

2026-2031年中国珠宝行业发展全景调研与投资趋势预测研究报告

报告简介

由于历史原因，我国珠宝首饰行业发展较晚，起步于20世纪80年代初。珠宝首饰行业的发展速度与国民经济发展速度呈现同方向发展，近年来，得益于国民经济的飞速发展和居民可支配收入的提高，我国珠宝首饰行业呈现了高速发展的态势。

随着人们消费能力增强和消费心理日渐成熟，珠宝首饰的消费需求正朝着多样化、个性化的方向发展。另一方面，行业内部竞争日益激烈，单纯的数量增长所带来的利润空间正在逐渐缩小。因此，通过深度挖掘特定群体的消费偏好，专注于某一细分领域，已成为珠宝商顺应市场新形势的必然选择。在市场细分的背景下，国内众多珠宝商采取了差异化的竞争策略，将其划分为几种比较主流的类型：高端奢侈品牌商(代表企业：Tiffany)，黄金加工批发商(代表企业：老凤祥)，珠宝连锁零售商(代表企业：周生生)。

2014-

2019年，我国珠宝消费额逐年增长，2019年达到7503亿元，同比增长7.37%。2019年我国珠宝销售单价为1119.85件/元。近年来随着我国社交媒体和内容电商的快速发展，KOL种草、直播带货等新模式的兴起，线上珠宝销售规模逐渐扩大，线上销售占比由2014年的2.6%增长至2019年的7.2%。在珠宝各类产品消费中，戒指仍然占据主要市场份额，2019年约为40%。其次是项链，销售占比达到32%。服饰、耳饰销售占比分别为12%和10%。2020年，受疫情影响，我国珠宝首饰市场增速转负为正，市场规模为6154亿元。2020年，我国时尚珠宝的市场规模为5185.67亿元，同比下降13.97%，精细珠宝的市场规模为968.33亿元，同比下降7.36%。2020年，我国时尚珠宝的市场规模为5185.67亿元，同比下降13.97%，精细珠宝的市场规模为968.33亿元，同比下降7.36%。

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、国家工信部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国珠宝玉石首饰行业协会、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，对我国珠宝及各子行

业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新成果与技术等进行了分析，并重点分析了我国珠宝行业发展状况和特点，以及中国珠宝行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的珠宝行业发展态势作了详细分析，并对珠宝行业进行了趋向研判，是珠宝开发、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前珠宝业发展动态，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 产业环境透视

第一章 珠宝行业现状与趋势分析

第一节 珠宝行业概述

一、珠宝行业定义

二、珠宝行业分类

三、珠宝行业发展阶段

第二节 珠宝行业消费环境分析

一、奢侈品消费水平

二、珠宝消费心理变化

三、珠宝消费购买力水平

四、珠宝市场需求构成

五、主要珠宝消费情况

第三节 珠宝行业政策环境分析

一、促进消费政策

二、收入分配政策

三、奢侈品消费政策

四、珠宝行业税收政策

第四节 珠宝行业发展现状分析

一、珠宝行业产销规模

二、珠宝行业企业规模

三、珠宝行业经营效益

四、珠宝行业发展能力

五、珠宝产业集群分布

第五节 珠宝行业发展趋势分析

一、产业集群化趋势更明显

二、进入品牌化发展之路

三、向传播珠宝文化方向发展

四、产业国际化进程加速

第二章 珠宝行业产业链整合与策略研究

第一节 珠宝行业产业链简介

一、行业产业链简介

二、成本、利润分摊

第二节 珠宝行业产业链价值分析

一、原料采购

1、原料对盈利的影响

2、珠宝原料采购模式

二、珠宝设计

1、珠宝设计增值能力

2、国内珠宝设计水平

三、珠宝加工

四、珠宝营销

1、珠宝营销增值能力

2、珠宝行业营销现状

五、售后服务

1、售后服务增值能力

2、珠宝售后服务现状

第三节 珠宝行业产业链整合趋势

一、行业主要盈利模式

二、产业链整合的优势

三、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

四、行业产业链整合趋势

第四节 珠宝行业产业链整合模式分析

一、产业链整合路径

二、产业链整合模式

第五节 珠宝行业产业链整合策略选择

一、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

二、产业链整合的策略选择

1、珠宝加工企业

第二部分 行业深度分析

第三章 珠宝行业竞争进入商业模式时代

第一节 珠宝行业竞争强度分析

一、行业内竞争分析

二、珠宝首饰行业对上游议价能力

三、珠宝首饰行业对购买者议价能力分析

四、行业新进入者威胁分析

五、行业替代品威胁分析

六、竞争情况总结

第二节 珠宝行业品牌竞争格局

一、行业市场品牌格局

二、国外品牌企业在华竞争

1、卡地亚(Cartier)

