

2024-2029年珠宝首饰行业全景调研与发展战略研究报告

报告简介

珠宝首饰及有关物品的制造是指以金、银、铂等贵金属及其合金以及钻石、宝石、玉石、翡翠、珍珠等为原料，经金属加工和连结组合、镶嵌等工艺加工制作各种图案的装饰品的制作活动。回顾我国珠宝首饰业的发展，大体经历了停滞、恢复、发展三个阶段。上世纪80年代以前我国珠宝首饰业始终处于停滞状态，之后经过近十年的恢复期，从1990年至2000年中国珠宝首饰业开始进入快速发展阶段。我国珠宝消费已经在国际上占据重要地位，市场的走向将直接影响国际市场的动向和价格。国际化趋势日益明显。一些重要的珠宝首饰产品的消费中国都居于前列。

我国是全球最重要的新兴珠宝首饰消费市场。其中，我国对黄金、铂金、玉石消费位列世界第一；钻石消费位列世界第二。此外，在我国，白银、水晶等时尚性装饰产品也大受青年消费者欢迎。国内珠宝首饰的生产方面，目前我国已形成包括深圳罗湖、广州番禺等在内的20个珠宝首饰特色产业基地。通过建立产业集群，使诸多相关企业通过资源共享降低全行业的成本，提高行业的运作效率。

目前中国的珠宝产业并不完善，市场复杂，问题也较突出。主要体现在：现阶段珠宝企业之间比拼的是材质而不是品牌，企业间的竞争渐成原材料的竞争，企业的利润增长受原材料市场影响非常大；珠宝设计、工艺价值等没有在产品上体现出来；高级珠宝消费重品牌但不重品质，更愿意选择国际奢侈品大牌，而中低档珠宝消费则相反，重材质不重品牌。这些都导致了国内很多珠宝企业在零售领域利润率波动较大。未来珠宝行业将会出现两极分化的发展格局，要么是一些小而精的企业在某个领域做到极致，要么是一些大而全的企业对行业进行有效整合。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国务院发展研究中心、中国人民银行、世界黄金协会、中国珠宝玉石首饰行业协会、中国质量检验协会、中华全国工商业联合会金银珠宝业商会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国珠宝首饰及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况发展趋势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我国珠宝首饰行业发展状况和特点，以及中国珠宝首饰行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的珠宝首饰发展态势作了详细分析，并对珠宝首饰行业进行了趋向研判，是珠宝首饰经营企业，加工，投资机构等单位准确了解目前珠宝首饰发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分行业环境分析

第一章 珠宝行业现状与趋势分析 1

第一节 珠宝行业概述 1

一、珠宝行业定义 1

二、珠宝行业分类	1
三、珠宝行业发展阶段	2
第二节 珠宝行业消费环境分析	3
一、奢侈品消费水平	3
二、珠宝消费心理变化	5
三、珠宝消费购买力水平	5
四、珠宝市场需求构成	5
五、主要珠宝消费情况	6
第三节 珠宝行业政策环境分析	7
一、促进消费政策	7
二、收入分配政策	7
三、奢侈品消费政策	8
四、珠宝行业税收政策	9
第四节 珠宝行业发展现状分析	10
一、珠宝行业产销规模	10
二、珠宝行业企业规模	11
三、珠宝行业经营效益	12
四、珠宝行业发展能力	13
五、珠宝产业集群分布	14
第五节 珠宝行业发展趋势分析	14
一、产业集群化趋势更明显	14
二、进入品牌化发展之路	14
三、向传播珠宝文化方向发展	15
四、产业国际化进程加速	15
第二部分 行业发展分析	

