝石或半宝石进出口情况
- 四、2008-2009年中国银,未锻造、半制成或粉末状(克)进出口情况
- 五、2008-2009年中国铂,未锻造、半制成或粉末状进出口情况
- 六、2008-2009年中国用天然或养殖珍珠、宝石或半宝石制成的物品(克)出口情况

第三节 2008-2009年我国珠宝进出口情况分析

- 一、2007年珠宝业进出口分析
- 二、2008年我国珠宝首饰进出口分析
- 三、2008年我国珠宝出口分析
- 四、2008年广东珠宝与黄金首饰出口分析
- 五、2009年1月深圳珠宝出口分析
- 六、信贷收缩影响珠宝出口
- 七、我国珠宝产业积极应对出口退税政策调整

第六章 2008-2009年黄金行业发展分析

第一节 金融危机下我国黄金市场发展分析

- 一、黄金市场
- 二、黄金行情
- 三、黄金理财
- 四、黄金饰品
- 五、黄金投资

第二节 2008年我国黄金市场发展分析

- 一、2008年全国及各省市黄金生产情况
- 二、2008年中国黄金产量蝉联世界第一
- 三、2008年中国内地黄金需求分析
- 四、2008年中国黄金行业十大新闻
- 五、“十一五”期间我国黄金产量预测

