

# 2007年中国珠宝首饰市场研究及投资分析报告

## 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《2007年中国珠宝首饰市场研究及投资分析报告》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/xiantiyongpin/2990729907.html>

报告价格：电子版: 5500元 纸介版：6500元 电子和纸介版: 6800

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

第一章 珠宝首饰行业的相关概述	9	第一节 珠宝首饰相关定义与分类	9	一、珍珠	9	二、钻石	10	三、黄金	10	四、其他相关定义	11	五、珠宝首饰的分类	12	第二节 珠宝价值分析	15	一、珠宝价值的形成	15	二、影响珠宝价格的因素	15	三、什么样的珠宝能保值	16	第三节 珠宝首饰行业的投资特性分析	17	一、合格珠宝首饰的条件	17	二、珠宝首饰与投资保值	17	三、处于幼稚时期的朝阳产业	18	四、投资大、利润高	18	五、要素密集性极高	19	六、进入壁垒和退出壁垒高	19	第四节 珠宝首饰市场的信息不对称分析	20	第五节 国际国内珠宝玉石产业发展的最新技术和信息分析	21	一、HPHT处理钻石技术	21	二、红、蓝宝石改善技术	21	三、核辐射技术在宝石中的应用	22	四、合成翡翠及再造翡翠的有关问题	22	第六节 加入WTO给中国珠宝市场带来机遇	22				
第二章 我国奢侈品市场分析	24	第一节 奢侈品的概述分析	24	一、关于奢侈品的定义及范围界定	24	二、关于奢侈品的价值分析和价格确定	25	三、奢侈商品消费税的征管	25	第二节 奢侈品在中国的发展历程	27	第三节 奢侈品品牌培育分析	31	第四节 我国奢侈品消费市场分析	33	一、我国奢侈品消费情况	33	二、奢侈品消费主力	34	三、奢侈品市场潜力	35	四、奢侈品营销：从象征性消费到炫耀性消费	36																														
第三章 国际珠宝首饰市场分析	39	第一节 世界珠宝首饰行业分析	39	一、世界黄金首饰需求分析	39	二、欧盟与印度贸易分析	40	三、中国和印度促进了世界珠宝业发展	40	四、2006年全球钻饰流行趋势	41	第二节 世界各国珠宝市场分析	43	一、各国珠宝消费市场动态	43	二、美国现代珠宝首饰设计的流行趋势	44	三、英国珠宝业以创新激活需求	45	四、法国、意大利铂金珠宝销售见涨	48	五、加拿大的珠宝首饰贸易	48	六、2007年泰珠宝首饰外销估增10%	51	第三节 世界钻石市场分析	52	一、世界钻石生产与消费将增长	52	二、世界最大钻石贸易区全力开拓中国市场	52	三、欧洲钻石巨头百亿投资谋中国市场	53	四、美国钻石珠宝首饰市场现状分析	55	五、几内亚钻石开发情况分析	56	六、2007年世界钻石交易将下降	57	第四节 世界白银首饰消费趋势和消费量分析	57	第五节 台湾珠宝市场分析	58	一、台湾珠宝市场概述	58	二、台湾翡翠玉石发展概况及前景分析	59	第六节 香港珠宝市场分析	60	一、香港珠宝市场概述	60	二、香港取代日本成为珍珠贸易中心	61
第四章 我国珠宝首饰发展现状分析	62	第一节 我国珠宝首饰行业入世的优势与劣势分析	62	一、我国珠宝首饰行业的优势	62	二、我国珠宝首饰行业的劣势	62	第二节 珠宝首饰运行状况分析	63	一、中国全球最具潜力的珠宝市场	63	二、国内珠宝首饰业运行特点	66	三、中国珠宝市场成全球焦点	66	四、中国珠宝市场形成三分格局	67	五、中国珠宝玉石首饰销售额平均每年增速10%	67																																		

