

# 2021年中国翡翠市场分析报告- 行业供需现状与发展商机研究

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国翡翠市场分析报告-行业供需现状与发展商机研究》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/qitajfw/536593536593.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

翡翠是以硬玉矿物为主的纤维状集合体，其成分为以钠质（钠铬辉石）和钠钙质辉石（绿辉石）为主的辉石类矿物。按照翡翠成品装饰部位分类，常见的翡翠成品可分为翡翠手镯、翡翠摆件、翡翠戒指/戒面、翡翠挂件、翡翠耳饰、翡翠手串等；按照翡翠形态分类，翡翠可分为圆条、圆镯、贵妃镯；按照国家分级标准维度分类，翡翠可分为A货、B货、C货、D货。

翡翠分类

分类依据

分类

按照翡翠成品装饰部位分类

翡翠手镯、翡翠摆件、翡翠戒指/戒面、翡翠挂件、翡翠耳饰、翡翠手串等

按照翡翠形态分类

翡翠可分为圆条、圆镯、贵妃镯

按照国家分级标准维度分类

A货、B货、C货、D货 数据来源：公开资料整理

根据数据显示，2018年，我国翡翠行业市场规模为620.5亿元，较上年同比增长5.1%；2019年，我国翡翠行业市场规模为\*\*亿元，较上年同比增长\*\*%。

2015-2019年我国翡翠行业市场规模及增速 数据来源：公开资料整理

### 一、优势分析

（1）高端翡翠尤其受消费者青睐：自2010年起，缅甸政府多次调整公盘举办次数、收紧原石出口政策，导致翡翠原材料价格上涨，中国翡翠原石进口成本大幅提高。即便如此，消费者对于高端翡翠的喜爱依旧不减。根据数据显示，超80%消费者偏爱佩戴有色翡翠（绿色翡翠、紫翡、黄翡、红翡、墨翠等），冰种以上的有色翡翠、大师玉雕作品、满色手镯受到欢迎。这些种水优质的带色翡翠通常价格高昂，是翡翠市场中的精品。

（2）线上渠道销售火热：由于来自其它珠宝品类以及翡翠电商的竞争，传统的线下翡翠零售市场有所萎缩，商户相继开始转型，依托多年行业经验进行线上渠道布局。线上渠道降低了翡翠商户开店成本，同时，减少了层层批发、转销等中间环节，直达消费者，降低了零售价格，从而刺激翡翠消费。

根据数据显示，2017年，我国翡翠网络销售额突破150亿元，2018年，我国翡翠网络销售额突破1300亿元。

2017-2018年我国翡翠网络销售额及增速

数据来源：公开资料整理

### 二、劣势分析

（1）翡翠成品市场价格混乱：翡翠首饰的售价一直没有确切的指导标准。主要原因包

括关于翡翠评级的国家标准实施期限较短，尚未取得业内一致的认可，且国家标准未明确规定不同级别对应的翡翠价格；翡翠原石依赖于进口，原石数量、质量供应波动以及海关相关政策变化带来的供给价格波动具有不可控的特性，价格指导难以实行。

(2) 仿冒、伪劣翡翠层出不穷：由于天然翡翠（A货翡翠）价格相对较高，部分不法商家为谋取高额非法利润以B货（冲凉翡翠）甚至C货（染色翡翠）冒充A货进行销售，欺瞒消费者此外，以非翡翠珠宝（D货）冒充天然翡翠的例子也不少见。类似“以次充好”、“以假充真”的不法经营行为，扰乱了行业秩序，损害合法经营者利益，致使消费者消费信心受损，长期来看，严重阻碍了翡翠行业的健康发展。

我国翡翠行业劣势

数据来源：公开资料整理

### 三、机遇分析

(1) 中产阶级数量增多为行业发展奠定坚实的物质基础：中国“新中产”阶级可投资的私人资产相对较多，一般在30-200万元之间。根据数据显示，2009年，我国中产阶级占人口的比重为12%，随着经济发展，预计2030年我国中产阶级占人口的比重将达到73%。中产阶级数量的增多将推动翡翠首饰、收藏级翡翠的消费，为行业发展奠定坚实的物质基础。2009-2030年我国中产阶级占人口的比重及预测 数据来源：公开资料整理

(2) 消费升级助力行业快速发展：由于高档翡翠原料稀缺且不可再生，其价格处于持续增长状态。2017年，国内高端翡翠价格平均增幅超过50%。随着全球翡翠储量减少，未来，高端翡翠价格仍有一定程度的上升空间。近五年来，国内宏观经济稳步增长，中国人均可支配收入及消费支出逐步提升。在此背景下，消费者对于未来生活的经济形势持积极态度，愿意购买更多的商品以及为高品质商品付出更多价值。在消费升级的影响下，翡翠收藏家、投资家更加热衷高端翡翠的投资、消费活动。

(3) 政策监管趋严背景下行业向好发展：随着翡翠行业的持续发展，政府及有关部门相继出台一些针对翡翠市场的规定，进一步规范行业秩序，为翡翠市场健康、稳定的长期发展奠定坚实的基础。