第三节 2008年我国黄金区域市场分析

- 一、上海
- 二、安徽
- 三、内蒙古
- 四、新疆
- 五、云南

六、福建

七、西宁

八、河北

第四节 2008-2009年国内外实物黄金市场分析

一、国内实物金市场分析

二、国际实物金市场分析

三、2009年实物金投资关注点

四、国内各种类型金商的发展状况

第五节 2008—2009年度国内黄金市场分析

一、国内黄金市场价格走势回顾

二、国内黄金供给情况

三、国内黄金需求情况

四、2009年国内黄金市场展望

第六节 2009年黄金市场预测及投资策略分析

一、2009年黄金市场影响因素分析

二、2009年国际黄金价格预测

三、2009年黄金投资策略分析

第七章 2008-2009年钻石行业发展分析

第一节 世界钻石资源分布

一、钻石储量超过1亿克拉的国家

二、钻石储量超过1000万克拉的国家

三、钻石储量超过500万克拉的国家介绍

第二节 2008-2009年国际钻石市场发展分析

一、2008年以色列钻石出口分析

二、2009年白俄罗斯有望建立钻石交易市场

三、2009年以色列看好中国钻石市场

四、2009年苏拉特钻石加工企业重新营业

五、国际市场兴起钻石热

第三节 2008-2009年我国钻石市场发展分析

一、2008年我国已成世界第二大钻石消费及加工国

二、2008年奥运冲击波掀起钻石消费高潮

三、2008年中国网上珠宝钻石交易量分析

四、2008年中国钻石交易总额分析

五、2008年钻石打开农村消费市场

六、2008年中国钻石市场逐渐多元化

七、钻石首饰证书市场混乱

八、中国钻石消费市场前景可观

第四节 2008-2009年不同地区钻石首饰市场分析

一、2008年中国最大品牌钻石产业园落户上海

二、2008年北京钻石价格分析

三、2008年广州奥运婚庆热销黄金钻石消费

四、2009年上海钻石市场量价坚挺

五、2009年杭州钻石市场消费分析

第五节 2008-2009年钻石行业电子商务分析

一、形势所迫痛苦转型

二、主动出击抢占先机

三、深圳落后于上海

四、深企都已在摩拳擦掌

第六节 我国钻石行业现状及前景分析

一、钻石加工业发展现状

二、中国钻石首饰零售业的现状与发展

三、我国钻石市场未来发展展望

第八章 2008-2009年珍珠行业发展情况分析

第一节 2008年我国珍珠行业发展分析

一、2008年浙江珍珠企业抱团取暖

二、2008年标准样品出台助推国内珍珠产业健康发展

三、2008年苏州渭塘打造珍珠产业新平台

四、低档珍珠增值模式分析

五、“珍珠王国”产业转攻内销

六、金融危机波及北海珍珠养殖

七、我国珍珠零售额将达100亿元

第二节 我国珍珠产业发展分析

一、我国珍珠产业现状

二、珍珠国内销售市场潜力大

三、网点是基础产品是重点

四、母爱是珍珠最好的情感定位

第三节 珍珠产业升级的内销路径分析

一、工艺与渠道

二、内销打下扎实根基，适时走上国际舞台

第四节 浙江珍珠产业化发展分析

一、发展珍珠产业的基础

二、存在的问题

三、发展珍珠产业化的新途径

第五节 中国海水珍珠发展分析

一、世界海水珍珠基本现状

二、我国海水珍珠的基本状况

三、我国海水珍珠与淡水珍珠比较

四、我国珍珠产业链分析

五、我国海水珍珠产业发展的建议

第六节 珍珠主要产区分析

一、雷州

二、诸暨

三、常德

第九章 2008-2009年翡翠行业发展分析

第一节 翡翠的贸易与市场

一、翡翠的产地及来源

二、翡翠的交易及市场

第二节 我国翡翠行业分析

一、我国翡翠加工流程

二、泉州翡翠市场消费升级

三、翡翠市场鱼目混珠

四、中国翡翠消费观念抑或改变

五、四大瓶颈制约翡翠行业发展

六、高档翡翠成珠宝投资者的首选

第三节 我国翡翠市场发展趋势

一、翡翠交易将趋于透明

二、投资和消费内地翡翠市场正当时

三、翡翠市场发展前景

第十章 2008-2009年其他细分行业分析

第一节 白银行业

一、2008-2009年我国白银生产情况

二、我国白银发展现状

三、中国银饰品市场现状

四、我国已成为世界白银生产和消费大国

五、白银市场成贵金属投资新宠

第二节 铂金行业

- 一、2008年铂金市场出现24万盎司缺口
- 二、全球铂金首饰市场需求近七成来自中国
- 三、2009年典当行内铂金“身价”大跌
- 四、2009年中国铂金首饰市场前景看好
- 五、2012年全球铂金产量增长预测

第三节 我国水晶市场发展分析

- 一、常见水晶发晶的种类及特征
- 二、我国水晶产业发展迅猛已形成相当规模

第十一章 2008-2009年主要区域市场发展分析

第一节 2008-2009年广东市场发展情况分析

- 一、2007年广东金银珠宝厂所占比例
- 二、2008年广东珠宝出口单月出现负增长
- 三、2008年广东出台首部珠宝经营服务规范
- 四、2009年广东珠宝贵金属抽检结果分析
- 五、2009年番禺珠宝业迎来发展新契机
- 六、广东已成金银珠宝出口重要基地
- 七、广东黄金珠宝加工业现状与特点
- 八、广东珠宝行业的竞争问题
- 七、番禺珠宝业从“加工基地”向“产业集群”转变

第二节 2008-2009年深圳市场发展情况分析

- 一、深圳珠宝首饰行业简介
- 二、深圳珠宝首饰行业现状及其地位
- 三、2008年四季度黄金珠宝首饰行业专项抽查结果
- 四、2009年深圳珠宝抢夺国际标准话语权
- 五、深圳珠宝业调整策略转战国内
- 六、深圳珠宝产业区域品牌塑造的成功分析
- 七、深圳珠宝企业进军网络零售
- 八、深圳珠宝加工业总产值分析

第三节 2008-2009年上海市场发展情况分析

- 一、上海珠宝首饰产业的环境优势
- 二、上海珠宝首饰行业的地域格局
- 三、上海珠宝首饰消费现状
- 四、上海人珠宝消费心理分析
- 五、上海珠宝经历三大变化

