

2021-2027年中国金银珠宝 首饰市场深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2021-2027年中国金银珠宝首饰市场深度调研与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/report/A250439ROT.html>

【报告价格】纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8200元

【出版日期】2021-05-14

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2021-2027年中国金银珠宝首饰市场深度调研与投资前景研究报告》介绍了金银珠宝首饰行业相关概述、中国金银珠宝首饰产业运行环境、分析了中国金银珠宝首饰行业的现状、中国金银珠宝首饰行业竞争格局、对中国金银珠宝首饰行业做了重点企业经营状况分析及中国金银珠宝首饰产业发展前景与投资预测。您若想对金银珠宝首饰产业有个系统的了解或者想投资金银珠宝首饰行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

金银首饰主要指用金或银做的首饰。首饰通指男女头上的饰物，俗称“头面”。以后又成为全身饰品的总称，古代的首饰分为发饰、颈饰、耳饰、手饰和佩饰等等。古代先民对黄金白银的认识，开始于三千多年前的商代，当时人们把这些珍贵的金属制成饰品，提供给贵族享用。

据博思数据发布的《2021-2027年中国金银珠宝首饰市场深度调研与投资前景研究报告》表明：2020年我国金银珠宝类商品零售类值累计值达2376万吨，期末产量比上年累计下降4.7%。

指标	2020年12月	2020年11月	2020年10月	2020年9月	2020年8月	2020年7月	金银珠宝类商品零售类值当期值(亿元)	289.1	257.6	222.3	222	234.8	178.8	金银珠宝类商品零售类值累计值(亿元)	2376	2091.1	1833.5	1612.1	1389.4	1150.4	金银珠宝类商品零售类值同比增长(%)	11.6	24.8	16.7	13.1	15.3	7.5	金银珠宝类商品零售类值累计增长(%)	-4.7	-6.6	-9.8	-12.5	-15.6	-20
----	----------	----------	----------	---------	---------	---------	--------------------	-------	-------	-------	-----	-------	-------	--------------------	------	--------	--------	--------	--------	--------	--------------------	------	------	------	------	------	-----	--------------------	------	------	------	-------	-------	-----

报告目录：

第一章我国珠宝首饰行业发展现状

第一节珠宝首饰的分类和商品属性

一、珠宝首饰的分类

二、珠宝的商品属性

三、珠宝首饰行业的特点

第二节我国珠宝首饰业发展环境分析

一、2018年宏观经济运行指标分析

二、2019年宏观经济运行指标分析

三、2021-2027年中国经济发展预测

第三节我国珠宝首饰行业发展现状

一、中国珠宝首饰行业30年发展回顾

- 二、中国珠宝首饰行业面临转型良机
- 三、我国珠宝首饰批发企业的现状分析
- 四、2019年我国珠宝首饰行业发展现状分析
- 五、黄金珠宝业酝酿制定行业标准
- 六、两岸珠宝行业合作研制珠宝首饰共通标准
- 七、《珠宝首饰行业服务规范》起草单位征集通知
- 八、我国珠宝玉石首饰行业发展瓶颈分析
- 九、我国珠宝首饰行业面临的基本问题及应对措施

第四节我国珠宝首饰生产加工设计业现状及趋势

- 一、我国珠宝加工业发展概况
- 二、我国珠宝加工企业分布状况
- 三、我国珠宝首饰设计业现状分析
- 四、我国珠宝加工业发展主要制约因素
- 五、珠宝加工行业整体解决方案简析
- 六、未来中国将成为世界级珠宝首饰生产加工中心

第五节我国珠宝首饰行业存在的问题

- 一、未有强势品牌
- 二、劳动生产率低
- 三、设备及设计理念落后
- 四、管理显得滞后
- 五、员工素质有待提高
- 六、珠宝业标准缺失暴利遍布急需立法

第二章珠宝首饰行业不同市场概况

第一节珠宝首饰行业不同市场调研

- 一、珠宝消费者市场概述
- 二、我国珠宝市场产业链简介
- 二、男性珠宝饰品消费市场渐形成
- 三、珠宝消费者购买心理与购买动机
- 四、影响珠宝消费者购买行为的因素
- 五、珠宝消费者购买决策过程分析