第二章 珠宝行业产业链整合与策略研究 17

第一节 珠宝行业产业链简介 17

一、行业产业链简介 17

二、成本、利润分摊 18

第二节 珠宝行业产业链价值分析 18

一、原料采购 18

1、原料对盈利的影响 18

2、珠宝原料采购模式 18

二、珠宝设计 19

三、珠宝加工 24

四、珠宝营销 24

五、售后服务 26

第三节 珠宝行业产业链整合趋势 27

一、行业主要盈利模式 27

二、产业链整合的优势 27

三、典型企业产业链整合 28

1、周大福 28

2、老凤祥 28

3、明牌珠宝 29

四、行业产业链整合趋势 29

第四节 珠宝行业产业链整合模式分析 30

一、产业链整合路径 30

二、产业链整合模式 30

第五节 珠宝行业产业链整合策略选择 31

- 一、产业链整合的机遇与风险 31
 - 1、产业链整合机遇 31
 - 2、产业链整合风险 32
- 二、产业链整合的策略选择 32
- 第三章 珠宝行业竞争进入商业模式时代 34
 - 第一节 珠宝行业竞争强度分析 34
 - 一、行业内竞争分析 34
 - 二、珠宝首饰行业对上游议价能力 34
 - 三、珠宝首饰行业对购买者议价能力分析 34
 - 四、行业新进入者威胁分析 34
 - 五、行业替代品威胁分析 35
 - 第二节 珠宝行业品牌竞争格局 35
 - 一、行业市场品牌格局 35
 - 二、国外品牌企业在华竞争 36
 - 1、卡地亚(Cartier) 36
 - 2、蒂芙尼(Tiffany) 36
 - 3、梵克雅宝(VanCleefArpels) 36
 - 4、宝格丽(Bulgari) 37
 - 5、劳伦斯珠宝(Lorenzo) 37
 - 三、港资品牌企业在华竞争 38
 - 1、周大福(ChowTaiFook) 38
 - 2、周生生(ChowSangSang) 38
 - 3、谢瑞麟(TSL) 39
 - 4、六福珠宝(lukfook) 39

5、周大生(CHOWTAISENG)	39
四、国内外品牌营销能力比较	39
第三节 珠宝行业销售渠道竞争	41
一、销售渠道的重要性	41
二、主要销售模式比较	41
1、盈利能力	41
2、品牌推广	42
三、上市公司销售模式	42
1、老凤祥	42
2、潮宏基	43
五、渠道拓展成为当前竞争核心	43
第四节 珠宝行业商业模式之争	44
一、行业主要企业类型	44
二、传统珠宝加工企业转型	44
三、传统珠宝品牌企业转型	48
四、珠宝行业商业模式之争	50
五、珠宝行业渠道整合策略	54
第五节 珠宝行业竞争焦点及趋势	56
一、产品设计	56
二、品牌建设	56
三、电子商务	57
第四章 我国珠宝行业整体运行指标分析	58
第一节 2019-2023年中国珠宝行业总体规模分析	58
一、企业数量结构分析	58

二、人员规模状况分析	60
三、行业资产规模分析	60
四、行业市场规模分析	61
第二节 2019-2023年中国珠宝行业财务指标总体分析	62
一、行业盈利能力分析	62
1、我国珠宝行业销售利润率	62
2、我国珠宝行业亏损面	63
二、行业偿债能力分析	63
1、我国珠宝行业资产负债比率	63
2、我国珠宝行业流动比率	64
三、行业营运能力分析	64
1、我国珠宝行业应收帐款周转率	64
2、我国珠宝行业总资产周转率	65
四、行业发展能力分析	65
1、我国珠宝行业总资产增长率	65
2、我国珠宝行业主营业务收入增长率	66
第五章 珠宝行业电子商务发展现状与策略	67
第一节 中国珠宝行业电子商务发展背景	67
一、珠宝电子商务内涵及特点	67
二、珠宝行业发展电子商务背景	67
三、珠宝企业发展电子商务优势	71
四、珠宝企业发展电子商务动机	72
第二节 消费者网上购买珠宝行为研究	74
一、中国珠宝首饰消费行为分析	74

