

2024-2029年中国珠宝零售行业全景调研与发展战略研究咨询报告

报告简介

2018年，中国黄金产量为401.119吨，连续12年位居全球第一。2018年，全国黄金实际消费量1151.43吨，连续6年保持全球第一位。2018年，黄金首饰消费继续增长，但增长幅度有所放缓。越来越多的机构和居民倾向于持有黄金，促使金条消费大幅增长。2018年1-

12月，金银珠宝类零售总额为2758亿元，同比下降7.14%。在“一带一路”倡议指引下，运用新的互联网技术、大数据、云计算、AI技术和现代物流技术，构建珠宝新零售--

智能珠宝店，将是未来几年中国乃至全球珠宝行业的重大发展机遇。2018年网站数据库共收录珠宝网店225家，其中品牌旗舰店(品牌直销)的网店占总比最多，达到79家，其次为京东旗舰店，收录网店为72家，小品牌网店收录网店为33家，京东自营收录网店为27家，苏宁旗舰店收录网店为14家，国美在线收录网店为4家，品牌商城收录网店为4家，当当网收录网店为3家，热卖特许店收录网店为2家，京东特许店收录网店为2家。珠宝电商竞争日益激烈，但更多的珠宝品牌开始布局新零售及区块链。区块链技术的应用很好的解决了珠宝证券化、类证券化交易的问题，帮助珠宝实现价值变现。未来区块链+珠宝值得期待。

长久以来，黄金珠宝业供需信息不对称、货源采购分散、采购产品价格不一、产品同质化严重等问题凸显，威胁着产业可持续健康发展。随着珠宝消费群体向年轻化发展，消费者对珠宝的购买更为理性，对个性化的追求更加明显，私人定制逐渐成为趋势。珠宝零售需要面对的难题一再增多。珠宝零售市场越来越大，但竞争越来越激烈，企业生存空间越来越小。大品牌不断抢占市场，正在快速地向三级城市推进，新的竞争品牌也不断加入，市场份额空间被不断挤压。

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、中国珠宝玉石首饰行业协会、珠宝贸易协会、中国连锁经营协会、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，对中国珠宝零售及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、竞争替代品、发展趋势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了中国珠宝零售行业发展状况和特点，以及中国珠宝零售行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的珠宝零售行业发展态势作了详细分析，并对珠宝零售行业进行了趋向研判，是珠宝零售经营、开发企业，服务、投资机构等单位准确了解目前珠宝零售业发展动态，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 珠宝零售行业发展概述 1

第一节 珠宝零售行业的相关概述 1

一、珠宝零售行业的基本概念 1

二、珠宝零售行业对gdp贡献率 1

三、珠宝零售行业发展意义 1

第二节 珠宝零售行业销售模式分析 2

一、自营模式 2

1、模式介绍 2

2、渠道拓展 2

二、联营模式 2

1、模式介绍 2

2、渠道拓展 2

三、加盟模式 3

1、模式介绍 3

2、渠道拓展 3

四、模式总结 3

第三节 珠宝零售行业经营业态分析 3

一、专卖店 3

二、百货公司 4

三、大型购物中心与大卖场 4

四、网络销售 4

第四节 珠宝零售行业营销主要方式 5

一、体验营销 5

二、直复营销 6

三、情感营销 7

四、数据库营销 8

第五节 珠宝零售行业产业链分析 8

一、产业链结构分析 8

二、与上下游行业之间的关联性	9
三、行业产业链上游发展现状及影响分析	9
四、行业产业链下游发展现状及影响分析	10
第二章 中国珠宝零售行业发展环境分析	11
第一节 全球经济环境分析	11
一、全球宏观经济形势	11
二、全球贸易环境	11
三、全球经济环境对行业发展的影响	12
第二节 中国宏观经济环境分析	13
一、国民经济运行情况	13
二、消费价格指数cpi、ppi分析	13
三、全国居民收入情况解读	13
四、社会消费品零售总额分析	14
五、工业发展形势走势	14
六、固定资产投资情况	15
七、对外贸易进出口分析	15
八、宏观经济环境对行业的影响	15
第三节 珠宝零售政策环境分析	16
一、行业政策法规	16
二、行业监管体制	17
三、行业发展规划	19
第四节 珠宝零售行业社会环境分析	23
一、人口环境分析	23
二、教育情况分析	23