- 六、2007年上海黄金珠宝饰品销售额分析
- 七、2008年上海珠宝首饰网购分析
- 八、2009年春节上海黄金珠宝首饰销售分析
- 第四节 2008-2009年北京市场发展情况分析
 - 一、2007年北京珠宝首饰销售增长情况分析
 - 二、北京钯金首饰价全国最低
 - 三、北京珠宝市场的竞争态势
 - 四、北京市珠宝批发市场状况
 - 五、2009年北京珠宝市场发展分析
- 第五节 2008-2009年其他地区珠宝市场发展分析
 - 一、浙江珠宝首饰消费者分析
 - 二、甘肃黄金珠宝市场分析
 - 三、2007年江苏珠宝销售分析
 - 四、2007年福州人珠宝消费分析
 - 五、2008年武汉成立首个珠宝维权站
 - 六、2008年云南珠宝市场销售额分析
 - 七、2009新年南京珠宝市场销售分析
- 第十二章 2008-2009年我国珠宝首饰市场消费者分析
 - 第一节 2007年中国黄金珠宝行业消费大型调查分析
 - 一、消费者一年购买首饰的数量
 - 二、消费者认同首饰的价位
 - 三、首饰市场主要产品
 - 四、黄金消费达历史新高
 - 第二节 2008-2009年不同区域珠宝消费分析
 - 一、金融危机下国内珠宝消费分析
 - 二、天津
 - 三、上海
 - 三、银川
 - 四、武汉
 - 五、湖北
 - 第三节 珠宝消费行为分析
 - 一、购买心理与购买动机
 - 二、影响消费者购买行为的经济因素
 - 三、消费者购买决策过程
 - 第四节 珠宝消费者市场特点分析

