

2024-2030年中国珠宝首饰 行业发展态势与市场运营趋势报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国珠宝首饰行业发展态势与市场运营趋势报告》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/202310/418260.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国珠宝首饰行业发展态势与市场运营趋势报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。 报告目录： 第一章 珠宝首饰行业概述 1 1.1 珠宝首饰的分类及发展 1 1.1.1 珠宝首饰的分类 1 1.1.2 珠宝首饰行业的界定 1 1.2 珠宝首饰行业政策环境 1 1.2.1 珠宝首饰行业管理体制 1 1.2.2 珠宝首饰行业主要政策法规 2 1.2.3 珠宝首饰行业主要标准 3 第二章 国际珠宝首饰行业分析 5 2.1 世界珠宝首饰行业综述 5 2.1.1 行业品牌盘点 5 2.1.2 产业地区特色 5 2.1.3 国际市场规模 8 2.1.4 市场格局分析 8 2.1.5 市场竞争分析 9 2.2 美国 10 2.2.1 市场消费规模 10 2.2.2 市场消费结构 11 2.2.3 市场消费特点 12 2.2.4 市场消费渠道 13 2.2.5 市场集中度 14 2.3 日本 15 2.3.1 市场消费规模 15 2.3.2 市场人均消费 16 2.4 印度 16 2.4.1 行业地位概述 16 2.4.2 对外贸易分析 16 2.4.3 市场需求分析 17 第三章 中国珠宝首饰行业分析 18 3.1 中国珠宝首饰业发展综述 18 3.1.1 产业链分析 18 3.1.2 行业发展特点 18 3.1.3 行业发展阶段 19 3.1.4 行业发展壁垒 19 3.1.5 行业标准出台 20 3.2 珠宝首饰行业发展态势 22 3.2.1 市场消费规模 22 3.2.2 市场消费结构 24 3.2.3 市场品牌格局 24 3.3 珠宝首饰发展模式析 25 3.3.1 销售模式多元化 25 3.3.2 业务模式多元化 26 3.4 珠宝首饰电子商务的发展 27 3.4.1 珠宝电商发展进程 27 3.4.2 珠宝电商B2B模式 28 3.4.3 珠宝电商B2C模式 29 3.4.4 珠宝电商O2O模式 29 3.4.5 珠宝电商C2B模式 31 3.4.6 珠宝电商存在问题 33 3.4.7 珠宝电商发展建议 34 3.5 珠宝首饰业发展存在的问题 34 3.5.1 发展制约因素 34 3.5.2 行业发展问题 34 3.5.3 品牌管理运营不完善 35 3.5.4 行业普遍存在的问题 36 3.6 珠宝首饰业发展建议对策 37 3.6.1 行业发展策略 37 3.6.2 加强品牌建设 37 3.6.3 创造具有个性的消费文化 37 第四章 中国珠宝首饰市场分析 38 4.1 中国珠宝首饰市场总体状况 38 4.1.1 市场发展特点 38 目前，婚恋市场仍是珠宝消费占比最大的需求，维持行业刚需。我国婚庆市场从传统的“三金”（黄金项链，黄金手镯（手链），黄金耳环）到现在的“三金一钻”（黄金项链，黄金手镯（手链），黄金耳环，钻石戒指）说明珠宝首饰是我国婚庆市场的必需品。特别是现在钻石代表着爱情的见证，已得到消费者的认可，成为结婚必备，“钻石恒久远，一颗永流传”，“情定一钻，缘起三生”“21克拉钻戒代表21克灵魂”等。 4.1.2 市场行为分析 40 4.1.3 市场绩效分析 43 4.2 珠宝首饰市场动态 47 4.2.1 区域市场特征 47 4.2.2 市场消费态势 49 4.2.3 低档市场态势 49 4.2.4 销售渠道 49 4.3 珠宝首饰市场竞争格局 50 4.3.1 市场竞争格局 50 4.3.2 市场品牌竞争力 50 4.3.3 区域市场竞争 51 4.3.4 产业链竞争 51 4.3.5 差异化竞争 52 4.3.6 竞争形势 52 4.4 珠宝首饰市场消费分析 53 4.4.1 消费水平环境 53 4.4.2 消