69六、中国珠宝首饰年营业额超1200亿元	69七、2004-2005年我国珠宝首饰销售情况分析	
70八、珠宝零售市场“假日经济”明显	73九、珠宝产品海内外两头热销	
73十、珠宝产业呼唤行业标准	74十一、市场潜力巨大	75第三节
中国珠宝玉石首饰行业发展回顾与展望	76第四节	我国珠宝
饰品行业的市场前景和营销现状分析	78一、饰品市场前景	80二、饰品营销市场现状
80三、饰品的消费需求量	81第五节	中国珠宝产业发展现状与前景分析
81一、中国珠宝首饰行业发展现状	82二、中国珠宝首饰业的发展前景	84第六节
国外珠宝品牌进入中国市场分析	86第五章	2004-2006年我国珠宝首饰行业进出口分析
88第一节	2004-2006年我国珠宝首饰进出口情况	88一、2004年珠宝首饰进出口分析
88二、2005年珠宝首饰出口情况	91三、2005年我国珠宝首饰进口持续增长	
91四、2005年珠宝首饰出口前50家企业名单	92六、2006年上半年我国珠宝首饰出口情况	
92七、2006年我国钻石进出口交易破6亿美元	93第二节	
2006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		
94一、2006年中国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币进出口总体情况表		
94二、2006年中国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币进出口贸易方式		
94三、2006年中国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币进出口流向		98第三节
2006年我国珠宝首饰各产品进出口情况分析		
100一、2006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		
100二、2006年中国钻石,不论是否加工,但未镶嵌进出口情况		
101三、2006年中国宝石或半宝石进出口情况		
101四、2006年中国银,未锻造、半制成或粉末状	(克)	进出口情况
103五、2006年中国铂,未锻造、半制成或粉末状		(克)出口情况
103六、2006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		104第六章
我国珠宝首饰行业市场细分分析		
105第一节	我国黄金市场分析	105一、黄金相关指标简介
105二、黄金价格的影响因素分析	105(一)供给因素:	105(二)需求因素:
106(三)其他因素:		107三、黄金的主要需求和用途
109四、黄金珠宝市场在需求和潜在需求之间		110五、我国黄金消费状况分析
112六、我国黄金市场改革的基本历程		114七、2005年黄金运行状况分析
116八、2006年黄金产量情况	117九、我国黄金珠宝业开始进入品牌营销时代	
127十、“十一五”黄金产量目标初定1300吨		127十一、黄金消费潜力巨大
128十二、我国黄金企业面临战略选择	129十三、当前黄金市场若干问题及对策	131第二节
我国白银市场分析		
134一、2004-2005年的白银饰品时代	134二、我国白银价格走势分析	
137三、中国银饰品市场现状		138四、我国白银市场的现状
140五、2006年我国白银产量情况	142第三节	中国珍珠市场发展分析
150一、珍珠简介		
150二、珍珠首饰的起源	151三、珍珠的品种及主要产地	152四、中国珍珠业生产现状分析

153五、天然珍珠的产地分布	154六、养殖、加工技术水平较低
155七、市场秩序混乱竞争无序	155八、实施“品牌战略”推动产业升级
156九、科技推动珍珠产业升级	156十、我国珍珠产量占全球产量的95%以上
157十一、珍珠产业面临的四大问题	157十二、我国珍珠高产低值的原因
158十三、我国珍珠行业流行趋势	161十四、中国珍珠如何打造高端品牌
162十五、2006中国珍珠首饰复兴策略分析	164第四节 我国淡水珍珠行业分析
167一、珍珠的规格和价值	167二、我国淡水珍珠产量对国际市场的影响
168三、珍珠的质量和低值珍珠出路	169四、弘扬淡水珠的特色，提高珍珠产品附加值
170五、发展淡水育珠产业化的新途径	170六、我国淡水珍珠产业发展方略
171（一）我国淡水珍珠产业大而不强	
171（二）我国淡水珍珠产业集群化特征明显但集群效应不足	
172（三）我国淡水珍珠产业发展的理论认识	
174（四）我国淡水珍珠产业集群化发展的思路、方式与若干建议	175第五节
我国翡翠市场分析	178一、翡翠定义界定 178二、翡翠市场现状
179三、建立翡翠分级国家标准的市场意义	181四、中国国内市场翡翠有品牌无名牌
184五、2006翡翠业大盘点	184六、四大瓶颈制约翡翠行业发展
186七、高档翡翠成珠宝投资者的首选	187八、翡翠市场发展前景
188九、翡翠市场如何发展	190第六节 我国水晶市场发展分析
191一、常见水晶发晶的种类及特征	191二、我国水晶产业发展迅猛已形成相当规模
192第七节 我国钻石市场分析	193一、中国成为亚洲最大的钻石消费国
193二、中国有望成为世界头号钻石市场	193三、国际巨头抢滩我国钻石消费
194四、钻石定价机制酝酿变革	196五、品牌营销带来钻石业质的飞跃
198六、金莱福事件突显钻石业畸形，90%货源通过走私	201七、钻石将成投资新贵
203八、克拉大钻消费观成大众趋势	203第七章 我国珠宝首饰市场供需状况分析
205第一节 我国珠宝首饰消费需求分析	205一、珠宝首饰消费进入多元化时代
205二、中国珠宝首饰消费世界第二	207三、金银珠宝饰品消费凸现五大问题
207四、金饰品越来越受消费者欢迎	207五、2003-2005年我国黄金珠宝消费状况分析
210六、黄金首饰消费趋势分析	212七、男性珠宝饰品市场需求渐形成
212八、需求规模与发展特点预测	213第二节 珠宝消费行为分析
215一、购买心理与购买动机	215二、影响消费者购买行为的经济因素
220三、消费者购买决策过程	221第三节 如何变珠宝消费需求为购买行为
223第四节 我国珠宝首饰市场需求前景分析	226一、我国政府鼓励珠宝首饰行业
226二、我国珠宝市场不断规范	226三、国内消费市场潜力逐渐显现
227四、黄金珠宝的市场需求前景	227五、珠宝首饰的市场机遇分析
230六、我国珠宝首饰市场供需预测	231第八章 我国珠宝首饰区域市场分析
	233第一节