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

第五节 中国珠宝首饰消费的地理特征

- 一、珠宝消费能力
- 二、珠宝品牌认知度
- 三、珠宝品牌渗透率
- 四、最时尚的珠宝品牌
- 五、珠宝消费地理的启示

第六节 珠宝消费市场趋势

- 一、个性化趋势
- 二、高档化趋势
- 三、名牌化趋势

第十三章 我国珠宝首饰行业营销分析

第一节 中国珠宝市场营销环境分析

- 一、人口环境
- 二、经济环境
- 三、社会文化环境
- 四、政治法律环境

第二节 我国珠宝首饰的营销现状

- 一、销售渠道，三足鼎立
- 二、品牌塑造，尚需加强
- 三、营销队伍呼唤专业化
- 四、打造零售终端刻不容缓
- 五、我国珠宝品牌与外国品牌竞争分析

第三节 珠宝首饰业的网络营销情况分析

- 一、网络时代给传统经济带来的机遇与挑战
- 二、珠宝首饰网络营销的模式与基本内容
- 三、珠宝首饰网络营销的现状与发展
- 四、中国珠宝首饰在线消费需求分析

第四节 我国珠宝首饰业中的营销手段分析

- 一、展销
- 二、价格促销

三、广告促销

四、加盟连锁

五、渠道营销

六、网络营销

七、品牌营销

八、关系营销

第五节 我国珠宝首饰行业的市场前景和营销现状分析

一、饰品市场前景

二、饰品营销市场现状

三、饰品的消费需求量

第六节 我国珠宝业的奥运营销与非奥运营销策略

一、奥运营销

二、非奥运营销

三、反思

第七节 珠宝企业实行情感营销的策略分析

一、开发情感产品，满足情感需要

二、运用情感促销，以情动人

三、实行情感服务，以情感人

四、完善售后服务确保情感联系

第十四章 珠宝专卖终端管理策略

第一节 珠宝专卖终端管理不同时期特点与应对策略

一、导入期的几种特点及应对策略

二、上升期的几种特点及应对策略

三、成长期的几种特点及应对策略

四、成熟期的几种特点及应对策略

第二节 珠宝专卖终端管理店址选择与陈列策略

一、店址选择

二、店头的照明与色彩

三、POP广告

四、商品陈列设计

第三节 我国珠宝零售终端二次创业调查分析

一、内地品牌二次创业在路上

二、香港品牌升级进行时

三、引导消费，资本运作

四、产品结构有待提高

第四节 金价上涨后黄金珠宝终端生存的策略

- 一、黄金珠宝销售终端要对自己进行重新定位
- 二、黄金珠宝销售终端要加强自己的市场营销
- 三、黄金珠宝销售终端要加强自身的单店管理能力

第十五章 2008-2009年我国珠宝首饰行业竞争格局分析

第一节 我国珠宝行业竞争现状

- 一、中国珠宝企业生存环境分析
- 二、提高我国珠宝业竞争力建议

第二节 金融危机下我国珠宝业竞争格局分析

- 一、珠宝企业直面激烈竞争
- 二、珠宝行业中端市场竞争分析
- 三、互联网"长尾效应"辟珠宝行业连锁经营新格局
- 四、高端珠宝品牌竞相抢滩华南市场

第三节 提升中国珠宝首饰零售业核心竞争力的措施

- 一、核心竞争力的含义与特征
- 二、我国珠宝首饰行业存在的问题
- 三、提升中国珠宝首饰零售业核心竞争力的措施

第四节 中国饰品市场的主要竞争策略

- 一、企业应明确自身的品牌定位和树立诚信意识
- 二、企业应加强流行趋势的把握能力
- 三、企业应关注娱乐文化的新亮点和流行新元素
- 四、企业应加强与品牌定位相适应的渠道构造能力
- 五、企业应创造具有独特个性的饰品文化
- 六、企业应对代理商和加盟店进行必要的支持和培训

第十六章 珠宝首饰领先企业分析

第一节 戴梦得公司

- 一、公司简介
- 二、2008-2009年财务分析
- 三、经营发展分析

第二节 戴比尔斯公司

- 一、公司简介
- 二、戴比尔斯垄断全球钻石市场
- 三、2008年戴比尔斯原石价格分析
- 四、2008年戴比尔斯启动钻石分级服务
- 五、2009年戴比尔斯计划减产钻石

第三节 老凤祥

- 一、公司简介
- 二、财务分析
- 三、积极应对金融危机
- 四、2010年发展目标
- 五、品牌价值分析

第四节 周大福珠宝金行

- 一、公司简介
- 二、营销策略
- 三、2010年发展目标

第五节 谢瑞麟珠宝金行(中国)公司

- 一、公司简介
- 二、财务分析
- 三、谢瑞麟珠宝金行公司北京市场营销策略

第六节 湖北东方金钰股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2008-2009年财务分析
- 三、东方金钰亚运特许商

第七节 其他知名企业

- 一、潮宏基公司
- 二、浙江日月首饰集团有限公司
- 三、北京菜百
- 四、上海老庙黄金有限公司
- 五、香港周生生珠宝
- 六、香港周六福珠宝集团
- 七、香港名钻坊

第十七章 2009-2012年我国珠宝首饰行业发展趋势及策略分析

第一节 珠宝首饰行业发展预测

- 一、2010年珠宝消费预测
- 二、2010年中国珠宝业的转变
- 三、我国饰品市场的困境与机遇
- 四、和田玉成珠宝投资新方向
- 五、珠宝古玉的投资前景分析

