

# 2020-2026年中国珠宝市场 全景调查与行业竞争对手分析报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国珠宝市场全景调查与行业竞争对手分析报告》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.cction.com/report/201912/146001.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

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

## 第八章 领先珠宝企业发展战略研究

### 8.1 传统珠宝品牌企业发展战略研究

#### 8.1.1 周大福珠宝集团有限公司

(一) 企业偿债能力分析

(二) 企业运营能力分析

(三) 企业盈利能力分析

#### 8.2 珠宝电子商务领先企业个案分析

(一) 企业偿债能力分析

(二) 企业运营能力分析

(三) 企业盈利能力分析

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TOP3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 2015-2019年我国珠宝行业总资产周转率

图表 6 2015-2019年我国珠宝行业净资产增长率

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

图表 15 选择珠宝网站时主要考虑因素（1分表示非常不重要，5分表示非常重要）

图表 16 不同城市消费者珠宝信息搜索情况

图表 17 消费者通过互联网搜索的珠宝信息

图表 18 除互联网之外，珠宝信息的获取途径

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201912/146001.html>