

2014-2019年中国珠宝首饰 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年中国珠宝首饰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/qitaxiuxian1407/H92716FOPT.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】2014-07-15

【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年中国珠宝首饰市场监测及投资前景研究报告》共十一章。首先介绍了珠宝首饰行业的概念以及全球市场发展现状，接着分析了中国珠宝首饰行业发展环境，然后对中国珠宝首饰行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国珠宝首饰行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国珠宝首饰行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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。我国珠宝首饰行业起步于20世纪80年代初。当时，世界珠宝首饰产业逐步向亚洲地区转移，香港的珠宝制造业迅速崛起，在世界珠宝业中占据重要地位。而中国大陆低廉的人工成本和巨大的市场潜力，吸引了世界发达国家和地区的知名珠宝商纷纷进入中国。特别是毗邻香港的深圳特区通过承接香港的珠宝加工业务逐渐成为了我国重要的珠宝首饰加工制造中心。经过多年的发展，我国珠宝首饰的加工能力日趋完善，同时竞争亦日趋激烈。更多的珠宝企业开始由“制造型”向“设计创造型”转型，通过建立自有品牌和渠道向产业链的下游发展，参与珠宝零售市场的竞争。

近年来，得益于我国国民经济的较快发展和居民可支配收入的提高，我国珠宝首饰零售行业呈现了高速发展的态势，未来仍具有较大的增长潜力。

据统计：2013年中国珠宝首饰市场的零售额4720亿元，合理预计未来几年，我国的珠宝首饰零售市场将继续以较高的速度增长，市场需求也将日趋多样化，市场将进一步细分。

从需求端看，随着金价长期低位徘徊/国内投资品种日渐丰富/主力购买人群代际转变（“85后”年轻一代成为主力消费者），预计足黄金珠宝投资属性或将趋弱，金条/黄金ETF等投资品种将替代部分足黄金珠宝的投资需求。从供应端看，足黄金珠宝市场竞争激烈，产品同质化严重，利润率低（毛利率8%~15%，净利润率2%~4%）且易受国际金价波动影响，各龙头珠宝企业或将加大K金/钻石镶嵌类珠宝比重以提高竞争力。在2013年高基数下，预计足黄金珠宝2014/15/16/17年增速分别是10%/8%/7%/6%；而K金及镶嵌类珠宝增速将达15%/25%/20%/15%。综合来看，我们预期足黄金珠宝未来5年份额或将从目前50%逐步下降至46%，附加值更高的K金/钻石镶嵌类珠宝占比将从目前17%逐步升至23%左右。

2014-2017年中国珠宝市场分品类增长预测

2010年

2011年

2012

年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	足黄金珠宝	
占比	39%	40%	43%	50%	49%	47%	46%
	K 金及钻石镶嵌类珠宝占比			20%	20%	19%	17%
	19%	20%	23%	铂金珠宝占比		8%	7%
6%	6%	6%	6%	6%	玉石珠宝占比		20%
	20%	15%	19%	20%	20%	21%	其他珠宝占比
	13%	12%	11%	13%	9%	9%	8%
						5%	资料

