

2014-2020年中国金银珠宝 首饰市场监测与投资战略研究报告

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

《2014-2020年中国金银珠宝首饰市场监测与投资战略研究报告》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/201408/110659.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

我国已经成为世界上少数几个珠宝首饰年消费额超过300亿美元的国家之一，成为全球最重要的珠宝消费市场。一些重要珠宝产品的消费均居世界前列。内地珠宝首饰加工企业主要集中在广东省、山东省、上海市、福建省、浙江省。广东省居全国珠宝首饰生产量首位，其中又以深圳和番禺为主要加工基地。

2009年，我国在国际金融危机的冲击下，走过了最困难的一年。珠宝首饰行业同样面临困境，企业家和行业组织（机构）表现出了应对危机的坚强信心，变危机为机遇，销售总额同比增长10%，取得了2200亿元销售总额的好业绩。出口超过70亿美元，除2009年外，以往年份出口年增长率也超过20%。截至2009年，全国工商注册的各类珠宝企业有5万多家，从业人员300多万人。其中，珠宝零售企业大约4万家，从业人员150多万人。

2010年我国部分消费品六月增幅呈现小幅回落趋势，但黄金珠宝却因消费者投资保值需求而势头不减，销售额依然保持大幅增长。6月份，中国金银珠宝零售额同比增长56.2%。而2010年上半年，我国金银珠宝零售额达到595亿元，同比增长42.7%。我国钻石转口贸易呈现活跃状态，上半年我国钻石转口贸易额达到5.75亿美元，同比增长76.0%。2010年以来，我国高档翡翠延续了2009年的价格走势，涨了20%。每年下半年，进入传统的婚嫁期，就是珠宝首饰的消费旺季。这类商品的销售几乎年年创新高。而2010年，从目前情况来看，各商家开始提前暗自较劲，预计中秋和国庆都将迎来购买高峰。

面对2009年全球经济危机的考验，中国内地珠宝零售市场却一枝独秀，各类金银珠宝需求量名列世界前茅。预计到2010年，中国将有2.5亿消费者有能力购买珠宝，中国珠宝消费总额将达到空前的1800亿元，中国也将成为最大的珠宝首饰消费国。那么，在当前珠宝首饰市场瞬息万变的形势下，我国珠宝首饰企业该如何分析当前发展形势、把握未来市场发展方向、及时调整产品结构，并根据行业趋势制定发展战略呢？

本行业报告主要依据国家统计局、国家商务部、国家海关总署、中国黄金协会、中国珠宝玉石首饰行业协会、全国商业信息中心、上海黄金交易所、世界黄金协会、国际铂金协会、香港贸易发展局、国内外相关刊物的基础信息以及金银珠宝首饰行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料。

本金银珠宝首饰行业报告，立足于世界金银珠宝首饰行业整体发展大势，对中国金银珠宝首饰行业的发展情况、经济运行数据、主要细分市场、进出口、市场营销、竞争格局等进行了分析及预测，并对未来金银珠宝首饰行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了金银珠宝首饰行业今后的发展与投资策略，为金银珠宝首饰生产、设计、贸易及经销等企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及

