

# 2023-2029年中国珠宝市场 前景研究与投资策略报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制  
[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2023-2029年中国珠宝市场前景研究与投资策略报告》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.chinairr.org/report/R09/R0904/202307/17-532595.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

产业研究报告网发布的《2023-2029年中国珠宝市场前景研究与投资策略报告》共七章。首先介绍了珠宝行业市场发展环境、珠宝整体运行态势等，接着分析了珠宝行业市场运行的现状，然后介绍了珠宝市场竞争格局。随后，报告对珠宝做了重点企业经营状况分析，最后分析了珠宝行业发展趋势与投资预测。您若想对珠宝产业有个系统的了解或者想投资珠宝行业，本报告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。

报告目录：

### 第一章 珠宝行业现状与趋势

#### 1.1 珠宝行业概述

##### 1.1.1 珠宝行业定义

##### 1.1.2 珠宝行业分类

##### 1.1.3 珠宝行业发展阶段

#### 1.2 珠宝行业消费环境分析

##### 1.2.1 奢侈品消费水平

##### 1.2.2 珠宝消费心理变化

##### 1.2.3 珠宝消费购买力水平

##### 1.2.4 珠宝市场需求构成

##### 1.2.5 主要珠宝消费情况

#### 1.3 珠宝行业政策环境分析

##### 1.3.1 促进消费政策

##### 1.3.2 收入分配政策

##### 1.3.3 奢侈品消费政策

##### 1.3.4 珠宝行业税收政策

#### 1.4 珠宝行业发展现状分析

##### 1.4.1 珠宝行业销售总额

##### 1.4.2 珠宝行业企业规模

##### 1.4.3 珠宝行业经营效益

1.4.4珠宝行业发展能力

1.4.5珠宝产业集群分布

1.5珠宝行业发展趋势

1.5.1产业集群化趋势更明显

1.5.2进入品牌化发展之路

1.5.3向传播珠宝文化方向发展

1.5.4产业国际化进程加速

## 第二章 珠宝行业竞争进入商业模式时代

2.1珠宝行业竞争强度分析

2.1.1行业集中度

2.1.2企业市场占有率

2.1.3行业议价能力

2.1.4潜在进入者威胁

2.2珠宝行业品牌竞争格局

2.2.1行业市场品牌格局

(1) 高端市场被外资垄断

(2) 中端市场竞争激烈

(3) 低端市场缺乏有影响力品牌

2.2.2国外品牌企业在华竞争

(1) 卡地亚 (Cartier)

(2) 蒂芬尼 (Tiffany)

(3) 梵克雅宝 (VanCleef&Arpels)

(4) 宝格丽 (Bvlgari)

(5) 田崎真珠 (TASAKI)

(6) 吉母皮亚 (GEMOPIA)

(7) 劳伦斯珠宝 (Lorenzo)

(8) 阿塔赛 (ATASAY)

2.2.3港资品牌企业在华竞争

(1) 周大福 (ChowTaiFook)

(2) 周生生 (ChowSangSang)

(3) 谢瑞麟 (TSL)

(4) 六福珠宝 (lukfook)