三、文化环境分析 23

四、中国城镇化率 24

五、生态环境分析 24

六、居民消费观念和习惯分析 24

七、社会环境对行业的影响 24

第二部分 产业发展透视

第三章 国际珠宝零售行业发展分析及经验借鉴 26

第一节 世界珠宝零售行业发展综述 26

一、世界十大珠宝品牌盘点 26

二、世界珠宝消费地区特点分析 29

三、国际珠宝零售行业与世界经济发展密切相关 30

四、全球珠宝零售业市场发展简析 31

五、全球珠宝零售总额分析 31

六、国际重点品牌珠宝零售分析 31

第二节 主要国家及地区珠宝零售行业发展分析 33

一、美国珠宝零售行业发展分析 33

1、珠宝行业销售总额 33

2、人均珠宝消费水平 33

3、线上线下销售占比分析 34

二、日本珠宝零售行业发展分析 34

1、珠宝行业销售总额 34

2、人均珠宝消费水平 34

3、珠宝消费趋势分析 35

三、印度珠宝零售行业发展分析 35

1、珠宝行业销售总额	35
2、线上线下销售占比分析	36
3、珠宝消费趋势分析	37
四、欧洲地区珠宝零售行业发展分析	37
1、珠宝行业销售总额	37
2、人均珠宝消费水平	37
3、珠宝消费趋势分析	38
第四章 中国珠宝零售行业运行现状分析	40
第一节 中国珠宝零售行业发展现状分析	40
一、行业发展概况及特点	40
二、行业发展历程	41
三、珠宝零售行业商业模式分析	42
第二节 珠宝零售行业零售渠道变化趋势	42
一、营销渠道扁平化	42
二、终端渠道规模化	43
三、零售渠道品牌化	43
四、营销模式多元化	43
第三节 2019-2023年珠宝零售行业经营情况	44
一、行业零售总额分析	44
二、行业利润总额分析	44
三、线上线下零售额占比	45
四、不同产品市场结构分析	45
五、中国人均珠宝消费水平分析	45
第五章 中国珠宝零售企业发展分析	46

第一节 珠宝零售企业的演变 46

- 一、银行金店改制而来 46
- 二、工艺品公司改制 46
- 三、个体打金店转行 46
- 四、依托背景关系资源 47
- 五、利用闲散资金搞副业 47
- 六、转行寻求更大发展 47

第二节 珠宝零售企业发展阶段 47

- 一、第一个阶段 47
- 二、第二个阶段 48
- 三、第三个阶段 48
- 四、第四个阶段 48

第三节 珠宝零售品牌发展历程 48

- 一、批发商起家 48
- 二、加工商起家 49
- 三、零售商起家 49
- 四、国外品牌 49
- 五、资本品牌 49
- 六、个人品牌 50

第四节 2019-2023年中国珠宝零售企业分析 50

- 一、企业数量变化分析分析 50
- 二、不同规模企业结构分析 50
- 三、不同所有制企业结构分析 52
- 四、从业人员数量分析 56

第五节 珠宝零售店铺竞争力评定 56

- 一、地理位置 56
- 二、品牌影响力 57
- 三、店铺规模 57
- 四、资本实力 57
- 五、产品价格 57
- 六、店面管理 58
- 七、服务水平 58
- 八、货品特色 58

第六节 2019-2023年珠宝零售企业面临的危机 59

- 一、外部市场危机 59
- 二、内部管理危机 59
- 三、团队建设危机 60
- 四、传承发展危机 60

第六章 珠宝零售行业消费者行为分析 62

第一节 消费主体分析 62

- 一、消费者年龄结构分析 62
- 二、消费者性别比例分析 65
- 三、消费者收入水平分析 66
- 四、消费者职业结构分析 68
- 五、消费者学历水平分析 69

第二节 消费者行为特征分析 69

- 一、消费者购买频率 69
- 二、消费者重复购买指数 70

三、消费者购买单笔额度 70

第三节 消费者购买产品分析 70

一、产品价格区间分析 70

二、产品种类及结构 71

三、产品品牌结构 72

第四节 消费者购买关注因素分析 73

一、品牌 73

二、产品价格 74

三、产品种类及款式 75

四、售后服务 76

第七章 中国珠宝电商发展分析 78

第一节 中国珠宝电子商务发展分析 78

一、中国珠宝电子商务发展历程 78

二、中国珠宝电子商务发展规模 85

三、中国珠宝电子商务发展现状 86

1、移动互联网销售平台竞争日趋激烈 86

2、o2o模式将成线上竞争的有效助力 86

3、品牌和口碑将成珠宝电商核心竞争力 87

4、跨境电商的兴起让交易无国界限制 87

5、健全的电商法制建设提供网购保障 88

四、中国珠宝电子商务市场竞争 88

五、中国珠宝电子商务发展趋势 89

六、珠宝电子商务面临的问题及对策 89

第二节 中国珠宝企业开展电子商务方式 91

- 一、建立综合性的珠宝"门户"网站 91
 - 1、发展方式优点分析 91
 - 2、发展方式典型代表 92
- 二、建立有经营特色或品牌珠宝的网站 94
 - 1、无实体商店企业开展电子商务 94
 - 2、大型珠宝企业开展电子商务 94
- 三、借助网上商场进行行销 95
 - 1、发展方式优点分析 95
 - 2、发展方式典型代表 95
- 第三节 珠宝电子商务三大成功模式研究 96
 - 一、钻石小鸟："鼠标+水泥"模式 96
 - 1、"鼠标+水泥"模式简介 96
 - 2、"鼠标+水泥"模式优势 96
 - 3、"鼠标+水泥"模式运作 97
 - 4、"鼠标+水泥"模式成效 98
 - 二、欧宝丽："f2c"珠宝电子商务新模式 98
 - 1、"f2c"模式简介 98
 - 2、"f2c"模式的优势 99
 - 3、"f2c"模式的运作 100
 - 4、"f2c"模式取得的成效 100
 - 三、戴维尼：创建bbc成功模式 101
 - 1、bbc模式简介 101
 - 2、bbc模式主要优势 102
 - 3、bbc模式取得的成效 102