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调研

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

第三章中国珠宝首饰市场整体分析

第一节中国珠宝首饰市场调研

一、国内珠宝首饰市场结构的表现

二、中国珠宝首饰市场销售管道分析

三、中国珠宝首饰市场竞争形势

四、珠宝首饰市场的信息不对称问题剖析

五、中国珠宝首饰消费市场的变化

第二节珠宝首饰市场现状分析

一、中国珠宝首饰市场状况

二、市场供需居世界前列

三、产品多样化格局已经形成

四、珠宝首饰市场化走向成熟

第三节2015-2019年珠宝首饰市场发展情况分析 & 趋势

一、2019年中国珠宝首饰行业发展分析

二、2019年我国珠宝首饰市场规模分析

三、2019年中国珠宝首饰行业发展分析

四、2019年中国金银珠宝业零售总额连续居榜首

第四章黄金行业发展情况分析

第一节2015-2019年国际黄金市场调研

- 一、2019年全球黄金市场供应概况
- 二、2019年全球黄金市场需求概况
- 三、2019年全球主要行业黄金需求分析
- 四、2019年世界黄金市场供求总结
- 五、2019年第四季度黄金行情总结
- 六、2019年第四季度黄金行情展望

第二节2015-2019年我国黄金行业运行情况分析

- 一、2019年黄金行业经济运行情况
- 二、2019年黄金行业经济运行情况
- 三、2019年中国进口黄金情况分析
- 四、2019年黄金业机遇挑战并存

第三节2015-2019年我国黄金行业政策颁布情况

- 一、我国黄金资源开采政策取向
- 二、2019年黄金表壳、黄金表带纳入进出口管理范围
- 三、2019年国家明确黄金交易有关税收政策
- 四、2019年六部委《关于促进黄金市场发展的若干意见》促黄金市场
- 五、2019年中国设定国家黄金标准为%
- 六、2019年国家安全监管总局关于加强金矿开采企业粉尘危害治理工作的通知

第四节2015-2019年我国黄金生产和消费情况分析

- 一、2015-2019年中国黄金产量数据
- 二、2019年中国黄金产量数据
- 三、2019年我国黄金产量统计
- 四、国内现货黄金交易量全球第
- 五、2019年中国黄金产量及需求预测

第五节2019年我国黄金区域市场调研

第六节2019年中国黄金投资趋势分析分析

- 一、2019年黄金价格有望破2000美元大关
- 二、2019年黄金投资机会分析

第五章钻石行业发展情况分析

第一节世界钻石行业情况

- 一、世界钻石资源分布
- 二、世界钻石市场体系
- 三、2019年国际钻石市场调研

第二节我国钻石行业调研

- 一、钻石加工业发展现状
- 二、中国钻石首饰零售业的现状
- 三、中国成为世界钻石行业的中心
- 四、面对国际化竞争国内钻石企业大有可为

第三节中国钻石市场发展分析

- 一、我国钻石市场的发展状况
- 二、浅析钻石市场交易的价格评估
- 三、2019年中国成为世界第二大钻石消费市场
- 四、2019年中国钻石市场调研
- 五、2021-2027年我国钻石市场发展展望

第六章珍珠行业发展情况分析

第一节珍珠的贸易及市场

- 一、珍珠的来源及分类
- 二、珍珠的采收简介
- 三、国际珍珠贸易及市场

第二节我国珍珠行业调研

- 一、中国珍珠业分析
- 二、中国淡水珍珠产地重心转移
- 三、中国珍珠产业大问题
- 四、我国珍珠首饰行业投资策略
- 五、企鵝珍珠贝附壳珍珠培育成功

第三节2019年中国珍珠行业发展情势分析

- 一、我国淡水珍珠市场现状和发展趋势
- 二、珍珠价格与销量情况
- 三、浙江省珍珠产业协会发布《养殖珍珠首饰》行业标准
- 四、浙江诸暨珍珠产业打破全球高端珍珠市场垄断局面
- 五、诸暨发布珍珠价格指数