我国黄金珠宝区域市场分析	233	第二节	深圳珠宝首饰市场分析
236一、深圳珠宝首饰行业简介			236二、深圳珠宝首饰产业环境
237三、深圳珠宝首饰行业现状及其地位			238四、首饰超市营销新模式
239五、品牌，发展中必须突破的瓶颈	240	六、深圳黄金珠宝产业基地凸显"聚集效应"	
241七、3家珠宝企业进入深圳2005年工业百强行列			
241八、2005年深圳金银珠宝类销售增长32.4%	241	九、深圳首饰出口占全国半壁江山	
241十、深圳珠宝首饰行业前景堪忧			
242十一、向集约化方向转变是深圳珠宝首饰行业发展的方向			244
上海珠宝首饰市场发展概况	246	一、上海珠宝首饰产业的环境优势	
246二、上海珠宝首饰行业的地域格局		247三、上海珠宝首饰消费现状	
248四、上海钻石进出口良好，世界钻石大户纷至	249	五、上海成为中国钻石的交易中心	
250六、把上海打造成为国际首饰时尚的大都市	251	第四节 北京珠宝首饰市场发展概况	
251一、奥运金带火北京珠宝市场		252二、北京首饰消费能力强	
252三、竞争呼唤营销	254	第五节 广东珠宝首饰市场分析	
256一、广东珠宝业占据全国七成市场份额			
256二、深圳、番禺是国内珠宝首饰制造中心两大集中地			
257三、广州番禺是国内珠宝首饰的加工中心	257	(一) 番禺良好的地理优势	
258(二) 番禺生产加工规模化和专业化	258	四、广州番禺钻汇中心预热珠三角珠宝业格局	
259五、广州番禺大力发展国际珠宝经济	260	六、东莞珠宝业年20亿商机待突破	261
其他地区珠宝首饰市场分析	263	一、福州珠宝首饰市场开始细分	
263二、青岛已成为中国北方最重要的珠宝饰品加工出口基地			
265三、华东及长三角地区珠宝市场的开拓方式			
265四、大力推动云南珠宝玉石产业跨越式发展	267	五、云南珠宝产值已超百亿	270
我国珠宝首饰行业营销分析	272	第一节 珠宝营销的观念及制约因素分析	
272一、市场营销的观念	272	二、制约珠宝营销的因素	273
我国饰品行业的主要销售形式分析	275	第三节 我国超市里珠宝的营销现状分析	
276一、上海:沃尔玛天天平价	276	二、沈阳:分散经营	势单力孤
277三、北京:京东珠宝大卖场	278	第四节 我国珠宝首饰的营销现状	
279一、销售渠道，三足鼎立	279	二、品牌塑造，尚需加强	280
281四、打造零售终端刻不容缓	281	五、我国珠宝品牌与外国品牌竞争分析	283
283第五节 珠宝企业如何正确应对市场营销模式	283	第六节 珠宝业精益化营销经营的典范——周大福	
285第七节 谢瑞麟珠宝金行公司北京市场营销策略分析	292	第八节 珠宝营销战略分析	
303第十章 我国珠宝首饰行业竞争格局分析	323	第一节 珠宝行业竞争现状	
323一、中国珠宝企业生存环境分析	323	二、提高我国珠宝业竞争力建议	324
我国珠宝首饰行业品牌竞争现状	325	一、珠宝业发展仍属初级阶段	