2、蒂芙尼(Tiffany)

3、梵克雅宝(VanCleefArpels)

4、宝格丽(Bulgari)

5、田崎真珠(TASAKI)

6、吉母皮亚(GEMOPIA)

7、劳伦斯珠宝(Lorenzo)

8、阿塔赛(ATASAY)

三、港资品牌企业在华竞争

1、周大福(Chow Tai Fook)

2、周生生(Chow Sang Sang)

3、谢瑞麟(TSL)

4、六福珠宝(lukfook)

5、周大生(CHOW TAI SENG)

四、国内外品牌营销能力比较

第三节 珠宝行业销售渠道竞争

一、销售渠道的重要性

二、行业主要销售模式

三、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

四、上市公司销售模式

1、老凤祥

2、潮宏基

五、渠道拓展成为当前竞争核心

第四节 珠宝行业商业模式之争

一、行业主要企业类型

二、传统珠宝加工企业转型

三、传统珠宝品牌企业转型

四、珠宝行业商业模式之争

五、珠宝行业渠道整合策略

1、刚泰收购珂兰珠宝

2、珂兰借此上市，刚泰切入电商渠道

3、渠道整合的作用

第五节 珠宝行业竞争焦点及趋势

一、产业链整合

二、产品设计

三、品牌建设

四、电子商务

第四章 我国珠宝行业整体运行指标分析

第一节 2021-2026年中国珠宝行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第二节 2021-2026年中国珠宝行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

1、我国珠宝行业销售利润率

2、我国珠宝行业成本费用利润率

3、我国珠宝行业亏损面

二、行业偿债能力分析

1、我国珠宝行业资产负债比率

2、我国珠宝行业利息保障倍数

三、行业营运能力分析

1、我国珠宝行业应收帐款周转率

2、我国珠宝行业总资产周转率

3、我国珠宝行业流动资产周转率

四、行业发展能力分析

1、我国珠宝行业总资产增长率

2、我国珠宝行业利润总额增长率

3、我国珠宝行业主营业务收入增长率

4、我国珠宝行业资本保值增值率

第三部分 市场全景调研

第五章 珠宝行业电子商务发展现状与策略

第一节 中国珠宝行业电子商务发展背景

一、珠宝电子商务内涵及特点

二、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

三、珠宝企业发展电子商务优势

四、珠宝企业发展电子商务动机

第二节 消费者网上购买珠宝行为研究

一、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
- ###### 二、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