时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录

第一部分 金银珠宝首饰行业及市场分析

第一章 我国珠宝首饰行业发展现状 1

第一节 珠宝首饰的分类和商品属性 1

一、珠宝首饰的分类 1

二、珠宝的商品属性 3

三、珠宝首饰行业的特点 6

第二节 我国珠宝首饰业发展环境分析 9

一、2014年中国宏观经济运行分析 9

二、2014年中国经济发展预测 25

第三节 我国珠宝首饰行业发展现状 30

一、中国珠宝首饰行业30年发展回顾 30

二、中国珠宝首饰行业面临转型良机 34

三、我国珠宝首饰批发企业的现状分析 37

四、2013年我国珠宝首饰行业发展现状分析 39

五、2014年黄金珠宝业酝酿制定行业标准 42

六、2014年两岸珠宝行业合作研制珠宝首饰共通标准 43

七、2014年《珠宝首饰行业服务规范》起草单位征集通知 43

八、我国珠宝玉石首饰行业发展瓶颈分析 45

九、我国珠宝首饰行业面临的基本问题及应对措施 45

第四节 我国珠宝首饰生产加工设计业现状及趋势 47

一、我国珠宝加工业发展概况 47

二、我国珠宝加工企业分布状况 48

三、我国珠宝首饰设计业现状分析 48

四、我国珠宝加工业发展主要制约因素 51

五、未来中国将成为世界级珠宝首饰生产加工中心 52

第五节 我国珠宝首饰行业存在的问题 52

一、未有强势品牌 52

二、劳动生产率低 53

三、设备及设计理念落后 53

四、管理显得滞后	53
五、员工素质有待提高	54
六、珠宝业标准缺失暴利遍布急需立法	54
第二章 珠宝首饰行业不同市场概况	57
第一节 珠宝消费者市场分析	57
一、珠宝消费者市场概述	57
二、我国珠宝市场产业链简介	58
二、男性珠宝饰品消费市场渐形成	58
三、珠宝消费者购买心理与购买动机	59
四、影响珠宝消费者购买行为的因素	63
五、珠宝消费者购买决策过程分析	68
第二节 我国珠宝中间商市场	71
一、批发商	72
二、零售商	72
第三节 珠宝生产者市场分析	74
一、从交易规模和交易方式来看	75
二、从购买行为来看	75
三、从购买目的来看	75
四、从交易行为主体来看	75
五、从决策类型和决策过程来看	76
第四节 珠宝服务市场	76
一、珠宝设备供给市场	76
二、珠宝加工、镶嵌市场	76
三、首饰陈设、包装服务市场	77
第三章 中国珠宝首饰市场整体分析	78
第一节 中国珠宝首饰市场总体状况	78
一、国内珠宝首饰市场结构的表现	78
二、中国珠宝首饰市场销售渠道分析	81
三、中国珠宝首饰市场竞争形势	83
四、珠宝首饰市场的信息不对称问题剖析	84
五、中国珠宝首饰消费市场的变化	86
第二节 珠宝首饰市场现状分析	87

一、中国人均珠宝消费量	87
二、政策支持力度加大，行业逐步规范	88
三、婚庆市场和旅游市场消费成为珠宝消费新热点	89
四、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	90
五、贵金属投资性需求刺激珠宝消费	91
第三节 2013-2014年珠宝首饰市场发展情况及趋势	92
一、2013年我国珠宝市场规模分析	92
二、2014年中国珠宝首饰行业发展分析	92
三、2014年中国金银珠宝行业发展预测	95
第二部分 金银珠宝首饰细分行业分析	
第四章 黄金行业发展情况分析	96
第一节 2013-2014年国际黄金市场分析	96
一、2013年全球黄金市场供应概况	96
二、2013年全球黄金市场需求概况	100
三、2013年全球主要行业黄金需求分析	101
四、2013年世界黄金市场供求总结	109
五、2014年全球黄金需求状况	111
六、2014年全球黄金需求特性	113
第二节 2013-2014年我国黄金行业运行情况分析	114
一、2013年黄金行业经济运行情况	114
二、2014年黄金行业经济运行情况	116
三、2014年我国黄金产量	117
四、2014年我国黄金消费量	119
第三节 2011-2014年我国黄金行业政策颁布情况	119
一、我国黄金资源开采政策取向	119
二、2011年黄金表壳、黄金表带纳入进出口管理范围	123
三、2011年国家明确黄金期货交易有关税收政策	123
四、2013年六部委《关于促进黄金市场发展的若干意见》促黄金市场	124
五、2014年中国设定国家黄金标准为99.999%	124
六、2014年国家安全监管总局关于加强金矿开采企业粉尘危害治理工作的通知	125
第四节 2006-2014年我国黄金生产和消费情况分析	127
一、2006-2014年中国黄金产量数据	127