325二、深圳珠宝业要走品牌之路	326第三节	我国珠宝首饰行业市场发展环境状况
327第四节	欧洲珠宝冲击中国市场，市场面临变局	329第五节
中国珠宝市场启动新一轮博弈	330第六节	中国珠宝业着力探求产业核心竞争力
331第七节	中小企业如何营造核心竞争力	332一、深入市场调查 做好企业定位
332二、规范企业管理	333三、深层次经营延伸	333第八节
中国饰品市场的六个主要竞争策略	334一、企业应明确自身的品牌定位和树立诚信意识	
334二、企业应加强流行趋势的把握能力	334三、企业应关注娱乐文化的新亮点和流行新元素	
334三、企业应加强与品牌定位相适应的渠道构造能力	335四、企业应创造具有独特个性的饰品文化	
335五、企业应对代理商和加盟店进行必要的支持和培训	336第六节	336第十一章
珠宝首饰领先企业分析	338第一节	戴梦得公司
338一、股东实力	338二、公司经营情况	
339三、投资与资本运作	339四、主要经营战略，文化引导消费	
340五、面临的问题与公司前景	341第二节	戴比尔斯公司
342一、公司简介	342二、戴比尔斯垄断全球钻石市场	343三、中国市场的开拓策略
345第三节	港资知名品牌企业	348一、谢瑞麟珠宝金行(中国)公司
348二、周大福珠宝金行	350三、周生生珠宝金行有限公司	352第四节
西安达尔曼实业股份有限公司	353一、公司简介	353二、经营范围
354三、财务分析	354第五节	江西铜业股份有限公司
355一、公司简介	355二、公司经营范围	356三、发展战略
356四、财务分析	357第六节	云南铜业股份有限公司
359一、公司简介	359二、产品与发展战略分析	
359三、财务与投资分析	360第七节	其他内资知名企业
363一、潮宏基公司	363二、浙江日月首饰集团有限公司	365三、北京菜百
366四、上海老庙黄金有限公司	367第十二章	我国珠宝首饰行业发展趋势及策略分析
370第一节	珠宝首饰行业发展趋势	
370一、中国珠宝饰品市场发展基本趋势	370二、珠宝业发展趋势	
371三、珠宝首饰设计流行趋势	373四、黄金饰品未来发展趋势	
376五、银首饰饰品的发展趋势	377第二节	中国饰品行业的发展趋势分析
378第三节	我国珠宝首饰行业发展策略分析	379一、设计师对设计不断的创新
380二、对各种流行资讯的敏锐洞察	381三、严格遵循首饰设计的原则	
381四、加快培养高级珠宝首饰设计人才	381五、重视创新在珠宝首饰设计的作用	
382六、中国珠宝产业核心竞争力	382第四节	我国黄金体制的改革策略
383一、黄金的地位	383二、我国黄金市场的历史	384三、黄金市场改革的建议
384第五节	如何打造顶尖珠宝品牌	386第六节
珠宝业品牌扩张的分销策略	392	部分图表目录：图表
2005-2010年中国珠宝玉石首饰销售额图表	2007-2010年中国珠宝首饰销售总量预测表	图表
2006年1-12月中国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币进出口总体情况表	图表	
2006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情况表	图表	