- 1、珠宝首饰消费心理特征分析 74
- 2、中国珠宝首饰消费是文化的消费 77
- 3、中国珠宝首饰消费市场发生重大转变 78
- 4、中国珠宝首饰消费观念的转变 79
- 二、珠宝消费者市场特点分析 81
 - 1、从消费水平上来看 81
 - 2、从顾客构成来看 82
 - 3、从交易的规模和方式来看 83
 - 4、从购买行为来看 84
 - 5、从购买目的来看 84
 - 6、从购买行为主体来看 85
- 第三节 国内外珠宝行业电子商务发展现状 86
 - 一、国外珠宝电子商务发展借鉴 86
 - 1、国外珠宝电子商务发展历程 86
 - 2、国外珠宝电子商务发展经验 87
 - 二、中国珠宝电子商务发展分析 87
 - 1、中国珠宝电子商务发展历程 87
 - 2、中国珠宝电子商务发展分析 88
 - 3、中国珠宝电子商务发展特点 90
 - 4、中国珠宝电子商务市场竞争 91
 - 5、中国珠宝电子商务发展趋势 91
- 第四节 中国珠宝企业开展电子商务方式 92
 - 一、建立综合性的珠宝“门户”网站 92
 - 二、建立有经营特色或品牌珠宝的网站 93

- 三、借助网上商场进行行销 93
- 第五节 珠宝电子商务三大成功模式研究 94
 - 一、钻石小鸟：“鼠标+水泥”模式 94
 - 二、欧宝丽：“F2C”珠宝电子商务新模式 98
 - 三、戴维尼：创建BBC成功模式 99
- 第六节 珠宝企业电子商务模式运作建议 100
 - 一、企业发展电子商务先决条件 100
 - 二、珠宝企业电子商务平台的搭建 100
 - 1、企业内部的信息系统 100
 - 2、电子商务基础平台 101
 - 3、电子商务服务平台 101
 - 三、珠宝企业电子商务运作建议 102
- 第六章 珠宝行业营销战略要素与案例分析 104
 - 第一节 珠宝企业战略规划 104
 - 一、市场细分 104
 - 1、市场细分的概念 104
 - 2、市场细分的客观依据 105
 - 3、市场细分的作用 106
 - 4、市场细分的形式 107
 - 5、市场细分的程序 113
 - 二、选择目标市场 114
 - 1、目标市场的概念 114
 - 2、选择目标市场的程序 115
 - 3、目标市场选择的因素 117

- 三、市场定位 118
 - 1、市场定位的意义 118
 - 2、市场定位的特点 119
 - 3、市场定位的方法 119
- 第二节 珠宝行业产品策略 121
 - 一、产品组合及组合策略 121
 - 1、产品组合 121
 - 2、产品组合策略 121
 - 二、产品市场生命周期 122
 - 1、产品生命周期概念 122
 - 2、生命周期各阶段营销策略 123
 - 三、产品的包装策略 127
 - 1、包装及其作用 127
 - 2、产品包装策略 127
- 第三节 珠宝行业价格策略 129
 - 一、影响珠宝定价因素 129
 - 1、内部因素 129
 - 2、外部因素 131
 - 二、珠宝企业定价管理 133
 - 三、企业定价目标及确定 134
 - 1、利润目标 134
 - 2、销量目标 135
 - 3.竞争目标 135
 - 四、珠宝定价的主要方法 136

- 1、成本导向定价法 136
- 2、需求导向定价法 138
- 3、竞争导向定价法 139
- 五、珠宝价格策略研究 141
 - 1、产品阶段定价策略 141
 - 2、折扣定价策略 142
 - 3、心理定价策略 144
- 第四节 珠宝行业分销渠道策略 146
 - 一、分销渠道概念与特征 146
 - 二、珠宝分销渠道模式 147
 - 三、选择分销渠道的意义 147
 - 四、珠宝分销渠道的类型 149
 - 1、直接渠道与间接渠道 149
 - 2、长渠道与短渠道 149
 - 3、宽渠道与窄渠道 150
 - 4、单渠道与多渠道 151
 - 五、珠宝分销渠道策略 151
 - 1、分销渠道策略类型 151
 - 2、影响分销渠道策略的因素 152
 - 3、分销渠道决策的原则 153
- 第五节 珠宝行业促销策略 153
 - 一、珠宝促销类型 153
 - 1、人员推销 153
 - 2、商业广告 153