二、2013年中国黄金产量数据	131
三、2014年我国黄金产量统计	133
四、国内现货黄金交易量全球第一	134
第五节 2014年我国黄金区域市场分析	134
一、广东	134
二、深圳	136
三、河南	136
四、山东	137
五、新疆	138
六、江西	138
七、云南	139
八、青海	139
九、吉林	140
第六节 2014年中国黄金投资策略分析	140
一、2014年全球黄金行情展望	140
二、2014年黄金投资机会分析	142
第五章 钻石行业发展情况分析	144
第一节 世界钻石行业情况	144
一、世界钻石资源分布	144
二、世界钻石市场体系	153
三、2014年国际钻石市场分析	160
第二节 我国钻石行业分析	161
一、钻石加工业发展现状	161
二、中国钻石首饰零售业的现状	163
三、中国成为世界钻石行业的中心	165
四、面对国际化竞争国内钻石企业大有可为	166
第三节 中国钻石市场发展分析	166
一、我国钻石市场的发展状况	166
二、浅析钻石市场交易的价格评估	167
三、2013年中国成为世界第二大钻石消费市场	170
四、2014年中国钻石市场分析	171
五、2014-2020年我国钻石市场发展展望	171

第六章 珍珠行业发展情况分析 173

第一节 珍珠的贸易及市场 173

一、珍珠的来源及分类 173

二、珍珠的采收简介 175

三、国际珍珠贸易及市场 176

第二节 我国珍珠行业分析 184

一、中国珍珠业分析 184

二、中国淡水珍珠产地重心转移 186

三、中国珍珠产业大问题 187

四、我国珍珠首饰行业发展策略 189

五、2011年企鵝珍珠贝附壳珍珠培育成功 193

第三节 2014年中国珍珠行业发展情势分析 194

一、我国淡水珍珠市场现状和发展趋势 194

二、2014年珍珠价格与销量情况 194

三、2014年浙江省珍珠产业协会发布《养殖珍珠首饰》行业标准 195

四、2014年浙江诸暨珍珠产业打破全球高端珍珠市场垄断局面 195

五、2014年诸暨发布珍珠价格指数 196

六、2014年浙江绍兴市淡水珍珠产业呈现三大特征 198

第四节 珍珠主要产区分析 199

一、雷州 199

二、诸暨 200

三、常德 202

第五节 浙江珍珠产业化发展的深思 203

一、发展珍珠产业的基础 203

二、存在的问题 204

三、发展珍珠产业化的新途径 204

第六节 中国海水珍珠发展的思考 207

一、世界海水珍珠基本现状 207

二、我国海水珍珠的基本状况 207

三、我国海水珍珠与淡水珍珠之比较 207

四、我国珍珠产业链分析与发展建议 207

五、我国海水珍珠产业发展的思考 208

第七章 翡翠行业发展情况分析 210

第一节 翡翠的贸易与市场 210

一、翡翠的相关概述 210

二、翡翠的产地及来源 210

三、翡翠的交易及市场 213

第二节 2014年我国翡翠市场分析 217

一、我国翡翠加工流程 217

二、翡翠市场发展前景 220

三、翡翠饰品的五种商品类型 221

四、礼品升温对翡翠行业的影响分析 222

五、翡翠市场发展主要影响因素分析 224

六、2014年华南首家和田玉交易中心在深圳开业 225

七、2014年新疆和田玉原料市场交易信息联盟成立 225

八、2014年翡翠市场价格情况分析 226

第三节 翡翠文化市场发展分析 227

一、品牌战略培训创新颠覆传统 227

二、诚信经营晋商理念深入发扬 228

三、传播文化勾勒完美绿色时尚 229

第四节 翡翠行业投资分析 229

一、物以稀为贵 230

二、文化底蕴深厚 230

三、三分料，七分工 231

四、文化独具魅力 231

五、翡翠投资价值分析 231

六、投资前景巨大 232

第八章 其他细分行业分析 233

第一节 白银行业 233

一、我国白银工业发展现状 233

二、2006-2014年中国白银产量数据 234

三、2013年世界白银市场的供需分析 238

四、2014年白银市场发展分析 242

五、白银市场重要发展空间分析 245

六、中国白银首饰业的发展前景和趋势 247

第二节 铂金行业 248