第二节 珠宝首饰行业发展趋势

- 一、中国珠宝饰品市场发展基本趋势

二、珠宝业发展趋势

三、珠宝首饰设计流行趋势

四、黄金饰品未来发展趋势

五、银首饰饰品的发展趋势

第三节 珍珠珠宝首饰企业发展之道

一、提高原珠质量

二、增强设计水平

三、重视珍珠推广

四、树立强势品牌

五、解读珍珠文化

第四节 黄金行业发展循环经济策略

一、发展循环经济的思考

二、发展循环经济的建议

三、发展循环经济的有效途径

第五节 我国珠宝首饰行业发展策略

一、设计师对设计不断的创新

二、对各种流行资讯的敏锐洞察

三、严格遵循首饰设计的原则

四、加快培养高级珠宝首饰设计人才

五、重视创新在珠宝首饰设计的作用

六、中国珠宝产业核心竞争力

第六节 珠宝业品牌扩张的分销策略

一、行业竞争格局

二、整体分销策略

三、连锁专卖体系打造

四、后台能力构建

部分图表目录

图表 2009年中国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币进出口量总体情况表

图表 2009年中国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币进出口额总体情况表

图表 2009年中国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币一般贸易进出口量情况

图表 2009年中国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币一般贸易进出口额情况

图表 2009年中国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币来料加工装配贸易进出口量情况

图表 2009年中国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币来料加工装配贸易进出口额情况

图表 2009年中国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币进料加工贸易进出口量情况

图表 2009年中国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币进料加工贸易进出口额情况

图表 2009年中国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币边境小额贸易进出口量情况

图表 2009年中国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币边境小额贸易进出口额情况

图表 2009年中国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币租赁贸易进出口量情况

图表 2009年中国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币租赁贸易进出口额情况

图表 2009年中国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币保税仓库进出境货物进出口量情况

图表 2009年中国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币保税仓库进出境货物进出口额情况

图表 2009年中国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币保税区仓储转口货物进出口量情况

图表 2009年中国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币保税区仓储转口货物进出口额情况

图表 2009年中国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币进出口总量流向

图表 2009年中国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币进出口总额流向

图表 2009年中国天然或养殖珍珠，不论是否加工分级或暂成串进出口量情况

图表 2009年中国天然或养殖珍珠，不论是否加工分级或暂成串进出口额情况

图表 2009年中国钻石,不论是否加工,但未镶嵌 进出口量情况

图表 2009年中国钻石,不论是否加工,但未镶嵌 进出口额情况

图表 2009年中国宝石或半宝石进出口量情况

图表 2009年中国宝石或半宝石进出口额情况

图表 2009年中国合成或再造的宝石或半宝石进出口量情况

图表 2009年中国合成或再造的宝石或半宝石进出口额情况

图表 2009年中国天然或合成的宝石或半宝石的粉末进出口量情况

图表 2009年中国天然或合成的宝石或半宝石的粉末进出口额情况

图表 2009年中国银,未锻造、半制成或粉末状进出口量情况

图表 2009年中国银,未锻造、半制成或粉末状进出口额情况

图表 2009年中国铂,未锻造、半制成或粉末状进出口量情况

图表 2009年中国铂,未锻造、半制成或粉末状进出口额情况

图表 2009年中国用天然或养殖珍珠、宝石或半宝石制成的物品进出口量情况

图表 2009年中国用天然或养殖珍珠、宝石或半宝石制成的物品进出口额情况

图表 2008年1-12月中国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币进出口量总体情况表

图表 2008年1-12月中国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币进出口额总体情况表

图表 2005-2010年中国珠宝玉石首饰销售额

图表 2008年1-12月中国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币一般贸易进出口量情况

图表 2008年1-12月中国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币一般贸易进出口额情况

图表

2008年1-12月中国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币来料加工装配贸易进出口量情况

图表

2008年1-12月中国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币来料加工装配贸易进出口额情况

图表

2008年1-12月中国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币进料加工贸易进出口量情况
图表

2008年1-12月中国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币进料加工贸易进出口额情况

图表 2008年1-12月中国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币边境小额贸易进出口量情况

图表 2008年1-12月中国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币边境小额贸易进出口额情况

图表 2008年1-12月中国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币租赁贸易进出口量情况

图表 2008年1-12月中国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币租赁贸易进出口额情况

图表

2008年1-12月中国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币保税仓库进出境货物进出口量情况

图表

2008年1-12月中国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币保税仓库进出境货物进出口额情况

图表

2008年1-12月中国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币保税区仓储转口货物进出口量情况

图表

2008年1-12月中国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币保税区仓储转口货物进出口额情况