- 3、营业推广 154
- 二、珠宝促销组合及影响因素 155
 - 1、促销活动的目标 155
 - 2、珠宝企业的性质 155
 - 3、珠宝市场特性和商品特性 155
 - 4、目标市场环境 156
 - 5、产品市场生命周期 156
 - 6、推式和拉式策略 156
 - 7、促销预算 157
- 第六节 珠宝营销策略总结与案例 157
 - 一、珠宝营销策略总结 157
 - 1、以优秀的质量取胜 157
 - 2、以更多的价格折扣取胜 158
 - 3、以强势品牌取胜 158
 - 4、以广泛的分销渠道取胜 158
 - 5、以优质的服务取胜 159
 - 二、珠宝营销典型案例 159
 - 1、Tiffany 159
 - 2、周大福 161
 - 3、武汉金叶珠宝 164
 - 4、新金牌首饰 166
- 第七章 珠宝行业供应链管理与信息化 168
 - 第一节 供应链管理概述 168
 - 一、供应链内涵与特征 168

- 二、供应链管理的产生和发展 169
 - 1、供应链管理的产生 169
 - 2、供应链管理的发展阶段 170
- 三、供应链管理的内容与目标 172
- 第二节 珠宝行业供应链管理现状 175
 - 一、行业供应链管理现状 175
 - 1、专业市场的配套设施落后 175
 - 2、技术水平高的龙头企业少 176
 - 3、服务模式针对性不强 176
 - 二、潮宏基供应链管理研究 177
 - 1、供应链管理基本流程 177
 - 2、企业供应链管理分析 177
 - 3、供应链管理主要难题 180
- 第三节 珠宝行业供应链信息化现状 181
 - 一、供应链信息化概述 181
 - 二、行业特色及对信息化的影响 182
 - 1、珠宝产品特点 182
 - 2、珠宝BOM特点 182
 - 3、珠宝生产管理及工序 183
 - 4、珠宝批发销售特点 184
 - 5、珠宝零售特点 184
 - 三、信息化对珠宝企业管理的作用 185
 - 1、对制造环节的管理改善 185
 - 2、对零售环节的管理改善 185

- 3、协助经营分析和需求预测 186
- 四、国内外珠宝行业信息化现状 187
 - 1、国外珠宝行业信息化现状 187
 - 2、国内珠宝行业信息化现状 192
- 五、珠宝企业供应链信息化案例 197
 - 1、公司供应链现状 197
 - 2、公司供应链信息化 198
- 六、珠宝企业供应链管理信息化结论 198
- 第三部分 行业竞争格局
- 第八章 珠宝产业集群发展及区域市场分析 199
 - 第一节 中国珠宝产业集群发展特色分析 199
 - 一、长江三角洲珠宝产业发展特色分析 199
 - 二、珠江三角洲珠宝产业发展特色分析 199
 - 三、环渤海地区珠宝产业发展特色分析 200
 - 四、闽南地区珠宝产业发展特色分析 200
 - 第二节 珠宝重点区域市场分析预测 201
 - 一、行业总体区域结构特征及变化 201
 - 1、区域结构总体特征 201
 - 2、行业区域集中度分析 201
 - 3、行业规模指标区域分布分析 202
 - 4、行业效益指标区域分布分析 202
 - 5、行业企业数的区域分布分析 203
 - 二、珠宝重点区域市场分析 203
 - 1、江苏 203