## 2.2.4国内外品牌营销能力比较

## 2.3珠宝行业销售渠道竞争

### 2.3.1销售渠道的重要性

### 2.3.2行业主要销售模式

(1) 经销模式

(2) 加盟模式

(3) 自营模式

(4) 网络销售模式

### 2.3.3主要销售模式比较

(1) 盈利能力

(2) 品牌推广

(3) 经营管理难度

(4) 渠道拓展

### 2.3.4上市公司销售模式

(1) 老凤祥

(2) 潮宏基

(3) 明牌珠宝

### 2.3.5渠道拓展成为当前竞争核心

## 2.4珠宝行业商业模式之争

### 2.4.1行业主要企业类型

(1) 传统珠宝加工企业

(2) 传统珠宝品牌

(3) 电子商务珠宝品牌

### 2.4.2传统珠宝加工企业转型

(1) 产业链延伸

(2) 打造电子商务珠宝品牌

### 2.4.3传统珠宝品牌企业转型

### 2.4.4珠宝行业商业模式之争

## 2.5珠宝行业竞争焦点及趋势

### 2.5.1产业链整合

### 2.5.2产品设计

### 2.5.3品牌建设

### 2.5.4电子商务

## 第三章 珠宝行业产业链整合与策略研究

### 3.1珠宝行业产业链简介

#### 3.1.1行业产业链简介

#### 3.1.2成本、利润分摊

### 3.2珠宝行业产业链价值分析

#### 3.2.1原料采购

(1) 原料对盈利的影响

(2) 珠宝原料采购模式

#### 3.2.2珠宝设计

(1) 珠宝设计增值能力

(2) 国内珠宝设计水平

#### 3.2.3珠宝加工

(1) 珠宝加工获利水平

(2) 珠宝加工企业现状

#### 3.2.4珠宝营销

(1) 珠宝营销增值能力

(2) 珠宝行业营销现状

#### 3.2.5售后服务

(1) 售后服务增值能力

(2) 珠宝售后服务现状

### 3.3珠宝行业产业链整合趋势

#### 3.3.1行业主要盈利模式

(1) OEM

(2) ODM

(3) 品牌+渠道

#### 3.3.2产业链整合的优势

#### 3.3.3典型企业产业链整合

(1) 周大福

(2) 老凤祥

(3) 潮宏基

(4) 明牌珠宝

(5) 钻石小鸟

### 3.3.4 行业产业链整合趋势

## 3.4 珠宝行业产业链整合模式分析

### 3.4.1 产业链整合路径

(1) 纵向整合

(2) 横向整合

(3) 混合整合

### 3.4.2 产业链整合模式

(1) 股权并购型

(2) 战略联盟型

(3) 产业集群型

## 3.5 珠宝行业产业链整合策略选择

### 3.5.1 产业链整合的机遇与风险

(1) 产业链整合机遇

(2) 产业链整合风险

### 3.5.2 产业链整合的策略选择

(1) 珠宝加工企业

(2) 传统珠宝品牌企业

(3) 专业批发商与零售商

## 第四章 珠宝行业电子商务发展现状与策略

### 4.1 中国珠宝行业电子商务发展背景

#### 4.1.1 珠宝电子商务内涵及特点

#### 4.1.2 珠宝行业发展电子商务背景

(1) 互联网的快速普及

(2) 网络购物市场高速增长

#### 4.1.3 珠宝企业发展电子商务优势

#### 4.1.4 珠宝企业发展电子商务动机

### 4.2 消费者网上购买珠宝行为研究

#### 4.2.1 消费者网上购买珠宝行为研究

- (1) 消费者网上购买珠宝情况
- (2) 选择网上购买珠宝的原因
- (3) 网上购买珠宝的种类
- (4) 网上购买珠宝的价格范围
- (5) 网上购买珠宝的频次
- (6) 各珠宝网站消费者渗透率
- (7) 影响消费者选择珠宝网站的因素
- (8) 消费者网上购买珠宝地区差异
- (9) 消费者通过网络搜索珠宝信息情况
- (10) 珠宝信息认知渠道(除互联网外)
- (11) 购买珠宝时主要考虑的因素
- (12) 网络购买珠宝支付方式
- (13) 促销方式的偏好情况
- (14) 网上购买珠宝遇到的不愉快经历
- (15) 网上购买主要存在的问题

#### 4.2.2 消费者网上购买珠宝意向研究

- (1) 购买意向
- (2) 购买用途
- (3) 消费者能接受的价位
- (4) 将来会购买的珠宝种类

#### 4.3 国内外珠宝行业电子商务发展现状

##### 4.3.1 国外珠宝电子商务发展借鉴

- (1) 国外珠宝电子商务发展历程
- (2) 国外珠宝电子商务代表企业
- (3) 国外珠宝电子商务发展经验

##### 4.3.2 中国珠宝电子商务发展分析

- (1) 中国珠宝电子商务发展历程
- (2) 中国珠宝电子商务发展规模
- (3) 中国珠宝电子商务发展特点
- (4) 中国珠宝电子商务市场竞争
- (5) 中国珠宝电子商务发展趋势
- (6) 珠宝电子商务面临的问题及对策