三、对珠宝电子商务的营销启示

第三节 国内外珠宝行业电子商务发展现状

一、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

二、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

第四节 中国珠宝企业开展电子商务方式

一、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

二、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

三、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

第五节 珠宝电子商务三大成功模式研究

一、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

二、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

三、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

第六节 珠宝企业电子商务模式运作建议

一、企业发展电子商务先决条件

二、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

三、珠宝企业电子商务运作建议

第六章 珠宝行业营销战略要素与案例分析

第一节 珠宝企业战略规划

一、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

二、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

三、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

第二节 珠宝行业产品策略

一、产品组合及组合策略

1、产品组合

2、产品组合策略

二、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

三、产品品牌与品牌决策

1、品牌在内涵及作用

2、品牌决策

四、产品的包装策略

1、包装及其作用

2、产品包装策略

第三节 珠宝行业价格策略

一、影响珠宝定价因素

1、内部因素

2、外部因素

二、珠宝企业定价管理

三、企业定价目标及确定

1、利润目标

2、销量目标

3、竞争目标

四、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

五、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

第四节 珠宝行业分销渠道策略

一、分销渠道概念与特征

二、珠宝分销渠道模式

三、选择分销渠道的意义

四、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

五、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

第五节 珠宝行业促销策略

一、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

二、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

第六节 珠宝营销策略总结与案例

一、珠宝营销策略总结

1、以优秀的质量取胜

2、以较低的价格取胜

3、以更多的价格折扣取胜

4、以强势品牌取胜

5、以广泛的分销渠道取胜

6、以优质的服务取胜

二、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

第七章 珠宝行业供应链管理与信息化

第一节 供应链管理概述

一、供应链内涵与特征

二、供应链管理的产生和发展

1、供应链管理的产生

2、供应链管理的发展阶段

三、供应链管理的内容与目标

1、供应链管理的内容

2、供应链管理的目标

第二节 珠宝行业供应链管理现状

一、行业供应链管理现状

1、专业市场的配套设施落后

2、技术水平高的龙头企业少

3、服务模式针对性不强

二、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

第三节 珠宝行业供应链信息化现状

一、供应链信息化概述

二、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

三、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

四、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

五、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

六、珠宝企业供应链管理信息化结论

第四部分 竞争格局分析

第八章 珠宝产业集群发展及区域市场分析

第一节 中国珠宝产业集群发展特色分析

一、长江三角洲珠宝产业发展特色分析

二、珠江三角洲珠宝产业发展特色分析

三、环渤海地区珠宝产业发展特色分析

四、闽南地区珠宝产业发展特色分析

第二节 珠宝重点区域市场分析预测

一、行业总体区域结构特征及变化

- 1、区域结构总体特征
- 2、行业区域集中度分析
- 3、行业区域分布特点分析
- 4、行业规模指标区域分布分析
- 5、行业效益指标区域分布分析
- 6、行业企业数的区域分布分析