来源：博思数据研究中心整理

报告目录：

第一章 行业相关概念简介

- 1.1 定义及分类
- 1.2 产业链
- 1.3 行业特征

第二章 全球珠宝首饰市场发展现状

- 2.1 市场概述
- 2.2 主要原材料市场
 - 2.2.1 黄金
 - 2.2.2 白银
 - 2.2.3 铂金
- 2.3 主要品牌

第三章 中国珠宝首饰行业发展现状

- 3.1 发展现状
- 3.2 发展潜力
- 3.3 发展影响因素
 - 3.3.1 有利因素
 - 3.3.2 不利因素
- 3.4 发展趋势

3.4.1 材质发展趋势

3.4.2 珠宝首饰消费趋势

第四章 中国珠宝首饰市场分析

4.1 生产加工情况

4.1.1 原料采购

4.1.2 生产基地

4.2 销售情况

4.2.1 市场规模

4.2.2 消费结构

4.3 进出口

4.3.1 进口

4.3.2 出口

4.4 竞争格局

4.4.1 行业排名

4.4.2 市场份额

4.4.3 运营指标对比

第五章 中国珠宝首饰细分市场

5.1 黄金首饰

5.1.1 产量

5.1.2 消费量

5.1.3 黄金首饰市场

5.1.4 价格走势

5.2 铂金首饰

5.2.1 需求

5.2.2 铂金首饰市场

5.3 钻石首饰

5.3.1 供需

5.3.2 进出口

5.3.3 钻石首饰市场

5.4 珍珠首饰

5.4.1 供需

5.4.2 珍珠首饰市场

5.5 翡翠首饰

5.6 白银首饰

5.6.1 供需

5.6.2 白银首饰市场

第六章 中国珠宝首饰区域市场

6.1 区域格局

6.2 主要地区分析

6.2.1 广东

6.2.2 上海

6.2.3 北京

6.2.4 山东

6.2.5 云南

第七章 中国珠宝首饰销售模式及渠道

7.1 销售模式

7.1.1 概述

7.1.2 重点企业销售模式

7.2 销售渠道

7.2.1 综述

7.2.2 店铺销售

7.2.3 网络销售

第八章 中国香港地区珠宝首饰重点企业

8.1 周大福

8.1.1 企业简介

8.1.2 经营情况

8.1.3 营收结构

8.1.4 毛利率

8.1.5 销售网络

8.2 周生生

8.2.1 企业简介

8.2.2 经营情况

8.2.3 营收结构

8.2.4 毛利率

8.2.5 销售网络

8.3 六福集团

8.3.1 企业简介

8.3.2 经营情况

8.3.3 营收结构

8.3.4 毛利率

8.3.5 销售网络

8.4 谢瑞麟

8.4.1 企业简介

8.4.2 经营情况

8.4.3 毛利率

8.5 英皇钟表珠宝

8.5.1 企业简介

8.5.2 经营情况

8.5.3 营收结构

8.5.4 毛利率

8.5.5 销售网络

第九章 中国大陆地区珠宝首饰重点企业

9.1 老凤祥

9.1.1 企业简介

9.1.2 经营情况

9.1.3 营收结构

9.1.4 毛利率

9.1.5 销售网络

9.2 豫园商城

9.2.1 企业简介

9.2.2 经营情况

9.2.3 营收结构

9.2.4 毛利率

9.2.5 销售模式

9.3 明牌珠宝

9.3.1 企业简介

9.3.2 经营情况

9.3.3 产销量

9.3.4 营收结构

9.3.5 毛利率

9.3.6 销售网络

9.4 东方金钰

9.4.1 企业简介

9.4.2 经营情况

9.4.3 营收结构

9.4.4 毛利率

9.4.5 销售模式

9.4.6 竞争优势

9.5 金叶珠宝

9.5.1 企业简介

9.5.2 经营情况

9.5.3 营收结构

9.5.4 毛利率

9.5.5 销售网络

9.6 潮宏基

9.6.1 企业简介

9.6.2 经营情况

9.6.3 产销量

9.6.4 营收结构

9.6.5 毛利率

9.6.6 销售网络

9.6.7 发展战略

9.7 通灵珠宝

9.7.1 企业简介

9.7.2 经营情况

9.7.3 营收结构

9.7.4 毛利率

9.7.5 销售网络

第十章 2014-2019年中国珠宝首饰行业发展趋势预测 10.1 行业发展政策环境分析 10.2

2014-2019年中国珠宝首饰行业发展趋势分析 10.2.1未来中国珠宝首饰行业的发展方向 10.2.2

中国珠宝首饰行业发展趋势判断 10.2.3 中国珠宝首饰行业消费潜力巨大 10.2.4 2014-2019年我

国珠宝销售预测 10.2.5 2015年中国奢侈品消费情况预测 第十一章 2014-2019年珠宝首饰行业

发展对策分析 11.1 珠宝品牌战略制胜策略 11.1.1 珠宝企业品牌发展战略 11.1.2 珠宝区域品牌

发展战略 11.1.3 珠宝国家品牌发展战略 11.2 珠宝首饰行业品牌发展策略 11.2.1 珠宝品牌建设