#### 4.4中国珠宝企业开展电子商务方式

##### 4.4.1建立综合性的珠宝“门户”网站

(1) 发展方式优点分析

(2) 发展方式典型代表

##### 4.4.2建立有经营特色或品牌珠宝的网站

(1) 无实体商店企业开展电子商务

(2) 大型珠宝企业开展电子商务

##### 4.4.3借助网上商场进行行销

(1) 发展方式优点分析

(2) 发展方式典型代表

#### 4.5珠宝电子商务三大成功模式研究

##### 4.5.1钻石小鸟“鼠标+水泥”模式

(1) “鼠标+水泥”模式简介

(2) “鼠标+水泥”模式优势

(3) “鼠标+水泥”模式运作

(4) “鼠标+水泥”模式成效

##### 4.5.2欧宝丽“F2C”珠宝电子商务新模式

(1) “F2C”模式简介

(2) “F2C”模式的优势

(3) “F2C”模式的运作

(4) “F2C”模式取得的成效

##### 4.5.3戴维尼创建BBC成功模式

(1) BBC模式简介

(2) BBC模式主要优势

(3) BBC模式取得的成效

#### 4.6珠宝企业电子商务模式运作建议

##### 4.6.1企业发展电子商务先决条件

(1) 有一定的品牌知名度

(2) 明确企业的市场定位

(3) 物流等后台系统有保证

(4) 有专业的人才团队负责

##### 4.6.2珠宝企业电子商务平台的搭建

(1) 企业内部的信息系统

(2) 电子商务基础平台

(3) 电子商务服务平台

#### 4.6.3 珠宝企业电子商务运作建议

### 第五章 珠宝行业营销战略要素与案例分析

#### 5.1 珠宝企业战略规划

##### 5.1.1 市场细分

(1) 市场细分的概念

(2) 市场细分的客观依据

(3) 市场细分的作用

(4) 市场细分的形式

(5) 市场细分的程序

##### 5.1.2 选择目标市场

(1) 目标市场的概念

(2) 选择目标市场的程序

(3) 目标市场选择的因素

##### 5.1.3 市场定位

(1) 市场定位的意义

(2) 市场定位的特点

(3) 市场定位的方法

(4) 市场定位的程序

#### 5.2 珠宝行业产品策略

##### 5.2.1 产品组合及组合策略

(1) 产品组合

(2) 产品组合策略

##### 5.2.2 产品市场生命周期

(1) 产品生命周期概念

(2) 生命周期各阶段营销策略

##### 5.2.3 产品品牌与品牌决策

(1) 品牌在内涵及作用

(2) 品牌决策

#### 5.2.4产品的包装策略

- (1) 包装及其作用
- (2) 产品包装策略

#### 5.3珠宝行业价格策略

##### 5.3.1影响珠宝定价因素

- (1) 内部因素
- (2) 外部因素

##### 5.3.2珠宝企业定价管理

##### 5.3.3企业定价目标及确定

- (2) 销量目标
- (3) 竞争目标

##### 5.3.4珠宝定价的主要方法

- (1) 成本导向定价法
- (2) 需求导向定价法
- (3) 竞争导向定价法

##### 5.3.5珠宝价格策略研究

- (1) 产品阶段定价策略
- (2) 折扣定价策略
- (3) 心理定价策略

#### 5.4珠宝行业分销渠道策略

##### 5.4.1分销渠道概念与特征

##### 5.4.2珠宝分销渠道模式

##### 5.4.3选择分销渠道的意义

##### 5.4.4珠宝分销渠道的类型

- (1) 直接渠道与间接渠道
- (2) 长渠道与短渠道
- (3) 宽渠道与窄渠道
- (4) 单渠道与多渠道

##### 5.4.5珠宝分销渠道策略

- (1) 分销渠道策略类型
- (2) 影响分销渠道策略的因素
- (3) 分销渠道决策的原则

## 5.5 珠宝行业促销策略

### 5.5.1 珠宝促销类型

- (1) 人员推销
- (2) 商业广告
- (3) 营业推广
- (4) 公共关系

### 5.5.2 珠宝促销组合及影响因素

- (1) 促销活动的目标
- (2) 珠宝企业的性质
- (3) 珠宝市场特性和商品特性
- (4) 目标市场环境
- (5) 产品市场生命周期
- (6) 推式和拉式策略
- (7) 促销预算