一、2014年我国铂金市场价格情况 248

二、2014年我国铂金首饰消费比价情况 249

三、2014年我国铂金投资机会 249

第九章 主要区域市场发展情况分析 251

第一节 广东市场发展情况分析 251

一、广东珠宝加工业现状与特点 251

二、广东珠宝行业的竞争问题 251

三、广东领跑黄金珠宝首饰行业 252

四、2013年广东珠宝贵金属抽检结果分析 253

五、2013年广东黄金饰品将告别以克论价 254

六、番禺珠宝首饰行业发展状况分析 255

七、广州花都珠宝首饰行业发展状况分析 256

八、2014年广东省出台《黄金及其他贵金属珠宝产业发展十二五规划》 257

九、东莞成广东重点发展黄金珠宝产业城市之一 258

第二节 深圳市场发展情况分析 258

一、深圳珠宝产业集聚地概况 258

二、深圳支持珠宝企业走向全球 261

三、深圳抢占珠宝电子商务高地 262

四、200家珠宝品牌汇聚深圳西部 264

五、2014年美国深圳珠宝中心即将启动 265

六、深圳珠宝首饰产业创新的思考 265

七、深圳珠宝首饰产业集聚地远景 267

八、深圳珠宝加工企业的产品附加值提高之路 268

第三节 2014年上海市场发展情况分析 270

一、上海黄金珠宝业市场概况 270

二、上海黄金珠宝业品牌格局分析 270

三、上海黄金珠宝业产品结构分析 272

四、上海黄金珠宝业发展方向分析 273

五、上海黄金珠宝市场机遇与挑战并存 274

六、上海黄金珠宝行业即将进入创意时代 275

七、2014年上海黄金珠宝消费预测	275
第四节 北京市场发展情况分析	276
一、北京市珠宝批发市场状况综述	276
二、北京珠宝新市场发展情况分析	277
三、2014年北京黄金珠宝市场分析	278
第五节 2014年其他地区珠宝市场发展概况	279
一、云南	279
二、甘肃	280
三、辽宁	283
四、湖南	283
五、黑龙江	284
六、南京	284
七、武汉	284
八、重庆	285
九、银川	285
十、济南	286
十一、天津	287
十二、兰州	287
十二、镇江	289
第十章 浙江省金银珠宝首饰市场分析	291
第一节 2013-2014年浙江省金银珠宝市场分析	291
一、2013年浙江省金银珠宝市场分析	291
二、2014年浙江省金银珠宝市场分析	292
第二节 2013-2014年浙江省黄金产量分析	293
一、2013年浙江省黄金产量分析	293
二、2014年浙江省黄金产量分析	293
三、2006-2014年浙江省黄金产量分析	294
第三节 2013-2014年浙江省白银市场分析	294
一、2013年浙江省白银市场分析	294
二、2014年浙江省白银市场分析	295
三、2006-2014年浙江省白银产量分析	295
第四节 2013-2014年浙江金银珠宝主要城市分析	296

一、杭州	296
二、宁波	299
三、温州	300
四、绍兴	301
第五节 2013-2014年浙江明牌珠宝股份有限公司分析	301
一、公司简介	301
二、2013年企业经营情况分析	302
三、2014年企业经营情况分析	302
四、2011-2014年企业财务数据分析	303
五、2014年公司发展展望及策略	309
第三部分 金银珠宝首饰营销策略分析	
第十一章 珠宝首饰业消费者分析	310
第一节 我国消费品市场形势分析	310
一、2013年居民生活水平分析	310
二、2013年零售市场情况分析	311
三、2014年中国财富景气指数情况	312
四、2014年中国奢侈品消费市场	313
第二节 2013-2014年中国珠宝消费市场分析	319
一、2014年中国珠宝消费形势分析	319
二、2014年国内珠宝消费市场情况	320
三、我国珠宝首饰市场交易主体问题	322
四、我国珠宝消费市场需求潜力分析	324
五、金饰成为婚庆珠宝市场消费主流	325
第三节 珠宝消费者市场特点分析	326
一、从消费水平上来看	327
二、从顾客构成来看	327
三、从交易的规模和方式来看	327
四、从购买行为来看	327
五、从购买目的来看	328
六、从购买行为主体来看	328
第四节 珠宝首饰消费心理特征分析	328
一、美化装饰心理	328