二、珠宝重点区域市场分析

- 1、江苏
- 2、浙江
- 3、上海
- 4、福建
- 5、广东

第九章 2026-2031年珠宝行业领先企业经营形势分析

第一节 周生生集团国际有限公司

- 一、企业发展情况简介
- 二、企业发展历程
- 三、企业品牌定位
- 四、企业品牌营销
- 五、企业产品策略

六、企业渠道策略

七、企业战略目标

第二节 周大福珠宝集团有限公司

一、企业发展情况简介

二、企业发展历程

三、企业品牌定位

四、企业品牌营销

五、企业产品策略

六、企业渠道策略

七、企业战略目标

第三节 六福集团(国际)有限公司

一、企业发展情况简介

二、企业发展历程

三、企业品牌定位

四、企业品牌营销

五、企业产品策略

六、企业渠道策略

七、企业战略目标

第四节 老凤祥股份有限公司

一、企业发展情况简介

二、企业发展历程

三、企业品牌定位

四、企业品牌营销

五、企业产品策略

六、企业渠道策略

七、企业战略目标

第五节 上海九钻电子商务有限公司

一、企业发展情况简介

二、企业发展历程

三、企业品牌定位

四、企业品牌营销

五、企业产品策略

六、企业渠道策略

七、企业战略目标

第六节 北京珂兰信钻网络科技有限公司

一、企业发展情况简介

二、企业发展历程

三、企业品牌定位

四、企业品牌营销

五、企业产品策略

六、企业渠道策略

七、企业战略目标

第七节 戴维尼(中国)有限公司

一、企业发展情况简介

二、企业发展历程

三、企业品牌定位

四、企业品牌营销

五、企业产品策略

六、企业渠道策略

七、企业战略目标

第八节 深圳市欧宝丽珠宝有限公司

一、企业发展情况简介

二、企业发展历程

三、企业品牌定位

四、企业品牌营销

五、企业产品策略

六、企业渠道策略

七、企业战略目标

第九节 上海溯天珠宝贸易有限公司

一、企业发展情况简介

二、企业发展历程

三、企业品牌定位

四、企业品牌营销

五、企业产品策略

六、企业渠道策略

七、企业战略目标

第十节 广东潮宏基实业股份有限公司

一、企业发展情况简介

二、企业发展历程

三、企业品牌定位

四、企业品牌营销

五、企业产品策略

六、企业渠道策略

七、企业战略目标

第五部分 发展前景展望

第十章 珠宝行业发展前景与投资机会

第一节 珠宝行业发展前景预测

一、居民消费升级带动珠宝需求

1、居民收入情况

2、奢侈品消费情况

二、我国人均珠宝消费水平低

三、婚庆市场和旅游市场消费需求大

1、婚庆构成珠宝首饰刚性需求，未来具有广阔发展空间

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

四、贵金属投资性需求刺激珠宝消费

五、珠宝行业政策支持力度加大

六、二、三线城市珠宝需求潜力大

第二节 珠宝行业投资价值分析

一、行业总体投资价值

二、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

第三节 珠宝行业投资机会剖析

一、珠宝行业投资机会

二、珠宝行业投资特性

1、行业进入壁垒

2、行业盈利因素

三、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

四、珠宝行业投资建议

第四节 珠宝行业融资渠道分析

一、珠宝行业资金需求

二、珠宝行业融资渠道

1、银行信贷

2、IPO融资

3、社会资本

三、珠宝行业融资动向

第十一章 2026-2031年珠宝行业投资价值评估分析

第一节 珠宝行业投资特性分析

一、珠宝行业进入壁垒分析

二、珠宝行业盈利因素分析

三、珠宝行业盈利模式分析

第二节 2026-2031年珠宝行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第三节 2026-2031年珠宝行业投资价值评估分析

一、行业投资效益分析

1、行业活力系数比较及分析

2、行业投资收益率比较及分析

3、行业投资效益评估

二、产业发展的空白点分析

三、投资回报率比较高的投资方向

四、新进入者应注意的障碍因素

第六部分 发展战略研究

第十二章 2026-2031年珠宝行业面临的困境及对策

第一节 2021-2026年珠宝行业面临的困境

第二节 珠宝企业面临的困境及对策

一、重点珠宝企业面临的困境及对策

1、重点珠宝企业面临的困境

2、重点珠宝企业对策探讨

二、中小珠宝企业发展困境及策略分析

1、中小珠宝企业面临的困境

2、中小珠宝企业对策探讨

三、国内珠宝企业的出路分析

第三节 中国珠宝行业存在的问题及对策

一、中国珠宝行业存在的问题

二、珠宝行业发展的建议对策

1、把握国家投资的契机

2、竞争性战略联盟的实施

3、企业自身应对策略

三、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

第四节 中国珠宝市场发展面临的挑战与对策

第十三章 珠宝行业发展战略研究

第一节 珠宝行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国珠宝品牌的战略思考

一、珠宝品牌的重要性

二、珠宝实施品牌战略的意义

三、珠宝企业品牌的现状分析

四、我国珠宝企业的品牌战略

五、珠宝品牌战略管理的策略

第三节 珠宝经营策略分析

一、珠宝市场细分策略

二、珠宝市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、珠宝新产品差异化战略

第四节 珠宝行业投资战略研究

一、2021-2026年珠宝行业投资战略

二、2026-2031年珠宝行业投资战略

三、2026-2031年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议

第一节 珠宝行业研究结论及建议

第二节 珠宝子行业研究结论及建议

第三节 中道泰和珠宝行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：珠宝行业生命周期

图表：珠宝行业产业链结构

图表：2021-2026年全球珠宝行业市场规模

图表：2021-2026年中国珠宝行业市场规模

图表：2021-2026年珠宝行业重要数据指标比较

图表：2021-2026年中国珠宝市场占全球份额比较

图表：2021-2026年珠宝行业销售收入

图表：2021-2026年珠宝行业利润总额

图表：2021-2026年珠宝行业资产总计

图表：2021-2026年珠宝行业负债总计

图表：2021-2026年珠宝行业竞争力分析

图表：2021-2026年珠宝市场价格走势

图表：2021-2026年珠宝行业主营业务收入

图表：2021-2026年珠宝行业主营业务成本

图表：2021-2026年珠宝行业销售费用分析

图表：2021-2026年珠宝行业管理费用分析

图表：2021-2026年珠宝行业财务费用分析

图表：2021-2026年珠宝行业销售毛利率分析

图表：2021-2026年珠宝行业销售利润率分析

图表：2021-2026年珠宝行业成本费用利润率分析

图表：2021-2026年珠宝行业总资产利润率分析

图表：2021-2026年珠宝行业需求分析

图表：2021-2026年珠宝行业进口数据

图表：2021-2026年珠宝行业出口数据

图表：2021-2026年珠宝行业集中度

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

报告编号：22373

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20170208/22373.shtml>

在线订购：[点击这里](#)