第四节 珠宝企业电子商务模式运作建议 103

一、企业发展电子商务先决条件 103

二、珠宝企业电子商务平台的搭建 104

1、企业内部的信息系统 104

2、电子商务基础平台 104

3、电子商务服务平台 104

三、珠宝企业电子商务运作建议 105

第八章 珠宝"新零售"模式发展分析 108

第一节 "新零售"的发展概况 108

一、"新零售"的定义及内涵 108

二、"新零售"的新思维 109

三、"新零售"与传统零售的区别 111

第二节 "新零售"产业发展背景 115

一、消费升级 115

二、线上线下融合发展 116

三、传统零售面临转型升级 116

四、消费体验倒逼产业升级 116

第三节 中国"新零售"行业商业模式分析 116

一、阿里系新零售商业模式分析 116

二、京东系新零售商业模式分析 117

三、两种线路带给新零售行业的启示 119

第四节 "新零售"给珠宝零售行业带来的变革 119

一、打破传统珠宝零售思想禁锢 119

二、合作共赢趋势 120

三、尝试新模式 120

四、广泛利用新媒介 120

第五节 "新零售"时代珠宝企业发展关键点 120

一、导向 120

二、服务 121

三、共融 121

四、科技 121

第六节 "新零售"时代下珠宝零售企业发展机遇 121

一、产品结构以需求为导向 121

二、产品呈现以体验为目标 121

三、把门店和网店更紧密地结合起来 122

四、提供更专业的珠宝个性定制功能 122

五、重构会员体系强化会员联系 122

六、构建行业赋能型平台 123

第九章 珠宝行业营销战略要素与案例分析 124

第一节 珠宝企业战略规划 124

一、珠宝产品市场细分分析 124

1、市场细分的概念 124

2、市场细分的客观依据 127

3、市场细分的作用 134

4、市场细分的形式 135

5、市场细分的程序 135

二、选择目标市场 140

1、目标市场的概念 140

2、选择目标市场的程序 141

3、目标市场选择的因素 141

三、市场定位 142

1、市场定位的意义 142

2、市场定位的特点 142

3、市场定位的方法 142

4、市场定位的程序 143

第二节 珠宝行业产品策略 144

一、产品组合竞争策略 144

二、产品生命周期各阶段营销策略 144

三、产品品牌与品牌决策 145

四、产品的服务竞争策略 147

第三节 珠宝行业价格策略 147

一、影响珠宝定价因素 147

二、珠宝企业定价管理 149

三、企业定价目标及确定 149

1、利润目标 149

2、销量目标 150

3、竞争目标 151

四、珠宝定价的主要方法 152

1、成本导向定价法 152

2、需求导向定价法 152

3、竞争导向定价法 152

五、珠宝价格策略研究 153

1、产品阶段定价策略 153

2、折扣定价策略 153

3、心理定价策略 153

第四节 珠宝行业分销渠道策略 153

一、分销渠道概念与特征 153

二、珠宝分销渠道模式 154

三、选择分销渠道的意义 155

四、珠宝分销渠道的类型 156

1、直接渠道与间接渠道 156

2、长渠道与短渠道 156

3、宽渠道与窄渠道 157

4、单渠道与多渠道 158

五、珠宝分销渠道策略 158

1、分销渠道策略类型 158

2、影响分销渠道策略的因素 159

3、分销渠道决策的原则 160

第五节 珠宝行业促销策略 160

一、珠宝促销类型 160

1、人员推销 160

2、商业广告 163

3、营业推广 170

4、公共关系 176

二、珠宝促销组合及影响因素 178

1、促销活动的目标 178

- 2、珠宝企业的性质 178
- 3、珠宝市场特性和商品特性 179
- 4、目标市场环境 179
- 5、产品市场生命周期 179
- 6、推式和拉式策略 180
- 7、促销预算 180
- 第六节 珠宝营销策略总结与案例 181
 - 一、珠宝营销策略总结 181
 - 1、以优秀的质量取胜 181
 - 2、以较低的价格取胜 182
 - 3、以更多的价格折扣取胜 184
 - 4、以强势品牌取胜 184
 - 5、以广泛的分销渠道取胜 185
 - 6、以优质的服务取胜 186
 - 二、珠宝营销典型案例 187
 - 1、钻石小鸟 187
 - 2、周大福 188
 - 3、佐卡伊 189
- 第十章 珠宝零售行业重点市场分析 191
 - 第一节 北京 191
 - 一、北京珠宝消费市场分析 191
 - 二、北京珠宝零售店数量分析 191
 - 三、北京珠宝零售额分析 191
 - 四、北京珠宝零售主要品牌分析 192