图表 2008年1-12月中国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币进出口总量流向

图表 2008年1-12月中国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币进出口总额流向

图表 2008年1-12月中国天然或养殖珍珠，不论是否加工分级或暂成串进出口量情况

图表 2008年1-12月中国天然或养殖珍珠，不论是否加工分级或暂成串进出口额情况

图表 2008年1-12月中国钻石,不论是否加工,但未镶嵌 进出口量情况

图表 2008年1-12月中国钻石,不论是否加工,但未镶嵌 进出口额情况

图表 2008年1-12月中国宝石或半宝石进出口量情况

图表 2008年1-12月中国宝石或半宝石进出口额情况

图表 2008年1-12月中国合成或再造的宝石或半宝石进出口量情况

图表 2008年1-12月中国合成或再造的宝石或半宝石进出口额情况

图表 2008年1-12月中国天然或合成的宝石或半宝石的粉末进出口量情况

图表 2008年1-12月中国天然或合成的宝石或半宝石的粉末进出口额情况

图表 2008年1-12月中国银,未锻造、半制成或粉末状进出口量情况

图表 2008年1-12月中国银,未锻造、半制成或粉末状进出口额情况

图表 2008年1-12月中国铂,未锻造、半制成或粉末状进出口量情况

图表 2008年1-12月中国铂,未锻造、半制成或粉末状进出口额情况

图表 2008年1-12月中国用天然或养殖珍珠、宝石或半宝石制成的物品进出口量情况

图表 2008年1-12月中国用天然或养殖珍珠、宝石或半宝石制成的物品进出口额情况

图表 2008年我国珠宝首饰进出口情况

图表 2008年全国黄金产量及增长情况

图表 2008年北京黄金产量及增长情况

图表 2008年天津黄金产量及增长情况

图表 2008年河北黄金产量及增长情况

图表 2008年山西黄金产量及增长情况

图表 2008年内蒙古黄金产量及增长情况

图表 2008年辽宁黄金产量及增长情况

图表 2008年吉林黄金产量及增长情况

图表 2008年黑龙江黄金产量及增长情况

图表 2008年上海黄金产量及增长情况

图表 2008年浙江黄金产量及增长情况

图表 2008年安徽黄金产量及增长情况

图表 2008年福建黄金产量及增长情况

图表 2008年江西黄金产量及增长情况

图表 2008年山东黄金产量及增长情况

图表 2008年河南黄金产量及增长情况

图表 2008年湖北黄金产量及增长情况

图表 2008年湖南黄金产量及增长情况

图表 2008年广东黄金产量及增长情况

图表 2008年广西黄金产量及增长情况

图表 2008年海南黄金产量及增长情况

图表 2008年四川黄金产量及增长情况

图表 2008年贵州黄金产量及增长情况

图表 2008年云南黄金产量及增长情况

图表 2008年陕西黄金产量及增长情况

图表 2008年甘肃黄金产量及增长情况

图表 2008年青海黄金产量及增长情况

图表 2008年宁夏黄金产量及增长情况

图表 2008年新疆黄金产量及增长情况

图表 2008年上海AUT+D各月份成交量、成交金额统计表

图表 2008年上交所月成交量柱状图表

图表 2008年上交所月成交量柱状图表

图表 2001-2008年中国黄金产量统计

图表 2008年中国黄金需求季度统计

图表 2008年中国居民消费价格指数

图表 2008年中国社会消费品零售额

图表 2008年全国白银产量及增长情况

图表 2008年北京白银产量及增长情况

图表 2008年天津白银产量及增长情况

图表 2008年河北白银产量及增长情况

图表 2008年山西白银产量及增长情况

图表 2008年内蒙古白银产量及增长情况

图表 2008年辽宁白银产量及增长情况

图表 2008年上海白银产量及增长情况

图表 2008年江苏白银产量及增长情况

图表 2008年浙江白银产量及增长情况

图表 2008年安徽白银产量及增长情况

图表 2008年福建白银产量及增长情况

图表 2008年江西白银产量及增长情况

图表 2008年山东白银产量及增长情况

图表 2008年河南白银产量及增长情况

图表 2008年湖北白银产量及增长情况

图表 2008年湖南白银产量及增长情况

图表 2008年广东白银产量及增长情况

图表 2008年广西白银产量及增长情况

图表 2008年云南白银产量及增长情况

图表 2008年陕西白银产量及增长情况

图表 2008年甘肃白银产量及增长情况

图表 2008年宁夏白银产量及增长情况

图表 2008年新疆白银产量及增长情况

图表 2008年四季度深圳黄金珠宝首饰行业抽查质量较差的产品及企业名单

图表 著名首饰品牌受关注度情况

图表 首饰类别受关注度情况表

图表 珠宝商家看好专卖店的理由

图表 珠宝镶嵌饰品采取的销售方式

图表 深圳市珠宝首饰产业规模

图表 深圳市珠宝首饰业相关指标在全国的占有比例

图表 上海几家代表性店面不同首饰产品的销售比较

图表 消费者购买首饰的计划花费所占比例情况

图表 消费者最想购买的4种首饰所占比重

图表 购买者的“心理暗箱”过程

图表 珠宝市场中品牌与消费者的互动关系模型图

图表 略。。。。。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fushi/5550155501.html>