如2018年12月，国家珠宝玉石质量监督检验中心出台《珠宝玉石国家标准释义》，《释义》进一步明确处理翡翠的概念，强调B货翡翠经酸洗、漂白之后，用蜡或树脂等材料对经漂白产生大量腐蚀裂隙的翡翠进行充填，以改变翡翠的净度、外观和耐久性。在B货翡翠证书上面，需要明确标注“处理”字样。

我国翡翠行业相关政策

日期

政策名称

制定部门

主要内容

2018.12

### 《珠宝玉石国家标准释义》

国家珠宝玉石质量监督检验中心

《释义》进一步明确处理翡翠的概念，强调B货翡翠经酸洗、漂白之后，用蜡或树脂等材料对经漂白产生大量腐蚀裂隙的翡翠进行充填，以改变翡翠的净度、外观和耐久性。在B货翡翠证书上面，需要明确标注“处理”字样

2009.06

### 《翡翠饰品质量等级评价标准》

国家质量监督检验检疫总局、国家标准化管理委员会

《标准》采用质量等级划分，将天然翡翠分为上品、珍品、精品、佳品和合格品等“五档十二级”；在合格品以外，每个档次又分三个级别，分别从质地、透明度、颜色、工艺、综合印象五方面进行评价

2008.06

### 《天然翡翠证明商标管理办法》

中国珠宝玉石首饰行业协会

《办法》规范了天然翡翠的矿物学、宝石学及鉴定特征；对于天然翡翠证明商标的使用权范围以及企业的申请资格做出相应要求。规定注册时间三年以上、连续三年无消费者投诉记录，历次市场抽查无不合格产品记录的企业有申请权 数据来源：公开资料整理

## 四、威胁分析

（1）原材料对外依赖程度高：目前，正在开采翡翠的国家有缅甸、俄罗斯及危地马拉，缅甸是全球最为重要的翡翠原料供给地，据翡翠零售行业的专家分析，中国市场九成以上的翡翠来自于缅甸。因此，缅甸原石市场经营状态的变化，大程度影响中国市场翡翠原料的供给和成品的价格，从而制约国内翡翠市场的长期发展。

（2）真假难以鉴别导致消费市场尚未成熟：对于一般消费者而言，翡翠相关的鉴赏、鉴别、消费等知识相对缺乏，导致翡翠消费市场尚未成熟。

威胁我国翡翠行业发展因素分析

数据来源：公开资料整理（zlj）

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。《2021年中国翡翠市场分析报告-行业供需现状与发展商机研究》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。

## 【报告大纲】

### 第一章 2017-2020年中国翡翠行业发展概述

#### 第一节 翡翠行业发展情况概述

- 一、翡翠行业相关定义
- 二、翡翠行业基本情况介绍
- 三、翡翠行业发展特点分析
- 四、翡翠行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式
  - 3、销售模式
- 五、翡翠行业需求主体分析

#### 第二节 中国翡翠行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、翡翠行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
  - 1、沟通协调机制
  - 2、风险分配机制
  - 3、竞争协调机制
- 四、中国翡翠行业产业链环节分析
  - 1、上游产业
  - 2、下游产业

#### 第三节 中国翡翠行业生命周期分析

- 一、翡翠行业生命周期理论概述
- 二、翡翠行业所属的生命周期分析

#### 第四节 翡翠行业经济指标分析

- 一、翡翠行业的赢利性分析
- 二、翡翠行业的经济周期分析
- 三、翡翠行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 中国翡翠行业进入壁垒分析

- 一、翡翠行业资金壁垒分析
- 二、翡翠行业技术壁垒分析
- 三、翡翠行业人才壁垒分析
- 四、翡翠行业品牌壁垒分析
- 五、翡翠行业其他壁垒分析

### 第二章 2017-2020年全球翡翠行业市场发展现状分析

#### 第一节 全球翡翠行业发展历程回顾

#### 第二节 全球翡翠行业市场区域分布情况

#### 第三节 亚洲翡翠行业地区市场分析

- 一、亚洲翡翠行业市场现状分析
- 二、亚洲翡翠行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲翡翠行业市场前景分析

#### 第四节 北美翡翠行业地区市场分析

- 一、北美翡翠行业市场现状分析
- 二、北美翡翠行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美翡翠行业市场前景分析

#### 第五节 欧洲翡翠行业地区市场分析

- 一、欧洲翡翠行业市场现状分析
- 二、欧洲翡翠行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲翡翠行业市场前景分析