二、象征寓意心理 329

三、社会礼仪心理 329

四、储备心理 329

五、时髦心理 329

六、纪念心理 330

七、身份心理 330

八、艺术心理 330

九、感情心理 330

十、实用心理 330

第五节 中国珠宝首饰消费的地理特征 331

一、珠宝消费能力 331

二、珠宝品牌认知度 331

三、珠宝品牌渗透率 332

四、最时尚的珠宝品牌 332

五、珠宝消费地理特征的启示 332

第五节 珠宝消费市场趋势 333

一、个性化趋势 333

二、高档化趋势 333

三、名牌化趋势 333

第十二章 珠宝首饰业的营销现状与策略 334

第一节 中国珠宝市场营销环境分析 334

一、人口环境 334

二、经济环境 335

三、社会文化环境 336

四、政治法律环境 337

第二节 珠宝首饰业销售渠道分析 338

一、珠宝零售及批发渠道 338

二、我国饰品行业的主要销售形式 340

三、我国饰品行业的主要发展趋势 340

四、2014年我国珠宝行业电子商务或将现井喷式发展 341

第三节 我国珠宝首饰业中的营销手段分析 343

一、展销 343

二、价格促销 343

三、广告促销 344

四、加盟连锁 345

五、渠道营销 345

六、网络营销 347

七、品牌营销 348

八、关系营销 350

第四节 珠宝首饰的价值构成及价格策略 351

一、珠宝首饰的价值构成 351

二、价格及价格制定 354

第五节 珠宝首饰业的差异化营销与市场定位 356

一、珠宝的差异化营销 356

二、我国珠宝厂商的正确市场定位 360

第六节 中国饰品市场竞争策略 362

一、中国饰品市场的六个主要竞争策略 362

二、中国珠宝中小企业的竞争策略 365

第七节 提升中国珠宝首饰零售业核心竞争力的措施 367

一、核心竞争力的含义与特征 367

二、我国珠宝首饰行业营销方式存在的问题 368

三、提升中国珠宝首饰零售业核心竞争力的措施 368

第八节 珠宝首饰业的网络营销情况分析 372

一、传统珠宝零售商进军互联网新战场 372

二、网络时代给传统经济带来的机遇与挑战 373

三、珠宝首饰网络营销的模式与基本内容 374

四、珠宝首饰网络营销的现状与发展 376

五、中国珠宝首饰在线消费需求分析 377

六、珠宝首饰网络“DIY”营销模式 380

第十三章 珠宝专卖终端管理策略 382

第一节 珠宝专卖终端管理不同时期特点与应对策略 382

一、导入期的特点及应对策略 382

二、上升期的特点及应对策略 383

三、成长期的特点及应对策略 383

四、成熟期的特点及应对策略 384

第二节 珠宝专卖终端管理店址选择与陈列策略 385

一、店址选择 385

二、店头的照明与色彩 386

三、POP广告 388

四、商品陈列设计 388

第三节 珠宝专卖终端销售过程的礼貌和用语 389

第四节 珠宝专卖终端促销策略 393

第五节 六桂福珠宝终端运营之道 398

第四部分 金银珠宝首饰行业竞争分析

第十四章 行业竞争格局分析 400

第一节 我国珠宝业总体格局 400

一、我国珠宝业竞争形势分析 400

二、珠宝商差异化竞争现状分析 401

三、珠宝电子商务的竞争优势分析 404

四、2014年珠宝行业竞争状况分析 407

五、中国珠宝首饰业将面临群雄纷争的未来 407

六、2014年中外珠宝商争夺内地市场 409