- 五、北京珠宝零售产品结构分析 192
- 六、北京珠宝零售市场发展趋势及前景 193
- 第二节 上海 193
 - 一、上海珠宝消费市场分析 193
 - 二、上海珠宝零售店数量分析 194
 - 三、上海珠宝零售额分析 194
 - 四、上海珠宝零售主要品牌分析 194
 - 五、上海珠宝零售产品结构分析 195
 - 六、上海珠宝零售市场发展趋势及前景 195
- 第三节 天津 196
 - 一、天津珠宝消费市场分析 196
 - 二、天津珠宝零售店数量分析 197
 - 三、天津珠宝零售额分析 197
 - 四、天津珠宝零售主要品牌分析 198
 - 五、天津珠宝零售产品结构分析 198
 - 六、天津珠宝零售市场发展趋势及前景 199
- 第四节 广东 200
 - 一、广东珠宝消费市场分析 200
 - 二、广东珠宝零售店数量分析 200
 - 三、广东珠宝零售额分析 200
 - 四、广东珠宝零售主要品牌分析 201
 - 五、广东珠宝零售产品结构分析 201
 - 六、广东珠宝零售市场发展趋势及前景 202
- 第五节 浙江 203

- 一、浙江珠宝消费市场分析 203
- 二、浙江珠宝零售店数量分析 206
- 三、浙江珠宝零售额分析 206
- 四、浙江珠宝零售主要品牌分析 206
- 五、浙江珠宝零售产品结构分析 207
- 六、浙江珠宝零售市场发展趋势及前景 207

第六节 江苏 208

- 一、江苏珠宝消费市场分析 208
- 二、江苏珠宝零售店数量分析 208
- 三、江苏珠宝零售额分析 209
- 四、江苏珠宝零售主要品牌分析 209
- 五、江苏珠宝零售产品结构分析 210
- 六、江苏珠宝零售市场发展趋势及前景 210

第三部分 产业格局透视

第十一章 珠宝零售行业竞争分析 212

第一节 行业五力模型分析 212

- 一、现有企业间竞争 212
- 二、潜在进入者分析 212
- 三、替代品威胁分析 212
- 四、供应商议价能力 213
- 五、客户议价能力 213

第二节 行业swot分析 213

- 一、行业发展优势 213
- 二、行业发展劣势 213

三、行业发展机会	214
四、行业发展威胁	215
第三节 珠宝零售行业集中度分析	216
一、市场集中度分析	216
二、企业集中度分析	216
三、区域集中度分析	217
第四节 中国珠宝零售行业竞争格局综述	218
一、行业品牌竞争格局	218
二、行业企业竞争格局	219
三、行业产品竞争格局	220
第五节 中国珠宝零售行业未来竞争形式	220
一、首饰品牌与金融品牌之间的竞争	220
二、全国品牌与诸侯品牌之间的竞争	221
三、卖场品牌与大店多品牌的竞争	221
四、单品类品牌与综合类品牌之间的竞争	221
五、大众品牌与奢侈品牌之间的竞争	221
六、传统性品牌与概念性品牌之间的竞争	223
第六节 中国珠宝零售行业企业竞争策略分析	224
一、价格竞争策略	224
二、差异化策略	225
三、多样化策略	228
四、服务细化策略	242
第十二章 珠宝零售行业领先企业分析	246
第一节 中国珠宝零售领先企业经营分析	246

一、周大福珠宝集团有限公司 246

- 1、企业发展概况分析 246
- 2、企业主要产品分析 247
- 3、企业销售收入分析 247
- 4、企业销售渠道及网点 247
- 5、企业线上销售占比 247
- 6、企业经营优劣势分析 248
- 7、企业品牌策略分析 248
- 8、企业最新发展动向 248

二、周大生珠宝股份有限公司 249

- 1、企业发展概况分析 249
- 2、企业主要产品分析 249
- 3、企业销售收入分析 249
- 4、企业销售渠道及网点 250
- 5、企业线上销售占比 250
- 6、企业经营优劣势分析 250
- 7、企业品牌策略分析 253
- 8、企业最新发展动向 254

三、周生生(中国)商业有限公司 254

- 1、企业发展概况分析 254
- 2、企业主要产品分析 254
- 3、企业销售收入分析 255
- 4、企业销售渠道及网点 255
- 5、企业线上销售占比 255

- 6、企业经营优劣势分析 255
- 7、企业品牌策略分析 255
- 8、企业最新发展动向 256
- 四、上海老凤祥有限公司 256
 - 1、企业发展概况分析 256
 - 2、企业主要产品分析 256
 - 3、企业销售收入分析 257
 - 4、企业销售渠道及网点 257
 - 5、企业线上销售占比 257
 - 6、企业经营优劣势分析 257
 - 7、企业品牌策略分析 259
 - 8、企业最新发展动向 259
- 五、谢瑞麟珠宝(澳门)有限公司 260
 - 1、企业发展概况分析 260
 - 2、企业主要产品分析 260
 - 3、企业销售收入分析 260
 - 4、企业销售渠道及网点 261
 - 5、企业线上销售占比 261
 - 6、企业经营优劣势分析 261
 - 7、企业品牌策略分析 261
 - 8、企业最新发展动向 262
- 六、六福珠宝(北京)有限公司 262
 - 1、企业发展概况分析 262
 - 2、企业主要产品分析 262