费区域分析 54 4.4.3 消费年龄特征 55 4.4.4 消费群体分析 56 4.4.5 消费观念转变 57 4.5 珠宝首饰市场进口分析 57 4.5.1 中国珠宝首饰类进口税率 57 4.5.2 中国珠宝首饰进口情况分析 58 第五章 黄金首饰行业分析 60 5.1 黄金首饰的相关介绍 60 5.1.1 纯金首饰 60 5.1.2 K金首饰 60 5.1.3 镀金首饰 60 5.2 中国黄金首饰市场分析 60 5.2.1 产量规模分析 60 5.2.2 市场需求状况 61 5.2.3 价格走势分析 63 5.2.4 市场发展态势 63 5.3 黄金市场需求态势分析 64 5.3.1 黄金需求前景乐观 64 5.3.2 金饰需求增长明显 65 5.3.3 投资需求日趋明显 65 5.3.4 高端技术推动工业需求 66 5.4 黄金首饰行业存在的问题及发展对策 67 5.4.1 行业发展问题 67 5.4.2 行业发展策略 67 第六章 铂金首饰行业分析 68 6.1 铂金的相关介绍 68 6.1.1 铂金的概念 68 6.1.2 铂金的种类与特点 68 6.1.3 铂金的矿产资源 69 6.2 铂金首饰简介 69 6.2.1 铂金首饰历史文化 69 6.2.2 铂金首饰制作工艺 70 6.3 世界铂金首饰行业分析 70 6.3.1 中国市场综述 70 6.3.2 市场供需规模 70 6.3.3 市场格局分析 71 6.4 中国铂金首饰市场分析 72 6.4.1 市场消费情况 72 6.4.2 市场发展态势 72 6.4.3 发展趋势分析 73 第七章 钻石首饰行业分析 74 7.1 钻石的相关概述 74 7.1.1 钻石的简介 74 7.1.2 品质与价值 74 7.1.3 钻石工业起源 74 7.2 中国钻石产业政策环境 77 7.2.1 企业审批政策 77 7.2.2 海关监管政策 78 7.2.3 钻石税收政策 78 7.2.4 外汇管理政策 79 7.2.5 证书管理政策 79 7.3 中国钻石行业发展综述 80 7.3.1 行业发展概况 80 7.3.2 市场业绩表现 80 7.3.3 行业市场竞争 81 7.3.4 工业发展建议 81 7.3.5 市场机会分析 81 7.4 中国钻石市场交易状况 82 7.4.1 市场交易概况 82 7.4.2 市场交易规模 82 7.4.3 市场进口分析 83 7.4.4 市场需求分析 83 第八章 珍珠首饰行业分析 84 8.1 珍珠的概念与特性 84 8.1.1 定义与分类 84 8.1.2 产品品类 85 8.1.3 历史文化 86 8.2 中国淡水珍珠市场分析 87 8.2.1 行业发展概况 87 8.2.2 市场培育特点 87 8.2.3 市场产量规模 87 8.2.4 市场交易规模 88 8.3 中国珍珠首饰行业分析 88 8.3.1 行业发展概况 88 8.3.2 市场不足分析 88 8.3.4 行业提升策略 89 第九章 其它珠宝首饰行业分析 90 9.1 银饰品 90 9.1.1 市场发展概况 90 9.1.2 行业发展问题 91 9.1.3 行业发展现状 93 9.1.4 行业发展趋势 94 9.2 翡翠首饰 96 9.2.1 产品相关概念 96 9.2.2 产业发展优势 96 9.2.3 原材料发展分析 97 9.2.4 行业发展问题 98 9.2.5 市场发展趋势 98 9.3 玛瑙与玉石饰品 100 9.3.1 玛瑙相关介绍 100 9.3.2 玛瑙主要产地 100 9.3.3 