六、目前我国市场上各大珠宝品牌商竞争情况、分布情况 411

第二节 2011-2014年外资进入中国市场情况分析 411

一、2011年卡地亚高级珠宝南京首发 411

二、2011年欧洲顶级珠宝再次访问中国 412

三、2011年绰美珠宝进入中国对决卡地亚 412

四、2011年意大利珠宝瞄准中国市场 413

五、2013年法国殿堂级珠宝Chaumet进驻春城 415

六、2013年亚洲知名珠宝品牌昭仪翠屋进驻上海 416

七、2014年戴比尔斯珠宝北京精品店隆重开张 417

八、2014年CHAUMET成都专门店进驻美美百货 417

第三节 区域珠宝品牌间的合作竞争博弈探讨 418

一、中国珠宝首饰行业概况及竞争形势 418

二、区域珠宝品牌间合作竞争博弈的意义 418

三、区域珠宝品牌间合作竞争博弈领域和方式 419

四、区域珠宝品牌间合作竞争博弈的建议策略 420

五、未来区域珠宝首饰品牌间的合作竞争博弈 421

第十五章 行业主要企业分析 422

第一节 香港周生生珠宝 422

一、公司简介 422

二、2013年公司经营情况分析 422

三、2014年公司经营情况分析 423

四、2011-2014年公司财务数据分析 423

五、2014年周生生推出全新品牌形象 425

第二节 明丰珠宝集团有限公司 427

一、公司简介 427

二、2011年公司经营情况分析 427

三、2013年明丰珠宝收购Joy 429

四、2014年明丰珠宝引入亨得利为大股东 429

第三节 谢瑞麟珠宝金行(中国)公司 430

一、公司简介 430

二、谢瑞麟珠宝复牌之路 430

三、公司未来发展展望与策略 432

四、谢瑞麟珠宝金行公司北京市场营销策略探讨 432

第四节 六福珠宝 434

一、公司简介 434

二、2013年公司经营情况分析 434

三、2011-2014年公司财务数据分析 435

四、六福珠宝发布二三线城市扩张计划 437

第五节 东方金钰 438

一、公司简介 438

二、2013年企业经营情况分析 440

三、2014年企业经营情况分析 441

四、2011-2014年企业财务数据分析 441

五、2014年公司发展展望及策略 447

第六节 老凤祥 450

一、公司简介 450

- 二、老凤祥竞争优势分析 450
- 二、2013年企业经营情况分析 451
- 三、2014年企业经营情况分析 452
- 四、2011-2014年企业财务数据分析 452
- 五、2014年公司发展展望及策略 459
- 七、老凤祥公司未来发展战略分析 461
- 八、老凤祥公司增强首饰设计软实力策略 462

第七节 周大福珠宝金行 464

- 一、公司发展大事记 464
- 二、公司发展历程 465
- 三、2014年公司在内地开设分店数量 466
- 四、2014年周大福IPO 466

第八节 千禧之星 468

- 一、公司简介 468
- 二、企业经营情况分析 469

第九节 恒和珠宝 470

- 一、公司简介 470
- 二、2013年公司将逐步成为集团营运中心 471
- 三、2013财年企业经营情况分析 472

第十节 其他知名企业 472

- 一、深圳市福麒珠宝首饰有限公司 472
- 二、香港周六福珠宝集团 473
- 三、香港名钻坊 478
- 四、广东潮宏基 478
- 五、浙江日月首饰集团有限公司 480
- 六、北京菜百 481
- 七、上海老庙黄金有限公司 481