2、浙江	206
3、上海	210
4、福建	216
5、广东	219
第九章 2024-2029年珠宝行业领先企业经营形势分析	224
第一节 周生生集团国际有限公司	224
一、企业发展情况简介	224
二、企业发展历程	224
三、企业品牌定位	226
四、企业品牌营销	227
五、企业经营分析	228
六、企业渠道策略	229
七、企业战略目标	230
第二节 周大福珠宝集团有限公司	232
一、企业发展简况分析	232
二、企业主营产品分析	232
三、企业经营状况分析	233
四、企业经营策略分析	235
五、企业销售网络分析	235
六、企业经营优劣势分析	235
七、企业最新动态分析	235
八、企业品牌战略分析	236
第三节 六福集团(国际)有限公司	236
一、企业发展简况分析	236

二、企业主营产品分析 237

三、企业经营状况分析 237

四、企业发展方向分析 239

五、企业品牌优势分析 240

六、企业最新动态分析 240

七、企业品牌战略分析 241

第四节 老凤祥股份有限公司 243

一、企业发展简况分析 243

二、企业主要产品分析 244

三、企业产销能力分析 244

四、企业产品结构分析 249

五、企业销售渠道分析 249

六、企业经营优劣势分析 249

七、企业最新发展动向 251

八、企业品牌战略分析 252

第五节 东方金钰股份有限公司 252

一、企业发展情况简介 252

二、企业发展历程 252

三、企业品牌定位 253

四、企业品牌营销 253

五、企业产品策略 253

六、企业经营分析 254

七、企业战略目标 256

第六节 北京珂兰信钻网络科技有限公司 258

一、企业发展情况简介 258

二、企业品牌定位 258

三、企业品牌营销 258

四、企业产品策略 259

五、企业渠道策略 259

五、企业战略目标 260

第七节 戴维尼(中国)有限公司 260

一、企业发展情况简介 260

二、企业发展历程 261

三、企业品牌定位 262

四、企业品牌营销 262

五、企业产品策略 263

六、企业渠道策略 263

七、企业发展优势 263

第八节 深圳市欧宝丽珠宝有限公司 264

一、企业发展情况简介 264

二、企业发展历程 264

三、企业品牌定位 264

四、企业品牌营销 265

五、企业产品策略 265

六、企业渠道策略 265

七、企业战略目标 266

第九节 上海溯天珠宝贸易有限公司 266

一、企业发展情况简介 266

二、企业品牌定位 266

三、企业品牌营销 266

四、企业产品策略 266

第十节 广东潮宏基实业股份有限公司 267

一、企业发展简况分析 267

二、企业主营产品分析 267

三、企业经济指标分析 268

四、企业珠宝设计分析 275

五、企业营销策略分析 276

六、企业品牌优势分析 276

七、企业最新动态分析 276

八、企业品牌战略分析 277

第四部分 行业前景分析

第十章 珠宝行业发展前景与投资机会 278

第一节 珠宝行业发展前景预测 278

一、居民消费升级带动珠宝需求 278

1、居民收入情况 278

2、奢侈品消费情况 279

二、我国人均珠宝消费水平低 279

三、婚庆市场和旅游市场消费需求大 280

1、婚庆构成珠宝首饰刚性需求，未来具有广阔发展空间 280

2、旅游行业是我国消费升级产业亮点，带动国内珠宝消费需求 280

四、贵金属投资性需求刺激珠宝消费 281

五、珠宝行业政策支持力度加大 281

六、二、三线城市珠宝需求潜力大 281

第二节 珠宝行业投资价值分析 282

一、行业总体投资价值 282

二、细分市场投资价值 283

1、黄金投资价值 283

2、铂金投资价值 283

3、白银投资价值 284

4、钻石投资价值 284

5、玉石投资价值 285