玉石价值探究 100 第十章 主要地区珠宝首饰行业分析 102 10.1 深圳市 102 10.1.1 行业发展现状 102 10.1.2 行业发展特点 102 10.1.3 区域品牌建设 103 10.1.4 产业转型升级 103 10.1.5 行业发展问题 103 10.1.6 行业发展对策 104 10.2 广州市 106 10.2.1 产业发展现状 106 10.2.2 产业发展对策 107 10.3 上海市 108 10.3.1 市场发展现状 108 10.3.2 市场渠道分布 108 10.3.3 市场面临挑战 109 10.3.4 产业发展建议 109 第十一章 中国珠宝首饰行业营销分析 111 11.1 珠宝首饰行业营销模式分析 111 11.1.1 展销会模式 111 11.1.2 价格促销模式 111 11.1.3 广告促销模式 111 11.1.4 关系营销模式 111 11.1.5 体验式营销模式 111 11.2 珠宝首饰行业营销策略分析 112 11.2.1 珠宝首饰营销关键点 112 11.2.2 珠宝首饰营销策略 112 11.3 钻饰区域市场的营销策略及建议 113 11.3.1 中国整体

市场 113 11.3.2 华东和华中地区 114 11.3.3 南北地区建议 115 11.4 珠宝首饰业营销案例分析--
赛菲尔珠宝 115 11.4.1 产品策略 115 11.4.2 价格策略 116 11.4.3 品牌策略 116 11.4.4 促销策略
117 11.4.5 渠道策略 117 第十二章 国际知名珠宝首饰品牌发展分析 119 12.1 周大福 119 12.1.1
企业发展概况 119 12.1.2 企业经营情况 120 12.1.3 在华运作策略 121 12.2 谢瑞麟 121 12.2.1 企业
发展概况 121 12.2.2 经营情况 122 第十三章 中国珠宝首饰行业上市公司分析 123 13.1 武汉金
凰珠宝股份有限公司 123 13.1.1 企业发展概况 123 13.1.2 财务状况分析 123 13.1.3 未来前景展望
124 13.2 老凤祥股份有限公司 124 13.2.1 企业发展概况 124 13.2.2 财务状况分析 125 13.2.3 未来
前景展望 126 13.3 东方金钰股份有限公司 126 13.3.1 企业发展概况 126 13.3.2 财务状况分析
127 13.3.3 未来前景展望 128 13.4 广东潮宏基实业股份有限公司 128 13.4.1 企业发展概况 128
13.4.2 财务状况分析 129 13.4.3 未来前景展望 130 13.5 深圳市爱迪尔珠宝股份有限公司 130
13.5.1 企业发展概况 130 13.5.2 财务状况分析 131 13.5.3 未来前景展望 132 13.6 金洲慈航集团股
份有限公司 133 13.6.1 企业发展概况 133 13.6.2 财务状况分析 135 13.6.3 未来前景展望 135 第
十四章 珠宝首饰行业投资与发展趋势分析 137 14.1 中国珠宝首饰行业的投资环境与机会 137
14.1.1 珠宝首饰投资价值分析 137 14.1.2 珠宝市场投资空间分析 138 14.1.3 珠宝首饰行业投资风
险 138 14.2 中国珠宝首饰行业发展展望 138 14.2.1 珠宝首饰市场发展方向 138 14.2.2 珠宝首饰
行业发展趋势 139 14.2.3 珠宝首饰行业走势判断 141 14.3 中国珠宝首饰制造行业预测分析 141
14.3.1 行业发展有利因素 141 14.3.2 行业发展不利因素 142 14.3.3 行业零售规模预测 143

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/418260.html>