2006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情况图表

2006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情况图表

2006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情况图表

2006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情况图表

2006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情况图表

2006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情况图表

2006年1-12月中国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币进出口流向（1）图表

2006年1-12月中国珠宝、贵金属及制品；仿首饰；硬币进出口流向（2）图表

2006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情况图表

2006年1-12月中国钻石,不论是否加工,但未镶嵌 进出口情况图表

2006年1-12月中国宝石或半宝石进出口情况图表

2006年1-12月中国合成或再造的宝石或半宝石进出口情况图表

2006年1-12月中国天然或合成的宝石或半宝石的粉末进出口情况图表

2006年1-12月中国银,未锻造、半制成或粉末状进出口情况图表

2006年1-12月中国铂,未锻造、半制成或粉末状进出口情况图表

2006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情况图表

2006年全国黄金产量情况图表

2006年北京黄金产量情况图表

2006年天津黄金产量情况图表

2006年河北黄金产量情况图表

2006年山西黄金产量情况图表

2006年内蒙古黄金产量情况图表

2006年辽宁黄金产量情况图表

2006年吉林黄金产量情况图表

2006年黑龙江黄金产量情况图表

2006年上海黄金产量情况图表

2006年江苏黄金产量情况图表

2006年浙江黄金产量情况图表

2006年安徽黄金产量情况图表

2006年福建黄金产量情况图表

2006年江西黄金产量情况图表

2006年山东黄金产量情况图表

2006年河南黄金产量情况图表

2006年湖北黄金产量情况图表

2006年湖南黄金产量情况图表

2006年广东黄金产量情况图表

2006年广西黄金产量情况图表

2006年海南黄金产量情况图表

2006年四川黄金产量情况图表

2006年贵州黄金产量情况图表

2006年云南黄金产量情况图表

2006年陕西黄金产量情况图表

2006年甘肃黄金产量情况图表

2006年新疆黄金产量情况图表

2006年宁夏黄金产量情况图表

2006年全国白银产量情况图表

2006年北京白银产量情况图表

2006年天津白银产量情况图表

2006年河北白银产量情况图表

2006年山西白银产量情况图表

2006年内蒙古白银产量情况图表

2006年辽宁白银产量情况图表

2006年上海白银产量情况图表

2006年江苏白银产量情况图表

2006年浙江白银产量情况图表  
2006年福建白银产量情况图表  
2006年山东白银产量情况图表  
2006年湖北白银产量情况图表  
2006年广东白银产量情况图表  
2006年四川白银产量情况图表  
2006年云南白银产量情况图表  
2006年甘肃白银产量情况图表  
2006年安徽白银产量情况图表  
2006年江西白银产量情况图表  
2006年河南白银产量情况图表  
2006年湖南白银产量情况图表  
2006年广西白银产量情况图表  
2006年贵州白银产量情况图表  
2006年陕西白银产量情况图表  
2006年宁夏白银产量情况图表  
2005年黄金主要经济指标图表  
2005年我国珠宝首饰出口企业前50位排序图表  
2003-2005年我国珠宝首饰出口情况表图表  
2005年珠宝玉石首饰出口份额图图表  
2004-2005年我国首饰行业销售额走势分析图图表  
2004-2005年我国首饰行业零售额走势分析图图表  
2005年金银珠宝首饰销售及零售额统计分析表图表  
2003-2004年美国珠宝首饰市场分析表图表  
2004我国珠宝首饰发展情况统计表图表  
2004年金银珠宝首饰销售及零售额统计分析表图表  
2004年我国珠宝首饰各种类销售额分析表图表  
2004年我国珠宝首饰分类销售额统计分析图图表  
2003-2004年金银珠宝首饰零售额增长率图表  
2004年我国主要省份珠宝首饰出口金额统计表图表  
2004年我国首饰行业进出口量分析表图表  
2004年我国工艺品首饰行业进口量分析比例图图表  
2004年我国工艺品首饰行业出口量分析比例图图表  
2004年我国首饰行业进出口金额分析表图表  
2004年我国首饰行业进口金额比例分析图图表  
2004年我国首饰行业出口金额比例分析图图表  
2004年我国各企业类型珠宝首饰出口额所占比例分析表图表  
2004年我国各企业类型珠宝首饰出口额所占比例分析图图表  
世界三大奢侈品消费国比例图图表  
购买者的“心理暗箱”过程 图表  
消费者购买决策的影响因素图表  
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  
2010年上海钻石交易所发展目标图表  
北京消费者购买珠宝首饰的消费动机图表  
北京珠宝首饰消费者认可的信息源图表  
北京消费者容易接受的价位图表  
珠宝市场中品牌与消费者的互动关系模型图

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2990729907.html>