- 3、企业销售收入分析 263
- 4、企业销售渠道及网点 263
- 5、企业线上销售占比 263
- 6、企业经营优劣势分析 263
- 7、企业品牌策略分析 264
- 8、企业最新发展动向 264
- 七、中国黄金集团黄金珠宝股份有限公司 265
 - 1、企业发展概况分析 265
 - 2、企业主要产品分析 265
 - 3、企业销售收入分析 266
 - 4、企业销售渠道及网点 266
 - 5、企业线上销售占比 267
 - 6、企业经营优劣势分析 267
 - 7、企业品牌策略分析 268
 - 8、企业最新发展动向 268
- 八、骏业珠宝有限责任公司 268
 - 1、企业发展概况分析 268
 - 2、企业主要产品分析 268
 - 3、企业销售收入分析 269
 - 4、企业销售渠道及网点 269
 - 5、企业线上销售占比 269
 - 6、企业经营优劣势分析 269
 - 7、企业品牌策略分析 269
 - 8、企业最新发展动向 270

九、上海老庙黄金有限公司 270

- 1、企业发展概况分析 270
- 2、企业主要产品分析 270
- 3、企业销售收入分析 270
- 4、企业销售渠道及网点 270
- 5、企业线上销售占比 270
- 6、企业经营优劣势分析 271
- 7、企业品牌策略分析 271
- 8、企业最新发展动向 271

十、浙江明牌珠宝股份有限公司 272

- 1、企业发展概况分析 272
- 2、企业主要产品分析 272
- 3、企业销售收入分析 273
- 4、企业销售渠道及网点 274
- 5、企业线上销售占比 274
- 6、企业经营优劣势分析 274
- 7、企业品牌策略分析 274
- 8、企业最新发展动向 275

十一、广东潮宏基实业股份有限公司 275

- 1、企业发展概况分析 275
- 2、企业主要产品分析 276
- 3、企业销售收入分析 276
- 4、企业销售渠道及网点 276
- 5、企业线上销售占比 276

- 6、企业经营优劣势分析 276
- 7、企业品牌策略分析 277
- 8、企业最新发展动向 278
- 十二、北京菜市口百货股份有限公司 278
 - 1、企业发展概况分析 278
 - 2、企业主要产品分析 278
 - 3、企业销售收入分析 279
 - 4、企业销售渠道及网点 279
 - 5、企业线上销售占比 279
 - 6、企业经营优劣势分析 279
 - 7、企业品牌策略分析 280
 - 8、企业最新发展动向 280
- 十三、深圳市甘露珠宝首饰有限公司 281
 - 1、企业发展概况分析 281
 - 2、企业主要产品分析 281
 - 3、企业销售收入分析 281
 - 4、企业销售渠道及网点 281
 - 5、企业线上销售占比 282
 - 6、企业经营优劣势分析 282
 - 7、企业品牌策略分析 283
 - 8、企业最新发展动向 283
- 十四、沈阳萃华金银珠宝股份有限公司 283
 - 1、企业发展概况分析 283
 - 2、企业主要产品分析 283

- 3、企业销售收入分析 284
- 4、企业销售渠道及网点 284
- 5、企业线上销售占比 284
- 6、企业经营优劣势分析 284
- 7、企业品牌策略分析 285
- 8、企业最新发展动向 285
- 十五、北京金一文化发展股份有限公司 285
 - 1、企业发展概况分析 285
 - 2、企业主要产品分析 285
 - 3、企业销售收入分析 286
 - 4、企业销售渠道及网点 286
 - 5、企业线上销售占比 286
 - 6、企业经营优劣势分析 286
 - 7、企业品牌策略分析 288
 - 8、企业最新发展动向 288
- 十六、上海金伯利钻石集团有限公司 289
 - 1、企业发展概况分析 289
 - 2、企业主要产品分析 289
 - 3、企业销售收入分析 289
 - 4、企业销售渠道及网点 289
 - 5、企业线上销售占比 290
 - 6、企业经营优劣势分析 290
 - 7、企业品牌策略分析 290
 - 8、企业最新发展动向 291

- 十七、恒信玺利实业股份有限公司 291
 - 1、企业发展概况分析 291
 - 2、企业主要产品分析 291
 - 3、企业销售收入分析 291
 - 4、企业销售渠道及网点 292
 - 5、企业线上销售占比 292
 - 6、企业经营优劣势分析 292
 - 7、企业品牌策略分析 292
 - 8、企业最新发展动向 293
- 十八、金至尊实业发展(深圳)有限公司 293
 - 1、企业发展概况分析 293
 - 2、企业主要产品分析 293
 - 3、企业销售收入分析 294
 - 4、企业销售渠道及网点 294
 - 5、企业线上销售占比 294
 - 6、企业经营优劣势分析 294
 - 7、企业品牌策略分析 294
 - 8、企业最新发展动向 295
- 十九、深圳市佐卡伊电子商务有限公司 295
 - 1、企业发展概况分析 295
 - 2、企业主要产品分析 295
 - 3、企业销售收入分析 295
 - 4、企业销售渠道及网点 295
 - 5、企业线上销售占比 296