第四节珍珠主要产区分析

- 一、雷州
- 二、诸暨
- 三、常德

第五节浙江珍珠产业化发展的深思

- 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

第六节中国海水珍珠发展的思考

- 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之比较
- 四、我国珍珠产业链分析与发展建议
- 五、我国海水珍珠产业发展的思考

第七章翡翠行业发展情况分析

第一节翡翠的贸易与市场

- 一、翡翠的相关概述
- 二、翡翠的产地及来源
- 三、翡翠的交易及市场

第二节2019年我国翡翠市场调研

- 一、我国翡翠加工流程
- 二、翡翠市场前景预测
- 三、翡翠饰品的五种商品类型
- 四、礼品升温对翡翠行业的影响分析
- 五、翡翠市场发展主要影响因素分析
- 六、2019年翡翠市场价格情况分析
- 七、2019年华南首家和田玉交易中心在深圳开业

第三节翡翠文化市场发展分析

- 一、品牌战略培训创新颠覆传统
- 二、诚信经营晋商理念深入发扬
- 三、传播文化勾勒完美绿色时尚

第四节翡翠行业投资分析

- 一、物以稀为贵
- 二、文化底蕴深厚
- 三、三分料，七分工
- 四、文化独具魅力
- 五、翡翠投资价值分析
- 六、行业前景调研巨大

第八章其他细分行业调研

第一节白银行业

- 一、我国白银工业发展现状
- 二、2015-2019年中国白银产量数据
- 三、2019年世界白银市场的现状分析
- 四、2019年白银市场发展分析
- 五、2015-2019年我国白银产量分析
- 六、白银市场重要发展空间分析
- 七、中国白银首饰业的趋势预测和趋势

第二节铂金行业

- 一、2019年我国铂金市场价格情况
- 二、2019年我国铂金首饰消费比价情况
- 三、2019年我国铂金投资机会

第九章主要区域市场发展情况分析

第一节广东市场发展情况分析

- 一、广东珠宝加工业现状与特点
- 二、广东珠宝行业的竞争问题
- 三、广东领跑黄金珠宝首饰行业
- 四、广东珠宝贵金属抽检结果分析
- 五、广东黄金饰品将告别以克论价
- 六、番禺珠宝首饰行业发展状况分析
- 七、广州花都珠宝首饰行业发展状况分析
- 八、广东省出台《黄金及其他贵金属珠宝产业发展十三五规划》