6、珍珠投资价值 285

7、翡翠投资价值 287

第三节 珠宝行业投资机会剖析 288

一、珠宝行业投资机会 288

二、珠宝行业投资特性 290

1、行业进入壁垒 290

2、行业盈利因素 291

三、珠宝行业投资风险 291

1、政策风险 291

2、宏观经济波动风险 292

3、原材料价格波动风险 293

4、竞争风险 293

5、技术风险 294

四、珠宝行业投资建议 294

第四节 珠宝行业融资渠道分析 295

- 一、珠宝行业资金需求 295
- 二、珠宝行业融资渠道 295
 - 1、银行信贷 295
 - 2、IPO融资 296
 - 3、社会资本 298
- 三、珠宝行业融资动向 299
- 第十一章 2024-2029年珠宝行业投资价值评估分析 302
 - 第一节 2024-2029年珠宝行业发展的影响因素 302
 - 一、有利因素 302
 - 二、不利因素 303
 - 第二节 2024-2029年珠宝行业投资价值评估分析 304
 - 一、行业投资效益分析 304
 - 二、产业发展的空白点分析 304
 - 三、投资回报率比较高的投资方向 305
 - 四、新进入者应注意的障碍因素 305
- 第十二章 2024-2029年珠宝行业面临的困境及对策 306
 - 第一节 2019-2023年珠宝行业面临的困境 306
 - 第二节 珠宝企业面临的困境及对策 307
 - 一、重点珠宝企业面临的困境及对策 307
 - 1、重点珠宝企业面临的困境 307
 - 2、重点珠宝企业对策探讨 307
 - 二、中小珠宝企业发展困境及策略分析 307
 - 1、中小珠宝企业面临的困境 307
 - 2、中小珠宝企业对策探讨 308

- 三、国内珠宝企业的出路分析 309
- 第三节 中国珠宝行业存在的问题及对策 310
 - 一、中国珠宝行业存在的问题 310
 - 二、珠宝行业发展的建议对策 312
 - 1、把握国家投资的契机 312
 - 2、竞争性战略联盟的实施 312
 - 3、企业自身应对策略 313
 - 三、市场的重点客户战略实施 314
 - 1、实施重点客户战略的必要性 314
 - 2、合理确立重点客户 314
 - 3、重点客户战略管理 315
 - 4、重点客户管理功能 315
- 第四节 中国珠宝市场发展面临的挑战与对策 315
- 第十三章 珠宝行业发展战略研究 319
 - 第一节 珠宝行业发展战略研究 319
 - 一、战略综合规划 319
 - 二、技术开发战略 319
 - 三、业务组合战略 320
 - 四、区域战略规划 321
 - 五、产业战略规划 322
 - 六、营销品牌战略 323
 - 七、竞争战略规划 324
 - 第二节 对我国珠宝品牌的战略思考 325
 - 一、珠宝首饰品牌的重要性 325

二、珠宝首饰实施品牌战略的意义	325
三、珠宝首饰企业品牌的现状分析	327
四、我国珠宝首饰企业的品牌战略	328
五、珠宝首饰品牌战略管理的策略	331
第三节 珠宝经营策略分析	332
一、珠宝市场细分策略	332
二、珠宝市场创新策略	333
三、品牌定位与品类规划	335
四、珠宝新产品差异化战略	337
第四节 珠宝行业投资战略研究	337
一、2019-2023年珠宝行业投资战略	337
二、2024-2029年珠宝行业投资战略	338
三、2024-2029年细分行业投资战略	339
第十四章 研究结论及投资建议	341
第一节 珠宝行业研究结论及建议	341
第二节 珠宝子行业研究结论及建议	342
第三节 中道泰和珠宝行业投资建议	342
一、行业发展策略建议	342
二、行业投资方向建议	346
三、行业投资方式建议	347
图表目录	
图表：珠宝首饰产品分类	2
图表：2024-2029年珠宝首饰销售收入预测	10
图表：2019-2023年我国十大(珠宝店)珠宝品牌TOP10排行榜	11