- 6、企业经营优劣势分析 296
- 7、企业品牌策略分析 296
- 8、企业最新发展动向 296
- 二十、上海铂利德钻石有限公司 297
 - 1、企业发展概况分析 297
 - 2、企业主要产品分析 297
 - 3、企业销售收入分析 297
 - 4、企业销售渠道及网点 297
 - 5、企业线上销售占比 297
 - 6、企业经营优劣势分析 297
 - 7、企业品牌策略分析 298
 - 8、企业最新发展动向 298
- 第二节 互联网珠宝零售平台发展分析 298
 - 一、金猫银猫--金猫银猫集团有限公司 298
 - 1、企业简介分析 298
 - 2、集团构架分析 299
 - 3、业务结构分析 299
 - 4、运营模式分析 299
 - 5、销售收入分析 299
 - 6、竞争优势分析 300
 - 7、品牌价值分析 300
 - 8、最新发展动向 301
 - 二、珠宝网--中珠黄金(深圳)有限公司 301
 - 1、企业简介分析 301

2、发展历程分析 301

3、运营模式分析 301

4、入驻品牌分析 301

5、经营情况分析 302

6、竞争优势分析 302

7、品牌价值分析 302

8、最新发展动向 302

三、二宝--武汉宝谷之宝网络科技有限公司 302

1、企业简介分析 302

2、入驻品牌分析 302

3、用户规模分析 303

4、运营模式分析 303

5、竞争优势分析 303

6、最新发展动向 303

四、珠玉在线--广州珠玉在线网络科技有限公司 303

1、企业简介分析 303

2、入驻品牌分析 304

3、用户规模分析 304

4、运营模式分析 304

5、竞争优势分析 304

6、最新发展动向 305

五、莱洛姿--深圳市莱洛姿珠宝有限公司 306

1、企业简介分析 306

2、业务范围分析 306

- 3、运营模式分析 306
- 4、企业文化分析 306
- 5、竞争优势分析 306
- 6、发展战略分析 307
- 六、京东--北京京东世纪贸易有限公司 307
 - 1、平台简介分析 307
 - 2、入驻品牌分析 307
 - 3、运营模式分析 307
 - 4、用户规模分析 307
 - 5、销售收入分析 308
 - 6、竞争优势分析 308
 - 7、品牌价值分析 308
 - 8、最新发展动向 308
- 七、天猫--浙江天猫网络有限公司 308
 - 1、平台简介分析 308
 - 2、入驻品牌分析 308
 - 3、运营模式分析 309
 - 4、用户规模分析 309
 - 5、销售收入分析 309
 - 6、竞争优势分析 309
 - 7、品牌价值分析 309
 - 8、最新发展动向 310
- 八、苏宁--苏宁易购集团股份有限公司 310
 - 1、平台简介分析 310

- 2、入驻品牌分析 310
- 3、运营模式分析 311
- 4、用户规模分析 311
- 5、销售收入分析 311
- 6、竞争优势分析 312
- 7、品牌价值分析 313
- 8、最新发展动向 313
- 九、国美在线--国美在线电子商务有限公司 313
 - 1、平台简介分析 313
 - 2、入驻品牌分析 314
 - 3、运营模式分析 314
 - 4、用户规模分析 314
 - 5、销售收入分析 314
 - 6、竞争优势分析 314
 - 7、品牌价值分析 315
 - 8、最新发展动向 315
- 十、当当网--北京当当网信息技术有限公司 315
 - 1、平台简介分析 315
 - 2、入驻品牌分析 316
 - 3、运营模式分析 316
 - 4、用户规模分析 316
 - 5、销售收入分析 316
 - 6、竞争优势分析 316
 - 7、品牌价值分析 316

