

2014-2019年中国玉器市场 监测及投资前景研究报告

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

《2014-2019年中国玉器市场监测及投资前景研究报告》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/qitaxiuxian1403/E647753774.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-03-14

【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《2014-2019年中国玉器市场监测及投资前景研究报告》共十一章。首先介绍了中国工艺品行业运行态势、中国玉器行业市场发展环境等，接着分析了中国玉器产业运行的现状，然后介绍了中国玉器行业竞争格局。随后，报告对中国玉器行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国玉器行业发展前景与投资预测。您若想对玉器产业有个系统的了解或者想投资玉器行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

玉器的制作、营销都与传统的玉文化有不可分割的联系。在物质追求几近成为主流的今天，精神境界的提高与心灵的净化，是无数人的追去。因此中国传统文化在玉器营销中所起的作用将越来越重要。随着中国文化产业的不断发展，现在越来越多的消费者发现中国传统文化的诸多宝贵之处，大家开始重视自己的传统文化。这为我们的玉器行业发展提供了很好的契机。因此，玉器企业要做好营销，也就应该深入了解中国传统文化，应该打打传统文化牌。

行业营销要以产品品质做基础，目前玉器企业之间的工艺水平竞争和品牌竞争仍将会同步发展，但是，随着玉器市场组成部分的不断细化，玉器企业之间的品牌竞争将日益占据主导地位。谁能紧紧抓住品牌这一终极武器，谁就能最终胜出。

品牌塑造的关键不是打广告，也不靠明星来拉客户，当然也非一味的拼资运作。如何来打造高品质的产品在品牌成长初期更加重要。当前市场讲究“先者生存”，“适者生存”法则已经不适合。谁率先抓住大势，能占得先机，谁成功塑造了品牌，谁就更有希望拥有未来，否则就只有事倍功半。

第一章 2013年中国工艺品行业运行态势剖析

第一节 中国工艺品的地方特色和流派

一、中国工艺品主要产品与区域分布

二、中国工艺品地方特色和艺术流派

第二节 2013年中国工艺品行业热点问题探讨

一、企业生产规模较小

二、专业人才的缺乏

三、生产技术落后

四、专业市场管理混乱

五、缺乏法律法规的保护和约束

第三节 2013年中国工艺品产业发展对策分析

第二章 2013年中国玉器行业市场发展环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2014年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2013年中国玉器行业政策环境分析

- 一、进出口政策分析
- 二、产业政策分析
- 三、相关行业政策影响分析

第三节 2013年中国玉器行业社会环境分析

第三章 2013年中国玉器产业运行形势分析

第一节 玉器工艺品概述

- 一、中国古代玉器艺术发展历程演进
- 二、缅甸翡翠与中国玉器文化
- 三、和田玉在中国古玉器中的地位

第二节 2013年中国玉器运行新形势透析

- 一、中国玉器发展新亮点分析
- 二、香港玉器呈出向内地市场转移态势
- 三、四会玉器行业发展状况分析
- 四、南海平洲积极发展完善玉器产业链
- 五、我国玉器消费市场现状

第三节 2013年中国玉器行业发展面临的问题及发展建议

- 一、中国玉器市场亟待向品牌化发展
- 二、翡翠玉器市场价格混乱
- 三、我国玉器产业发展面临的困局分析
- 四、开拓玉器市场发展建议

第四章 2013年中国玉器行业主要产品运营分析

第一节 2013年中国翡翠首饰运行市场分析

- 一、解析翡翠的概念与成因
- 二、翡翠饰品的商品类型与特点

三、国内翡翠市场发展状况分析

四、国内翡翠行业机遇与挑战并存

第二节 2013年中国玛瑙与玉石饰品市场分析

一、玛瑙的相关概述

二、玛瑙能持续走俏市场的探究

三、玉石的成因与价值探究

第五章 2011-2013年中国工艺美术品制造行业数据监测分析

第一节 2011-2013年中国工艺美术品制造行业总体数据分析

一、2011年中国工艺美术品制造行业全部企业数据分析

二、2012年中国工艺美术品制造行业全部企业数据分析

三、2013年中国工艺美术品制造行业全部企业数据分析

第二节 2011-2013年中国工艺美术品制造行业不同规模企业数据分析

一、2011年中国工艺美术品制造行业不同规模企业数据分析

二、2012年中国工艺美术品制造行业不同规模企业数据分析

三、2013年中国工艺美术品制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2011-2013年中国工艺美术品制造行业不同所有制企业数据分析

