

2018-2023年中国珠宝市场竞争现状分析与发展前景分析报告

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《2018-2023年中国珠宝市场竞争现状分析与发展前景分析报告》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/296233296233.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

年轻一代对珠宝的购买欲望更高。而且年轻一代对于珠宝的购买动机更多元，为珠宝消费提供了更多的空间。不同于老一代主要基于“爱”的动机购买非婚钻戒，中国年轻一代购买非婚钻戒动机 49%为个人化的庆祝动机，比如生日、升职等。

数据来源：中国报告网整理

数据来源：中国报告网整理

单一戒指消费向套系化饰品扩展 套系化将提高每位顾客的客单价，利好珠宝首饰消费市场。目前，我国镶嵌首饰消费主要集中在戒指和吊坠两种类型，戒指和吊坠占比超过 90%。未来，随着中产阶级崛起和年轻一代的崛起，个性化消费意识将显著增强，镶嵌首饰将从单一戒指消费向戒指、吊坠、耳钉、手链等个性化、套系化饰品扩展。钻石在婚嫁市场的渗透率提升，随着 1986 年出生的人步入 30 岁，未来几年，我国将会迎来初婚登记的小高峰。钻石在婚嫁市场的渗透率仍有提升空间。目前我国千禧一代（1981-2000 年出生）婚庆目的钻石消费数量占比 31%，我国新娘总体钻石拥有率仅 66%（美国 80%、日本 77%）。