8、最新发展动向 317

第四部分 产业前景透视

第十三章 2024-2029年珠宝零售行业发展前景分析 318

第一节 2024-2029年珠宝行业发展前景与趋势 318

一、珠宝行业发展前景 318

二、珠宝行业发展趋势 318

1、产业集群化优势更明显 318

2、品牌化发展成必经之路 319

3、更注重珠宝文化的传播 319

4、产业的国际化进程加速 319

第二节 2024-2029年珠宝零售行业发展前景及趋势 319

一、珠宝零售行业发展前景 319

二、珠宝零售行业发展趋势 320

1、电商迅速崛起 320

2、资源有效整合 321

3、女性消费群年轻化 321

4、市场结构变动 321

第三节 2024-2029年珠宝零售市场发展趋势预测 322

一、2024-2029年珠宝零售总额预测 322

二、2024-2029年珠宝零售行业利润总额预测 324

三、2024-2029年珠宝人均消费规模预测 324

四、2024-2029年珠宝零售线上销售占比预测 325

第十四章 珠宝零售行业投资机会与风险防范 326

第一节 珠宝零售行业投资特性分析 326

- 一、珠宝零售行业进入壁垒分析 326
- 二、珠宝零售行业盈利因素分析 327
- 三、珠宝零售行业盈利模式分析 328
 - 1、批发展厅模式 328
 - 2、零售连锁模式 328
 - 3、连锁加盟模式 328
 - 4、复合模式 329
- 第二节 2024-2029年珠宝零售行业投资机会 329
 - 一、产业链投资机会 329
 - 二、细分市场投资机会 331
 - 1、人口因素 331
 - 2、消费行为 332
 - 三、重点区域投资机会 334
- 第三节 珠宝零售行业面临的新机遇 335
 - 一、珠宝工业4.0系统 335
 - 二、基于物联网的珠宝共享销售模式 336
 - 三、企业组织和管理体系的大变革 336
- 第四节 2024-2029年珠宝零售行业投资风险及防范 336
 - 一、政策风险及防范 336
 - 二、技术风险及防范 337
 - 三、供求风险及防范 337
 - 四、宏观经济波动风险及防范 338
 - 五、关联产业风险及防范 338
 - 六、产品结构风险及防范 338

- 七、其他风险及防范 338
- 第五节 中国珠宝零售行业投资建议 339
 - 一、珠宝零售行业未来发展方向 339
 - 1、产品结构以需求为导向 339
 - 2、产品呈现以体验为目标 339
 - 3、把门店和网店更紧密地结合起来 339
 - 4、提供更专业的珠宝个性定制功能 340
 - 5、重构会员体系强化会员联系 340
 - 6、构建行业赋能型平台 340
 - 二、珠宝零售行业主要投资建议 341
 - 三、中国珠宝零售企业融资分析 342
- 第十五章 “一带一路” 战略下珠宝行业发展机遇分析 344
 - 第一节 “一带一路” 主要内容及战略意义 344
 - 一、“一带一路” 的主要内容 344
 - 二、“一带一路” 的国际背景 344
 - 三、“一带一路” 的国内背景 344
 - 四、“一带一路” 的战略意义 345
 - 第二节 “一带一路” 下中国珠宝发展现状 347
 - 一、“一带一路” 珠宝市场发展情况 347
 - 二、“一带一路” 沿线珠宝产业政策分析 348
 - 三、“一带一路” 泛珠宝产业示范基地发展情况 348
 - 四、粤港澳大湾区助力 “一带一路” 珠宝行业发展 348
 - 第三节 “一带一路” 珠宝零售企业走出去战略分析 349
 - 一、“一带一路” 战略提振沿线国家需求 349

- 二、“一带一路”战略促进中国企业成长 349
- 三、“一带一路”珠宝零售企业迎来机遇 350
- 四、“一带一路”珠宝零售企业走出去措施 350
- 第四节 “一带一路”珠宝零售行业投资潜力分析 350
 - 一、“一带一路”珠宝零售行业投资现状 350
 - 二、“一带一路”珠宝零售行业投资规划 351
 - 三、“一带一路”珠宝零售行业投资动向 351
 - 四、“一带一路”珠宝零售行业投资潜力 352
- 第十六章 区块链+珠宝行业发展现状及投资前景分析 353
 - 第一节 区块链行业发展概况 353
 - 一、区块链+珠宝 353
 - 二、区块链的定义 353
 - 三、区块链的特点 354
 - 四、区块链技术发展现状 354
 - 五、区块链应用趋势 355
 - 1、艺术行业 355
 - 2、法律行业 356
 - 3、开发行业 356
 - 4、房地产行业 356
 - 5、物联网 356
 - (1)应用场景分析 356
 - (2)物流供应链 357
 - (3)公共网络服务 357
 - 6、保险行业 357

- 7、投保人风险管理 358
- 8、保险公司风险监督 358
- 9、金融行业应用 359
- 第二节 区块链+珠宝行业发展分析 359
 - 一、区块链+珠宝发展背景 359
 - 二、区块链对珠宝行业的影响 360
 - 1、区块链推进珠宝银行的发展 360
 - 2、区块链将珠宝从非标变成标准资产 360
 - 三、区块链+珠宝的核心价值 361
 - 1、实现珠宝的保真溯源 361
 - 2、实现珠宝交易的变现能力 361
 - 四、区块链技术解决珠宝行业痛点 361
 - 五、粤港澳大湾区珠宝区块链产业联盟发展分析 361
- 第三节 区块链+珠宝行业应用案例分析 362
 - 一、臻宝链 362
 - 二、星河链 362
 - 三、永恒链 363
- 第四节 区块链+珠宝行业投资前景分析 363
 - 一、区块链+珠宝行业投资价值分析 363
 - 二、区块链+珠宝行业市场空间预测 364
 - 三、区块链+珠宝行业投资收益预测 365
- 第十七章 珠宝零售行业投资发展战略研究 366
 - 第一节 珠宝零售行业发展面临的挑战 366
 - 一、去环节化 366