## 5.6 珠宝营销策略总结与案例

### 5.6.1 珠宝营销策略总结

### 5.6.2 珠宝营销典型案例

- (1) Tiffany
- (2) 周大福
- (3) 武汉金叶珠宝
- (4) 新金牌首饰

## 第六章 珠宝行业供应链管理与信息化

### 6.1 供应链管理概述

#### 6.1.1 供应链内涵与特征

#### 6.1.2 供应链管理的产生和发展

#### 6.1.3 供应链管理的内容与目标

### 6.2 珠宝行业供应链管理现状

#### 6.2.1 行业供应链管理现状

#### 6.2.2 潮宏基供应链管理研究

- (1) 供应链管理基本流程
- (2) 企业供应链管理分析

### (3) 供应链管理主要难题

## 6.3 珠宝行业供应链信息化现状

### 6.3.1 供应链信息化概述

### 6.3.2 行业特色及对信息化的影响

#### (1) 珠宝产品特点

#### (2) 珠宝BOM特点

#### (3) 珠宝生产管理及工序

#### (4) 珠宝批发销售特点

#### (5) 珠宝零售特点

### 6.3.3 信息化对珠宝企业管理的作用

#### (1) 对制造环节的管理改善

#### (2) 对零售环节的管理改善

#### (3) 协助经营分析和需求预测

### 6.3.4 国内外珠宝行业信息化现状

#### (1) 国外珠宝行业信息化现状

#### (2) 国内珠宝行业信息化现状

### 6.3.5 珠宝企业供应链信息化案例

#### (1) 公司供应链现状

#### (2) 公司供应链信息化

### 6.3.6 珠宝企业供应链管理信息化结论

## 第七章 珠宝行业发展前景与投资机会

### 7.1 珠宝行业发展前景预测

#### 7.1.1 居民消费升级带动珠宝需求

#### 7.1.2 我国人均珠宝消费水平低

#### 7.1.3 婚庆市场和旅游市场消费需求大

#### 7.1.4 贵金属投资性需求刺激珠宝消费

#### 7.1.5 珠宝行业政策支持力度加大

#### 7.1.6 二、三线城市珠宝需求潜力大

### 7.2 珠宝行业投资价值分析

#### 7.2.1 行业总体投资价值

#### 7.2.2 细分市场投资价值

(1) 黄金投资价值

(2) 铂金投资价值

(3) 白银投资价值

(4) 钻石投资价值

(5) 玉石投资价值

(6) 珍珠投资价值

(7) 翡翠投资价值

### 7.3 珠宝行业投资机会剖析

#### 7.3.1 珠宝行业投资机会

#### 7.3.2 珠宝行业投资特性

(1) 行业进入壁垒

(2) 行业盈利因素

#### 7.3.3 珠宝行业投资风险

(1) 政策风险

(2) 宏观经济波动风险

(3) 原材料价格波动风险

(4) 竞争风险

(5) 技术风险

#### 7.3.4 珠宝行业投资建议

### 7.4 珠宝行业融资渠道分析

#### 7.4.1 珠宝行业资金需求

#### 7.4.2 珠宝行业融资渠道

(1) 银行信贷

(2) IPO 融资

(3) PE/VC 融资

(4) 社会资本

#### 7.4.3 珠宝行业融资动向

部分图表目录：

图表 1 主要国家地区人均黄金首饰消费 单位：克

图表 2 中美人均黄金首饰、人均珠宝消费比较

图表 3 我国 TO3 珠宝企业市场集中度为 16.2%

图表 4 港澳地区TOP3珠宝企业市占率达36%

图表 5 2018-2022年我国珠宝所属行业总资产周转率

图表 6 2018-2022年我国珠宝所属行业净资产增长率

图表 7 消费者所在城市结构

图表 8 消费者网上购买珠宝总体情况

图表 9 选择在网上购买珠宝的原因

图表 10 消费者学历结构

图表 11 消费者在网上购买珠宝的种类

图表 12 网上购买珠宝的价格范围

图表 13 网上购买珠宝的次数

图表 14 购买过珠宝的网站

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0904/202307/17-532595.html>