急需借鉴传统文化 11.2.2 珠宝企业如何树立品牌才是长久之计 11.2.3 中国珠宝企业应加强研

发从贴牌走向自主设计 11.2.4 珠宝业：从渠道为王向品牌之争的过渡 11.2.5 三线珠宝企业品

牌升级的路径 11.2.6 中国饰品企业应谋“四势”求发展 11.2.7 中国饰品急需差异化

品牌定位 11.3 浅谈中国珠宝首饰业的价格战和价格联盟 11.3.1 价格、价格战和价格联盟的定

义 11.3.2 珠宝企业之间的价格战和价格联盟 11.3.3 珠宝企业的价格战和价格联盟选择 11.3.4

未来珠宝企业间的价格战和价格联盟 11.4 黄金行业发展循环经济策略 11.4.1发展循环经济的

思考 11.4.2发展循环经济的建议 11.4.3发展循环经济的有效途径 11.5珍珠珠宝首饰企业发展之

道 11.5.1提高原珠质量 11.5.2增强设计水平 11.5.3重视珍珠推广 11.5.4树立强势品牌 11.5.5解

读珍珠文化 11.6 珠宝行业信息化解决方案 11.6.1珠宝首饰行业管理现状 11.6.2管理总体需求

11.6.3管理预期目标 11.7 对于企业进入珠宝行业的建议 11.7.1从价值链角度看 11.7.2各种首饰

的发展前景

图表目录

图：珠宝首饰行业产业链

图：2013年美国珠宝首饰消费结构

图：2013年英国珠宝首饰消费结构

图：2013年印度珠宝首饰消费结构

图：2000-2015年全球珠宝首饰行业销售额

图：2003-2013年全球黄金供应量

图：2003-2013年全球珠宝首饰黄金需求量

图：2013年全球珠宝首饰黄金（分国家/地区）需求量结构

图：2013-2014年全球黄金价格走势

图：2003-2013年全球白银供应量

图：2013年全球白银需求结构

图：2003-2013年全球珠宝首饰白银需求量

图：2013-2014年全球白银价格走势

图：2003-2013年全球铂金供应量

图：2013年全球铂金（分地区）供应量结构

图：2013年全球铂金（分地区）需求量结构

图：2013年全球铂金（分行业）需求量结构

图：2003-2013年全球珠宝首饰铂金需求量

表：2003-2013年全球珠宝首饰铂金（分国家/地区）需求量

图：2013-2014年全球铂金价格走势

图：2007-2013年中国批发零售业限额以上商品零售额增速

图：中国珠宝首饰市场需求结构

图：2000-2013年中国人均GDP

图：2006-2016年中国城镇及农村居民人均可支配收入

图：中国婚庆消费支出结构

图：2006-2013年中国登记结婚人数

表：2013年中国贵金属成交量及成交额

图：2006-2016年中国GDP增速

图：2002-2012年中国职工平均工资

表：中国主要珠宝首饰加工贸易基地

表：中国珠宝玉石特色产业基地

图：2007-2016年中国大陆地区珠宝首饰销售额

图：2007-2016年中国香港地区珠宝首饰销售额及增速

图：2013年中国大陆珠宝首饰消费结构

图：2007-2013年中国珠宝首饰进出口总金额

图：2008-2013年中国珠宝首饰进口额

图：2013年中国珠宝首饰（分国家/地区）进口额结构

图：2008-2013年中国珠宝首饰出口额

图：2013年中国珠宝首饰（分产品）出口额结构

表：2013年中国珠宝首饰（分国家/地区）出口额及占比

表：2013年中国珠宝首饰（分企业类型）出口额及占比

表：2013年中国珠宝首饰（分省市）出口额及占比

表：中国市场的珠宝品牌定位

表：中国主要珠宝品牌

表：2013年度珠宝首饰行业品牌价值排行

表：2013年中国主要珠宝首饰零售商市场份额

表：2013年中国大陆地区主要珠宝首饰零售商市场份额

图：2013年中国主要珠宝零售商收入增速

图：2009-2013年中国主要珠宝零售商网络扩张增速

表：2013年中国黄金供应量及构成

图：2007-2013年中国矿产金产量

图：2007-2013年中国黄金消费量

图：2013年中国黄金消费结构

图：2007-2013年中国黄金首饰消费量

图：2012-2014年中国黄金（Au9995）现货收盘价格

表：2011-2013年中国主要珠宝零售商黄金饰品毛利率

图：2002-2013年中国铂金需求量及增速

图：2013年中国铂金（分行业）需求量结构

表：2002-2013年中国及全球铂金首饰需求量

图：2012-2014年中国铂金（Pt9995）现货平均价

图：2007-2013年国际钻石价格走势

图：2011-2013年中国钻石交易量及交易额

表：2005-2013年中国钻石进口数量及金额

图：2013年中国钻石（分国家）进口金额结构

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/qitaxiuxian1407/H92716FOPT.html>