数据来源：中国报告网整理

【报告目录】

第一章 珠宝行业概述

1.1 珠宝的分类及发展

1.1.1 珠宝的分类

1.1.2 珠宝的历史演变

1.1.3 珠宝行业的特点

1.2 宝石的概念与特征

1.2.1 珠宝玉石的概念

1.2.2 珠宝玉石的分类

1.2.3 珠宝玉石的定名原则

第二章 2014-2016年国际珠宝行业分析

2.1 2014-2016年世界珠宝行业综述

2.1.1 十大品牌盘点

2.1.2 产业地区特色

2.1.3 国际市场规模

2.1.4 需求状况分析

2.1.5 行业并购分析

2.1.6 男士珠宝市场

2.2 美国

2.2.1 珠宝市场概况

2.2.2 进口贸易分析

2.2.3 黄金首饰需求

2.2.4 珠宝消费分析

2.2.5 男士市场潜力

2.2.6 税收政策解析

2.3 日本

2.3.1 行业发展综述

2.3.2 市场销售规模

2.3.3 市场消费结构

2.3.4 二手饰品出口

2.3.5 开拓中国市场

2.4 印度

2.4.1 行业地位概述

2.4.2 进口关税政策

2.4.3 电商销售规模

2.4.4 市场需求分析

2.4.5 对外贸易分析

2.4.6 行业发展前景

2.5 泰国

2.5.1 行业发展壮大

2.5.2 对外贸易分析

2.5.3 行业转型升级

2.5.4 东盟市场机遇

2.6 俄罗斯

2.6.1 资源储备情况

2.6.2 市场发展综述

2.6.3 市场规模分析

2.6.4 进军中国市场

2.7 其它国家或地区

2.7.1 中东

2.7.2 东盟

2.7.3 巴西

2.7.4 土耳其

2.7.5 以色列

2.7.6 巴基斯坦

第三章 2014-2016年中国珠宝行业分析

3.1 中国珠宝业发展综述

3.1.1 产业链分析

3.1.2 行业发展特点

3.1.3 行业发展阶段

3.1.4 行业发展壁垒

3.1.5 行业标准出台

3.2 2014-2016年珠宝行业发展态势

3.2.1 市场发展规模

3.2.2 区域分布情况

3.2.3 市场运行特征

3.2.4 企业并购趋势

3.2.5 产业园区建设

3.3 2014-2016年珠宝连锁经营分析

3.3.1 连锁经营发展特点

3.3.2 连锁经营发展态势

3.3.3 中小企业突围策略

3.3.4 连锁经营发展对策

3.4 2014-2016年珠宝电子商务的发展

3.4.1 珠宝电商发展进程

3.4.2 珠宝电商B2B模式

3.4.3 珠宝电商B2C模式

3.4.4 珠宝电商O2O模式

3.4.5 珠宝电商C2B模式

3.4.6 珠宝电商企业竞争

3.4.7 珠宝电商存在问题

3.4.8 珠宝电商发展建议

3.5 珠宝业发展存在的问题

3.5.1 发展制约因素

3.5.2 行业发展问题

3.5.3 传统渠道瓶颈

3.5.4 信息不对称问题

3.6 珠宝业发展建议对策

3.6.1 行业发展策略

3.6.2 注重细分市场

3.6.3 “走出去”战略

第四章 2014-2015年中国珠宝及有关物品制造行业财务状况

4.1 中国珠宝及有关物品制造行业经济规模

4.1.1 2014-2015年珠宝及有关物品制造业销售规模

4.1.2 2014-2015年珠宝及有关物品制造业利润规模

4.1.3 2014-2015年珠宝及有关物品制造业资产规模

4.2 中国珠宝及有关物品制造行业盈利能力指标分析

4.2.1 2014-2015年珠宝及有关物品制造业亏损面

4.2.2 2014-2015年珠宝及有关物品制造业销售毛利率

4.2.3 2014-2015年珠宝及有关物品制造业成本费用利润率

4.2.4 2014-2015年珠宝及有关物品制造业销售利润率

4.3 中国珠宝及有关物品制造行业营运能力指标分析

4.3.1 2014-2015年珠宝及有关物品制造业应shou账款周转率

4.3.2 2014-2015年珠宝及有关物品制造业流动资产周转率

4.3.3 2014-2015年珠宝及有关物品制造业总资产周转率

4.4 中国珠宝及有关物品制造行业偿债能力指标分析

4.4.1 2014-2015年珠宝及有关物品制造业资产负债率

4.4.2 2014-2015年珠宝及有关物品制造业利息保障倍数

4.5 中国珠宝及有关物品制造行业财务状况综合评价

4.5.1 珠宝及有关物品制造业财务状况综合评价

4.5.2 影响珠宝及有关物品制造业财务状况的经济因素分析

第五章 2014-2016年中国珠宝市场分析

5.1 中国珠宝市场总体状况

5.1.1 市场发展特点

5.1.2 市场行为分析

5.1.3 市场绩效分析

5.1.4 市场销售渠道

5.1.5 国际巨头布局

5.2 2014-2016年珠宝市场动态

5.2.1 细分市场特征

5.2.2 主要消费品类

5.2.3 低档市场态势

5.2.4 消费需求形势

5.3 2014-2016年珠宝市场竞争格局

5.3.1 市场竞争格局

5.3.2 细分市场竞争力

5.3.3 区域市场竞争

5.3.4 高端奢侈品牌商

5.3.5 珠宝连锁零售商

5.3.6 黄金加工批发商

5.4 2014-2016年珠宝市场消费分析

5.4.1 消费群体介绍

5.4.2 消费类型分析

5.4.3 消费心理特征

5.4.4 消费文化分析

5.4.5 消费观念转变

5.4.6 线上消费特征