九、东莞成广东重点发展黄金珠宝产业城市之一

第二节深圳市场发展情况分析

一、深圳珠宝产业集聚地概况

二、深圳支持珠宝企业走向全球

三、深圳抢占珠宝电子商务高地

四、200家珠宝品牌汇聚深圳西部

五、2019年美国深圳珠宝中心即将启动

六、深圳珠宝首饰产业创新的思考

七、深圳珠宝首饰产业集聚地远景

八、深圳珠宝加工企业的产品附加值提高之路

第三节2019年上海市场发展情况分析

一、上海黄金珠宝业市场概况

二、上海黄金珠宝业品牌格局分析

三、上海黄金珠宝业产品结构分析

四、上海黄金珠宝业发展方向分析

五、上海黄金珠宝市场机遇与挑战并存

六、上海黄金珠宝行业即将进入创意时代

七、2019年上海黄金珠宝消费预测

第四节北京市场发展情况分析

一、北京市珠宝批发市场状况综述

二、北京珠宝新市场发展情况分析

三、2019年北京黄金珠宝市场调研

第五节2019年其他地区珠宝市场发展概况

第十章浙江省金银珠宝首饰市场调研

第一节2015-2019年浙江省金银珠宝市场调研

一、2018年浙江省金银珠宝市场调研

二、2019年浙江省金银珠宝市场调研

第二节2015-2019年浙江省黄金市场调研

一、2018年浙江省黄金市场调研

二、2019年浙江省黄金市场调研

三、2015-2019年浙江省黄金产量分析

第三节2015-2019年浙江省白银市场调研

一、2018年浙江省白银市场调研

二、2019年浙江省白银市场调研

三、2015-2019年浙江省白银产量分析

第四节2015-2019年浙江金银珠宝主要城市分析

一、杭州

二、宁波

三、温州

四、绍兴

第五节浙江明牌珠宝股份有限公司分析

一、公司简介

二、企业经营情况分析

第十一章珠宝首饰业消费者分析

第一节我国消费品市场形势分析

一、2019年居民生活水平分析

二、2019年零售市场情况分析

三、2019年中国财富景气指数情况

四、2019年中国奢侈品消费市场

第二节2015-2019年中国珠宝消费市场调研

一、2019年中国珠宝消费形势分析

二、2019年国内珠宝消费市场情况

三、我国珠宝首饰市场交易主体问题

四、我国珠宝消费需求潜力分析

五、金饰成为婚庆珠宝市场消费主流

第三节珠宝消费者市场特点分析

一、从消费水平上来看

二、从顾客构成来看

三、从交易的规模和方式来看

四、从购买行为来看

五、从购买目的来看

六、从购买行为主体来看

第四节珠宝首饰消费心理特征分析

- 一、美化装饰心理
- 二、象征寓意心理
- 三、纪念心理
- 四、储备心理
- 五、时髦心理
- 六、社会礼仪心理
- 七、身份心理
- 八、艺术心理
- 九、感情心理
- 十、实用心理

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、珠宝消费地理特征的启示

第五节珠宝消费市场前景

- 一、个性化趋势
- 二、高档化趋势
- 三、名牌化趋势

第十二章珠宝首饰业的营销现状与策略

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

第二节珠宝首饰业销售渠道分析

- 一、珠宝零售及批发渠道
- 二、我国饰品行业的主要销售形式
- 三、我国饰品行业的主要发展趋势

四、2019年我国珠宝行业电子商务或将现井喷式发展

第三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

第四节珠宝首饰的价值构成及价格策略

- 一、珠宝首饰的价值构成
- 二、价格及价格制定

第五节珠宝首饰业的差异化营销与市场定位

- 一、珠宝的差异化营销
- 二、我国珠宝厂商的正确市场定位

第六节中国饰品市场竞争策略

- 一、中国饰品市场的六个主要竞争策略
- 二、中国珠宝中小企业的竞争策略

第七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、我国珠宝首饰行业营销方式存在的问题
- 三、提升中国珠宝首饰零售业核心竞争力的措施

第八节珠宝首饰业的网络营销情况分析

- 一、传统珠宝零售商进军互联网新战场
- 二、网络时代给传统经济带来的机遇与挑战
- 三、珠宝首饰网络营销的模式与基本内容
- 四、珠宝首饰网络营销的现状与发展
- 五、中国珠宝首饰在线消费需求分析
- 六、珠宝首饰网络“DIY”营销模式