#### 第六节 2021-2026年世界翡翠行业分布走势预测

#### 第七节 2021-2026年全球翡翠行业市场规模预测

### 第三章 中国翡翠产业发展环境分析

#### 第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品翡翠总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析

## 七、对外贸易发展形势分析

### 第二节 中国翡翠行业政策环境分析

#### 一、行业监管体制现状

#### 二、行业主要政策法规

### 第三节 中国翡翠产业社会环境发展分析

#### 一、人口环境分析

#### 二、教育环境分析

#### 三、文化环境分析

#### 四、生态环境分析

#### 五、消费观念分析

## 第四章 中国翡翠行业运行情况

### 第一节 中国翡翠行业发展状况情况介绍

#### 一、行业发展历程回顾

#### 二、行业创新情况分析

#### 三、行业发展特点分析

### 第二节 中国翡翠行业市场规模分析

### 第三节 中国翡翠行业供应情况分析

### 第四节 中国翡翠行业需求情况分析

### 第五节 我国翡翠行业细分市场分析

#### 一、细分市场一

#### 二、细分市场二

#### 三、其它细分市场

### 第六节 中国翡翠行业供需平衡分析

### 第七节 中国翡翠行业发展趋势分析

## 第五章 中国翡翠所属行业运行数据监测

### 第一节 中国翡翠所属行业总体规模分析

#### 一、企业数量结构分析

#### 二、行业资产规模分析

### 第二节 中国翡翠所属行业产销与费用分析

#### 一、流动资产

#### 二、销售收入分析

#### 三、负债分析

#### 四、利润规模分析

#### 五、产值分析

### 第三节 中国翡翠所属行业财务指标分析



一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国翡翠市场格局分析

第一节 中国翡翠行业竞争现状分析

一、中国翡翠行业竞争情况分析

二、中国翡翠行业主要品牌分析

第二节 中国翡翠行业集中度分析

一、中国翡翠行业市场集中度影响因素分析

二、中国翡翠行业市场集中度分析

第三节 中国翡翠行业存在的问题

第四节 中国翡翠行业解决问题的策略分析

第五节 中国翡翠行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国翡翠行业需求特点与动态分析

第一节 中国翡翠行业消费市场动态情况

第二节 中国翡翠行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 翡翠行业成本结构分析

第四节 翡翠行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国翡翠行业价格现状分析

第六节 中国翡翠行业平均价格走势预测

一、中国翡翠行业价格影响因素

二、中国翡翠行业平均价格走势预测

三、中国翡翠行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国翡翠行业区域市场现状分析

第一节 中国翡翠行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区翡翠市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区翡翠市场规模分析

四、华东地区翡翠市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区翡翠市场规模分析

四、华中地区翡翠市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区翡翠市场规模分析

四、华南地区翡翠市场规模预测

第九章 2017-2020年中国翡翠行业竞争情况

第一节 中国翡翠行业竞争结构分析（波特五力模型）

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

第二节 中国翡翠行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国翡翠行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

## 第十章 翡翠行业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 1、主要经济指标情况

#### 2、企业盈利能力分析

#### 3、企业偿债能力分析

#### 4、企业运营能力分析

#### 5、企业成长能力分析

#### 四、公司优劣势分析

### 第二节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

### 第三节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

### 第四节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

### 第五节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

## 第十一章 2021-2026年中国翡翠行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国翡翠行业未来发展前景分析

#### 一、翡翠行业国内投资环境分析

#### 二、中国翡翠行业市场机会分析

### 三、中国翡翠行业投资增速预测

#### 第二节 中国翡翠行业未来发展趋势预测

#### 第三节 中国翡翠行业市场发展预测

##### 一、中国翡翠行业市场规模预测

##### 二、中国翡翠行业市场规模增速预测

##### 三、中国翡翠行业产值规模预测

##### 四、中国翡翠行业产值增速预测

##### 五、中国翡翠行业供需情况预测

#### 第四节 中国翡翠行业盈利走势预测

##### 一、中国翡翠行业毛利润同比增速预测

##### 二、中国翡翠行业利润总额同比增速预测

### 第十二章 2021-2026年中国翡翠行业投资风险与营销分析

#### 第一节 翡翠行业投资风险分析

##### 一、翡翠行业政策风险分析

##### 二、翡翠行业技术风险分析

##### 三、翡翠行业竞争风险分析

##### 四、翡翠行业其他风险分析

#### 第二节 翡翠行业应对策略

##### 一、把握国家投资的契机

##### 二、竞争性战略联盟的实施

##### 三、企业自身应对策略

### 第十三章 2021-2026年中国翡翠行业发展战略及规划建议

#### 第一节 中国翡翠行业品牌战略分析

##### 一、翡翠企业品牌的重要性

##### 二、翡翠企业实施品牌战略的意义

##### 三、翡翠企业品牌的现状分析

##### 四、翡翠企业的品牌战略

##### 五、翡翠品牌战略管理的策略

#### 第二节 中国翡翠行业市场重点客户战略实施

##### 一、实施重点客户战略的必要性

##### 二、合理确立重点客户

##### 三、对重点客户的营销策略

##### 四、强化重点客户的管理

##### 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

#### 第三节 中国翡翠行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第四节 翡翠行业竞争力提升策略

一、翡翠行业产品差异性策略

二、翡翠行业个性化服务策略

三、翡翠行业的促销宣传策略

四、翡翠行业信息智能化策略

五、翡翠行业品牌化建设策略

六、翡翠行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国翡翠行业发展策略及投资建议

第一节 中国翡翠行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国翡翠行业营销渠道策略

一、翡翠行业渠道选择策略

二、翡翠行业营销策略

第三节 中国翡翠行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国翡翠行业重点投资区域分析

二、中国翡翠行业重点投资产品分析

图表详见正文 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitajtfw/536593536593.html>