一、2011年中国工艺美术品制造行业不同所有制企业数据分析

二、2012年中国工艺美术品制造行业不同所有制企业数据分析

三、2013年中国工艺美术品制造行业不同所有制企业数据分析

第六章 2013年中国玉器行业竞争格局分析

第一节 2013年中国玉器市场竞争形势分析

一、中国玉器行业集中度分析

二、玉器市场价格竞争分析

三、玉器市场整体竞争力分析

第二节 2013年中国主要玉器品牌竞争力分析

一、和田玉（中国驰名商标）

二、蓝田玉（中国驰名商标）

三、南阳玉（中国驰名商标）

四、酒泉玉（中国驰名商标）

五、七彩云南（一线品牌）

- 六、戴梦得（中国驰名商标）
- 七、阳美玉器（中国驰名商标）
- 八、拓宝玉饰（中国驰名商标）
- 九、兆亮玉饰（中国驰名商标）
- 十、老山玉器（中国驰名商标）

第三节 2013年中国玉器行业竞争策略分析

第七章 2013年中国玉器行业优势企业关键性数据分析

第一节 周生生珠宝（佛山）有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第二节 九江金凤凰装饰材料有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第三节 尉氏县蔡庄镇鹿村玉雕公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第四节 江西江维高科微晶玉石有限责任公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 威信珠宝（珠海）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 莆田市永恒珠宝首饰有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 前郭县玉成石材有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 莆田市恒苑珠宝有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 岫岩满族自治县喜来健玉石制品有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第十节 蚌埠市正东玉器有限责任公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第八章 2013年中国珠宝首饰行业运行形势分析

第一节 2013年中国珠宝首饰行业总体概述

- 一、网络珠宝首饰市场消费情况
- 二、主要地区的珠宝首饰市场
- 三、珠宝首饰行业最新资讯分析

第二节 2013年中国珠宝首饰消费行为分析

- 一、珠宝首饰消费心理特征分析
- 二、中国珠宝首饰消费是文化的消费
- 三、浅析中国珠宝首饰消费观念的转变
- 四、男士珠宝首饰市场初步形成规模

第三节 2013年中国珠宝首饰业发展中的问题

- 一、国内珠宝首饰业存在诸多缺陷
- 二、外向型产业模式制约珠宝首饰业发展
- 三、珠宝首饰业特许加盟运行不畅

第四节 2013年中国珠宝首饰业发展建议及措施

- 一、中国珠宝行业应采取“走出去”战略
- 二、中国珠宝首饰业全球化发展思路

三、注意力经济下的珠宝首饰业发展战略

第九章 2013年中国水晶饰品行业市场运行态势剖析

第一节 中国水晶饰品行业动态分析

- 一、仿真首饰与水晶取得行业话语权
- 二、浦江水晶在危机中现生机
- 三、天隆水晶品牌康牌荣膺中国驰名商标
- 四、中国饰品品牌不断呼唤差异化
- 五、全国首家民营水晶博物馆开馆

第二节 2013年中国水晶饰品行业现状分析

- 一、中国饰品业的发展仍处于初级阶段
- 二、我国水晶产业发展迅猛
- 三、我国水晶饰品行业主要经济指标分析
- 四、从浦江水晶扁珠加工从业者看水晶饰品产业发展

第三节 2013年中国水晶饰品加工工艺分析

- 一、中国水晶饰品加工工艺水平
- 二、激光内雕辅助成像技术

第四节 2013年中国水晶饰品产业存在的问题

第十章 2014-2019年中国玉器行业发展前景预测分析

第一节 2014-2019年中国玉器产品发展趋势预测分析

- 一、玉器技术开发方向分析
- 二、玉器行业发展走向分析

第二节 2014-2019年中国玉器行业市场发展前景预测分析

- 一、玉器供给预测分析
- 二、玉器需求预测分析
- 三、玉器进出口形势预测分析

第三节 2014-2019年中国玉器行业市场盈利能力预测分析

第十一章 2014-2019年中国玉器行业投资机会与投资风险分析

第一节 2014-2019年中国玉器行业投资机会分析

- 一、玉器行业吸引力分析

二、玉器行业区域投资潜力分析

第二节 2014-2019年中国玉器行业投资风险分析

一、宏观调控风险

二、行业竞争风险

三、供需波动风险

四、技术风险

五、经营管理风险

第三节 2014-2019年中国玉器行业投资策略分析

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2013年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2013年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2014年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2014年中国GDP增速预测

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitaxiuxian1403/E647753774.html>