- 二、多元化经营模式 366
- 三、进入资本市场 366
- 四、消费群体两极化 366
- 五、行业洗牌后将更细分 367
- 六、加重广告投放 367
- 七、彩宝和k金消费猛增 367
- 八、外行跨界珠宝 367
- 第二节 珠宝零售行业竞争战略研究 368
 - 一、成本领先战略 368
 - 二、蓝海战略 368
 - 三、差异化战略 374
 - 四、品牌经营战略 374
 - 五、目标集聚战略 375
 - 六、成本领先和目标集聚混合战略 376
- 第三节 珠宝零售行业企业品牌营销策略 376
 - 一、品牌个性策略 376
 - 二、品牌传播策略 376
 - 三、品牌销售策略 377
 - 四、品牌管理策略 377
 - 五、网络营销策略 377
 - 六、品牌文化策略 377
- 第四节 珠宝零售行业投资战略及建议 379
 - 一、2024-2029年珠宝零售企业投资战略 379
 - 二、2024-2029年行业投资方式建议 380

- 1、珠宝行业资金需求 380
- 2、珠宝行业融资渠道 381
- 三、2024-2029年行业投资方向建议 381

图表目录

- 图表：珠宝首饰产业链 8
- 图表：我国财富分层情况及预测 14
- 图表：珠宝首饰行业主要法律法规 16
- 图表：国际珠宝市场主要竞争者 31
- 图表：印度市场珠宝电商介绍 36
- 图表：2019-2023年我国珠宝零售市场数据 44
- 图表：2019-2023年我国珠宝零售企业数量 50
- 图表：2019-2023年不同规模企业市场结构 52
- 图表：2019-2023年我国不同规模企业销售收入结构占比 56
- 图表：2019-2023年我国珠宝零售市场从业人员 56
- 图表：2019-2023年我国珠宝零售消费者年龄结构 62
- 图表：2019-2023年我国珠宝零售消费者性别比例 66
- 图表：2019-2023年中国部分城市平均收入 67
- 图表：我国珠宝零售消费者收入水平占比 67
- 图表：我国珠宝零售消费者职业结构占比 68
- 图表：我国珠宝零售消费者学历水平占比 69
- 图表：我国珠宝零售消费者购买频率比率 69
- 图表：2019-2023年我国珠宝零售产品种类及结构 72
- 图表：电子商务萌芽期 78
- 图表：电子商务雏形期 80

- 图表：电子商务回暖期 81
- 图表：2005年c2c三足鼎立的格局逐渐形成 82
- 图表：电子商务融合期 84
- 图表：2019-2023年珠宝电商市场及同比增长率 86
- 图表：新零售渠道示意图 112
- 图表：新零售购物场景示意图 113
- 图表：阿里系线上线下零售布局 117
- 图表：阿里系新零售业态布局特点 117
- 图表：腾讯系线上线下零售布局 118
- 图表：腾讯系线上线下零售布局 118
- 图表：腾讯系新零售业态布局特点 119
- 图表：目标市场选择的因素 141
- 图表：产业生命周期一览表 144
- 图表：2019-2023年北京珠宝零售店数量 191
- 图表：2019-2023年月北京珠宝零售额 191
- 图表：北京珠宝零售主要品牌 192
- 图表：2019-2023年北京珠宝零售产品结构 192
- 图表：2019-2023年上海珠宝零售店数量 194
- 图表：2019-2023年上海珠宝零售额 194
- 图表：2019-2023年上海珠宝零售主要品牌 194
- 图表：2019-2023年上海珠宝零售产品结构 195
- 图表：2019-2023年天津珠宝零售店数量 197
- 图表：2019-2023年天津珠宝零售额 197
- 图表：2019-2023年天津珠宝零售主要品牌 198

- 图表：天津珠宝零售产品结构 198
- 图表：2019-2023年广东珠宝零售店数量 200
- 图表：2019-2023年广东珠宝零售额 200
- 图表：广东珠宝零售主要品牌 201
- 图表：广东珠宝零售产品结构 201
- 图表：2019-2023年浙江珠宝零售店数量 206
- 图表：2019-2023年浙江珠宝零售额 206
- 图表：广东珠宝零售主要品牌 206
- 图表：浙江省珠宝零售产品结构 207
- 图表：2019-2023年江苏珠宝零售店数量 208
- 图表：2019-2023年江苏珠宝零售额 209
- 图表：江苏省部分珠宝首饰公司 209
- 图表：江苏珠宝零售产品结构 210
- 图表：中国珠宝企业市场份额 216
- 图表：2019-2023年中国珠宝区域市场结构占比 217
- 图表：2019-2023年我国十大(珠宝店)珠宝品牌top10排行榜 218
- 图表：集团架构分析 299
- 图表：2019-2023年中国珠宝零售总额及变化 323
- 图表：2024-2029年中国珠宝零售额预测 324
- 图表：2024-2029年珠宝人均消费 325
- 图表：珠宝行业产业链 329

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/sc/20190603/121882.shtml>

在线订购：[点击这里](#)