5.5 2014-2016年珠宝市场进出口分析

5.5.1 珠宝进出口回顾

5.5.2 2014年进出口情况

5.5.3 2015年进出口情况

5.5.4 2016年进出口情况

第六章 2014-2016年黄金首饰行业分析

6.1 黄金首饰的相关介绍

6.1.1 纯金首饰

6.1.2 K金首饰

6.1.3 包裹金首饰

6.2 黄金首饰行业发展概况

6.2.1 行业发展地位

6.2.2 行业发展阶段

6.2.3 进出口政策

6.3 2014-2016年中国黄金首饰市场分析

6.3.1 黄金首饰需求

6.3.2 黄金首饰消费

6.3.3 价格走势分析

6.3.4 市场结构调整

6.4 黄金首饰市场产品结构调整分析

6.4.1 物质属性的回归

6.4.2 不同类型的裂变

6.4.3 不同品种的裂变

6.4.4 不同款式型号裂变

6.5 黄金首饰行业存在的问题及发展对策

6.5.1 行业发展问题

6.5.2 行业转型升级

6.5.3 “互联网+”模式

6.5.4 行业发展战略

第七章 2014-2016年铂金首饰行业分析

7.1 铂金的相关介绍

7.1.1 铂金的概念与性质

7.1.2 铂金的种类与特点

7.1.3 铂金的矿产资源

7.2 铂金首饰简介

7.2.1 铂金首饰历史文化

7.2.2 铂金首饰制作工艺

7.2.3 铂金首饰纯度标准

7.3 2014-2016年世界铂金首饰行业分析

7.3.1 需求总体分析

7.3.2 2016年需求状况

7.3.3 2015年供需分析

7.3.4 2016年供需状况

7.4 2014-2016年中国铂金首饰市场分析

7.4.1 行业发展综述

7.4.2 市场需求规模

7.4.3 价格走势分析

7.4.4 设计趋势分析

第八章 2014-2016年钻石首饰行业分析

8.1 钻石的相关概述

8.1.1 钻石的简介

8.1.2 品质与价值

8.1.3 钻石工业起源

8.1.4 钻石产业价值链

8.1.5 价格影响因素

8.2 中国钻石产业政策环境

8.2.1 企业审批政策

8.2.2 海关监管政策

8.2.3 钻石税收政策

8.2.4 外汇管理政策

8.2.5 证书管理政策

8.3 中国钻石行业发展综述

8.3.1 行业发展概况

8.3.2 行业发展规模

8.3.3 商业模式分析

8.3.4 行业发展乱象

8.3.5 工业发展建议

8.4 2014-2016年中国钻石市场交易状况

8.4.1 市场交易特征

8.4.2 交易价格评估

8.4.3 市场需求分析

8.4.4 市场交易规模

8.4.5 市场行情分析

8.5 2014-2016年中国钻石饰品消费分析

8.5.1 消费增长动力

8.5.2 消费市场特征

8.5.3 消费市场需求

8.5.4 消费者调查研究

8.5.5 消费市场开拓战略

第九章 2014-2016年珍珠首饰行业分析

9.1 珍珠的概念与特性

9.1.1 定义与分类

9.1.2 采收简介

9.1.3 鉴赏要素

9.1.4 历史文化

9.2 2014-2016年中国淡水珍珠市场分析

9.2.1 行业发展概况

9.2.2 市场培育特点

9.2.3 市场规模分析

9.2.4 市场消费空间

9.2.5 市场价格行情

9.3 2014-2016年中国海水珍珠行业分析

9.3.1 行业发展态势

9.3.2 产业发展建议

9.3.3 行业发展机遇

9.3.4 未来前景展望

9.4 2014-2016年中国珍珠首饰行业分析

9.4.1 行业发展概况

9.4.2 品牌价格差距

9.4.3 市场不足分析

9.4.4 行业提升策略

9.4.5 产业前景分析

第十章 2014-2016年其它珠宝行业分析

10.1 银饰品

10.1.1 产品相关介绍

10.1.2 市场发展概况

10.1.3 行业发展问题

10.1.4 企业发展战略

10.1.5 行业发展前景

10.1.6 行业发展趋势

10.2 翡翠首饰

10.2.1 产品相关概念

10.2.2 产业发展优势

10.2.3 市场发展进程

10.2.4 市场发展动态

10.2.5 市场发展趋势

10.3 玛瑙与玉石饰品

10.3.1 玛瑙相关介绍

10.3.2 玛瑙发展探究

10.3.3 玉石价值探究

10.3.4 制约因素及对策

第十一章 2014-2016年主要地区珠宝行业分析

11.1 广东省

11.1.1 产业发展综述

11.1.2 产业发展现状

11.1.3 产业发展问题

11.1.4 产业发展方向

11.1.5 产业发展措施

11.2 深圳市

11.2.1 产业发展历程

11.2.2 产业发展现状

11.2.3 交易平台建设

11.2.4 水贝中国珠宝指数

11.2.5 产业转型升级

11.2.6 区域品牌建设

11.3 广州番禺

11.3.1 产业发展现状

11.3.2 产业集群因素

11.3.3 产业集群问题

11.3.4 产业集群建议

11.4 上海市

11.4.1 市场销售规模

11.4.2 市场发展格局

11.4.3 企业发展路径

11.4.4 市场面临挑战

11.4.5 产业发展建议

11.5 其它地区

11.5.1 黑龙江

11.5.2 丹东

11.5.3 重庆

11.5.4 济南

11.5.5 宁夏

11.5.6 莆田