- 图表：2019-2023年珠宝首饰行业营业利润率 12
- 图表：2019-2023年珠宝首饰行业营业净资产收益率 13
- 图表：珠宝首饰行业产业链 17
- 图表：我国珠宝企业竞争分析 34
- 图表：不同性质珠宝首饰企业销售收入占比 44
- 图表：2019-2023年我国珠宝首饰行业企业数量分析 58
- 图表：2019-2023年我国黄金首饰企业排名 59
- 图表：2019-2023年我国钻石首饰企业排名 59
- 图表：2019-2023年我国翡翠首饰企业排名 60
- 图表：2019-2023年我国珠宝首饰行业资产规模分析 60
- 图表：2019-2023年我国珠宝首饰行业市场规模分析 61
- 图表：我国珠宝行业销售利润率 62
- 图表：我国珠宝行业亏损面分析 63
- 图表：我国珠宝行业资产负债比率 63
- 图表：我国珠宝行业流动比率 64
- 图表：我国珠宝行业应收帐款周转率 64
- 图表：我国珠宝行业总资产周转率 65
- 图表：我国珠宝行业总资产增长率 65
- 图表：我国珠宝行业主营业务收入增长率 66
- 图表：2019-2023年全国居民人均可支配收入 82
- 图表：2019-2023年珠宝首饰交易方式结构 83
- 图表：消费者对珠宝首饰的选择分析 84
- 图表：2019-2023年中国每年新婚夫妇数量统计 84
- 图表：珠宝企业介入供应链金融模式分类 174

- 图表：珠宝行业供应链金融潜在规模测算(账期测算) 175
- 图表：潮宏基供应链流程 177
- 图表：潮宏基珠宝供应链生产计划 177
- 图表：潮宏基珠宝供应链下单方式 178
- 图表：潮宏基珠宝供应链调单周期 178
- 图表：潮宏基珠宝供应链配送管理 179
- 图表：潮宏基珠宝供应链配送管理 179
- 图表：潮宏基珠宝供应链仓储流程 180
- 图表：我国各个区域珠宝首饰市场规模 202
- 图表：2019-2023年我国珠宝首饰工艺品销售收入占比 202
- 图表：2019-2023年我国部分 珠宝首饰工艺品经销企业数量 203
- 图表：周生生集团国际有限公司重要财政指标 228
- 图表：周生生集团国际有限公司资产负债 228
- 图表：周生生集团国际有限公司利润 229
- 图表：周生生集团国际有限公司现金流量 229
- 图表：2019-2023年12月周大福珠宝金行有限公司主要财务指标 233
- 图表：2019-2023年3月周大福珠宝金行有限公司资产负债 233
- 图表：2019-2023年3月周大福珠宝金行有限公司资产负债 234
- 图表：2019-2023年3月周大福珠宝金行有限公司现金流量 234
- 图表：周生生集团国际有限公司重要财政指标 237
- 图表：周生生集团国际有限公司资产负债 237
- 图表：周生生集团国际有限公司利润 238
- 图表：周生生集团国际有限公司现金流量 238
- 图表：上海老凤祥有限公司主营构成 244

- 图表：上海老凤祥有限公司资产负债 245
- 图表：上海老凤祥有限公司利润表 246
- 图表：上海老凤祥有限公司现金流量 247
- 图表：2019-2023年6月东方金钰股份有限公司主营构成 254
- 图表：2019-2023年9月东方金钰股份有限公司不同指标 255
- 图表：2019-2023年9月东方金钰股份有限公司资产负债 255
- 图表：2019-2023年9月东方金钰股份有限公司利润 255
- 图表：2019-2023年9月东方金钰股份有限公司现金流量 256
- 图表：2019-2023年6月广东潮宏基实业股份有限公司主营构成 268
- 图表：2019-2023年6月广东潮宏基实业股份有限公司成长能力 269
- 图表：2019-2023年6月广东潮宏基实业股份有限公司资产负债 270
- 图表：2019-2023年6月广东潮宏基实业股份有限公司利润 271
- 图表：2019-2023年6月广东潮宏基实业股份有限公司现金流量 272
- 图表：人均黄金消费额 279
- 图表：2019-2023年珠宝首饰行业营业利润率预测 304
- 图表：2019-2023年珠宝首饰行业销售毛利率预测 304
- 图表：四种基本的品牌战略 331
- 图表：品牌类别竞争力分析 335
- 图表：已开展的黄金银行业务模式 336

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170117/10614.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)