第十三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、导入期的特点及应对策略

二、上升期的特点及应对策略

三、成长期的特点及应对策略

四、成熟期的特点及应对策略

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

第三节珠宝专卖终端销售过程的礼貌和用语

第四节珠宝专卖终端促销策略

第五节六桂福珠宝终端运营之道

第十四章行业竞争格局分析

第一节我国珠宝业总体格局

一、我国珠宝业竞争形势分析

二、珠宝商差异化竞争现状分析

三、珠宝电子商务的竞争优势分析

四、2019年珠宝行业竞争状况分析

五、中国珠宝首饰业将面临群雄纷争的未来

六、2019年中外珠宝商争夺内地市场

六、目前我国市场上各大珠宝品牌商竞争情况、分布情况

第二节2015-2019年外资进入中国市场情况分析

一、卡地亚高级珠宝南京首发

二、欧洲珠宝再次访问中国

三、绰美珠宝进入中国对决卡地亚

四、意大利珠宝瞄准中国市场

五、法国殿堂级珠宝Chaumet进驻春城

六、亚洲知名珠宝品牌昭仪翠屋进驻上海

七、戴比尔斯珠宝北京精品店隆重开张

八、CHAUMET成都专门店进驻美美百货

第三节区域珠宝品牌间的合作竞争博弈探讨

一、中国珠宝首饰行业概况及竞争形势

二、区域珠宝品牌间合作竞争博弈的意义

三、区域珠宝品牌间合作竞争博弈领域和方式

四、区域珠宝品牌间合作竞争博弈的建议策略

五、未来区域珠宝首饰品牌间的合作竞争博弈

第十五章行业主要企业分析

第一节香港周生生珠宝

一、公司简介

二、公司经营情况分析

三、企业经营情况分析

四、企业财务数据分析

第二节明丰珠宝集团有限公司

一、公司简介

二、公司经营情况分析

三、明丰珠宝收购Joy

四、明丰珠宝引入亨得利为大股东

第三节谢瑞麟珠宝金行(中国)公司

一、公司简介

二、谢瑞麟珠宝复牌之路

三、公司未来发展展望与策略

四、谢瑞麟珠宝金行公司北京市场营销策略探讨

第四节六福珠宝

一、公司简介

二、公司经营情况分析

三、企业经营情况分析

四、企业财务数据分析

第五节东方金钰

一、公司简介

二、企业经营情况分析

三、企业经营情况分析

四、企业财务数据分析

第六节老凤祥

一、公司简介

二、老凤祥竞争优势分析

三、企业经营情况分析

四、企业财务数据分析

第十六章2021-2027年珠宝首饰行业投资预测分析

第一节行业发展政策环境分析

第二节2021-2027年中国珠宝首饰行业发展趋势分析

一、未来中国珠宝首饰行业的发展方向

二、中国珠宝首饰行业发展趋势判断

三、中国珠宝首饰行业消费潜力巨大

四、2021-2027年我国珠宝销售预测

五、2019年中国奢侈品消费情况预测

第十七章2021-2027年珠宝首饰行业发展对策分析

第一节珠宝品牌战略制胜策略

一、珠宝企业品牌投资前景

二、珠宝区域品牌投资前景

三、珠宝国家品牌投资前景

第二节珠宝首饰行业品牌投资策略

一、珠宝品牌建设急需借鉴传统文化

二、珠宝企业如何树立品牌才是长久之计

三、中国珠宝企业应加强研发从贴牌走向自主设计

四、珠宝业：从渠道为王向品牌之争的过渡

五、三线珠宝企业品牌升级的路径

六、中国饰品企业应谋“四势”求发展

七、中国饰品急需差异化品牌定位

第三节浅谈中国珠宝首饰业的价格战和价格联盟

一、价格、价格战和价格联盟的定义

二、珠宝企业之间的价格战和价格联盟

三、珠宝企业的价格战和价格联盟选择

四、未来珠宝企业间的价格战和价格联盟

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

第六节珠宝行业信息化解决方案

一、珠宝饰品行业管理现状

二、管理总体需求

三、管理预期目标

第七节对于企业进入珠宝行业的建议

一、从价值链角度看

二、各种首饰的趋势预测

图表目录：

图表1珠宝加工行业整体解决方案流程图

图表2珠宝市场产业链

图表3消费者搜寻(据刘宝宏,2001)

图表42015-2019年我国黄金产量分析

图表52018年国际黄金价格走势图

图表62019年国际黄金价格走势图

图表72015-2019年中国黄金产量分析

图表8我国白银储量各省占比分析

图表92019年我国白银需求结构

图表102015-2019年中国白银产量数据

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/A250439ROT.html>