第十二章 2014-2016年中国珠宝行业营销分析

12.1 珠宝行业营销模式分析

12.1.1 展销会模式

12.1.2 价格促销模式

12.1.3 广告促销模式

12.1.4 渠道营销模式

12.1.5 关系营销模式

12.1.6 体验式营销模式

12.1.7 零售营销模式转变

12.2 珠宝行业营销策略分析

12.2.1 珠宝营销关键点

12.2.2 珠宝业分销策略

12.2.3 珠宝全员营销策略

12.2.4 珠宝终端营销策略

12.2.5 珠宝营销策略调整

12.3 珠宝行业品牌发展策略

12.3.1 品牌建设需借鉴传统文化

12.3.2 做大珠宝品牌的模式

12.3.3 打造顶尖珠宝品牌策略

12.3.4 珠宝品牌情感营销策略

12.3.5 区域珠宝品牌发展道路

12.4 珠宝业成功营销案例分析

12.4.1 周大福的精益化营销模式

12.4.2 TESIRO通灵的体验式营销

12.4.3 每克拉美钻石营销模式

12.4.4 周生生的情感营销模式

12.4.5 曼卡龙珠宝的轻情营销

第十三章 2014-2016年国际知名珠宝品牌发展分析

13.1 卡地亚

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

13.2 蒂芙尼

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

13.3 戴比尔斯

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

13.4 周大福珠宝集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

13.5 香港谢瑞麟珠宝有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

第十四章 2014-2016年中国珠宝行业上市公司分析

14.1 武汉金凰珠宝股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

14.2 老凤祥股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

14.3 东方金钰股份有限公司

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

14.4 广东潮宏基实业股份有限公司

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第十五章 珠宝行业投资与发展趋势分析

15.1 中国珠宝行业的投资环境与机会

15.1.1 珠宝行业投资潜力

15.1.2 珠宝市场持续增长的动力

15.1.3 珠宝进出口贸易法规

15.1.4 珠宝行业投资风险

15.2 中国珠宝行业发展趋势分析

15.2.1 珠宝市场前景广阔

15.2.2 珠宝行业整合趋势

15.2.3 珠宝行业未来方向

15.2.4 珠宝消费走势判断

15.3 2017-2022年中国珠宝制造行业预测分析

15.3.1 影响中国珠宝制造行业发展的因素分析

15.3.2 2017-2022年中国珠宝及有关物品制造业销售收入预测

15.3.3 2017-2022年中国珠宝及有关物品制造业利润总额预测

附录：

附录一：首饰贵金属纯度的规定及命名方法

附录二：天然翡翠证明商标使用管理规则

附录三：白银进口管理暂行办法

附录四：珠宝玉石名称标准说明

图表目录：

图表1 2015-2016年全球钻石毛坯、成品钻石及钻石首饰销售增幅

图表2 美国珠宝产品关税

图表3 美国各州消费税

图表4 中国珠宝业产业链

图表5 2006-2015年中国珠宝市场零售规模及其增速

图表6 2006-2015年中国限额以上零售企业金银珠宝零售额及其增速

图表7 2015年中国各省市珠宝销售收入占比

图表8 2014-2015年城镇居民可支配收入及其增速

图表9 2014-2015年中国珠宝网购交易规模及其增速

图表10 2014-2015年中国珠宝市场产品结构

图表11 “找珠宝网”现有模式及平台策略

图表12 各珠宝品牌B2C网站入驻情况

图表13 豫园商城黄金珠宝全产业链互联网平台项目

图表14 2014-2015年珠宝及有关物品制造业销售收入

图表15 2014-2016年珠宝及有关物品制造业销售收入增长趋势图

图表16 2014-2015年珠宝及有关物品制造业利润总额

图表17 2014-2016年珠宝及有关物品制造业利润总额增长趋势图

图表18 2014-2015年珠宝及有关物品制造业资产总额

图表19 2014-2016年珠宝及有关物品制造业总资产增长趋势图

图表20 2014-2015年珠宝及有关物品制造业亏损面

图表21 2014-2015年珠宝及有关物品制造业亏损企业亏损总额

图表22 2014-2016年珠宝及有关物品制造业销售毛利率趋势图

图表23 2014-2015年珠宝及有关物品制造业成本费用率

更多图表详见正文（GY GSL）

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，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shoushi/296233296233.html>