第五部分 金银珠宝首饰行业发展趋势与战略

第十六章 2014-2020年珠宝首饰行业未来发展趋势分析 483

第一节 行业发展政策环境分析 483

第二节 2014-2020年中国珠宝首饰行业发展趋势分析 484

- 一、未来中国珠宝首饰行业的发展方向 484

二、中国珠宝首饰行业发展趋势判断	485
三、中国珠宝首饰行业消费潜力巨大	486
四、2014-2020年我国珠宝销售预测	487
五、2015年中国奢侈品消费情况预测	487
第十七章 2014-2020年珠宝首饰行业发展对策分析	491
第一节 珠宝品牌战略制胜策略	491
一、珠宝企业品牌发展战略	492
二、珠宝区域品牌发展战略	493
三、珠宝国家品牌发展战略	495
第二节 珠宝首饰行业品牌发展策略	496
一、珠宝品牌建设急需借鉴传统文化	496
二、珠宝企业如何树立品牌才是长久之计	497
三、中国珠宝企业应加强研发从贴牌走向自主设计	499
四、珠宝业：从渠道为王向品牌之争的过渡	500
五、三线珠宝企业品牌升级的路径	503
六、中国饰品企业应谋“四势”求发展	506
七、中国饰品急需差异化品牌定位	508
第三节 浅谈中国珠宝首饰业的价格战和价格联盟	509
一、价格、价格战和价格联盟的定义	510
二、珠宝企业之间的价格战和价格联盟	510
三、珠宝企业的价格战和价格联盟选择	511
四、未来珠宝企业间的价格战和价格联盟	512
第四节 黄金行业发展循环经济策略	513
一、发展循环经济的思考	513
二、发展循环经济的建议	514
三、发展循环经济的有效途径	514
第五节 珍珠珠宝首饰企业发展之道	515
一、提高原珠质量	515
二、增强设计水平	516
三、重视珍珠推广	516
四、树立强势品牌	517
五、解读珍珠文化	517

第六节 珠宝行业信息化解决方案 518

一、珠宝饰品行业管理现状 518

二、管理总体需求 519

三、管理预期目标 520

第七节 对于企业进入珠宝行业的建议 521

一、从价值链角度看 521

二、各种首饰的发展前景 523

图表目录

图表：2006-2014年国内生产总值及其增长速度 10

图表：2014年1-3月居民消费价格月度涨跌幅度 10

图表：2014年居民消费价格比上年涨跌幅度 10

图表：2014年1-3月新建商品住宅月环比价格下降、持平、上涨城市个数变化情况 11

图表：2006-2014年城镇新增就业人员人数 12

图表：2006-2014年年末国家外汇储备及其增长速度 12

图表：2006-2014年公共财政收入及其增长速度 13

图表：2006-2014年粮食产量及其增长速度 13

图表：2006-2014年全年全部工业增加值及其增长速度 14

图表：2014年规模以上工业企业实现利润及其增长速度 15

图表：2006-2014年建筑业增加值及其增长速度 15

图表：2006-2014年全社会固定资产投资及其增长速度 16

图表：2006-2014年全社会消费品零售总额及其增长速度 17

图表：2014年货物进出口总额及其增长速度 17

图表：2006-2014年货物进出口总 18

图表：2014年非金融领域外商直接投资及其增长速度 18

图表：2014年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度 19

图表：2014年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度 19

图表：2006-2014年年末电话用户数 20

图表：2014年年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度 21

图表：2006-2014年普通高等教育、中等职业教育、普通高中招生人数 22

图表：2014年年末人口数及其构成 24

图表：2006-2014年全年农村居民人均纯收入及其实际增长速度 24

图表：2006-2014年全年农村居民人均纯收入及其实际增长速度 25

图表：2003年后珠宝零售增长较人均收入增长更快 31

图表：中国近代珠宝行业概况 32

图表：2011年中国主要珠宝首饰进口摘要 81

图表：中国较大规模的珠宝专业市场 82

图表：我国女性人均珠宝占有率与其他国家差距较大 87

图表：我国人均珠宝消费量低于世界平均水平 88

图表：2000-2013年鼓励珠宝行业发展的相关政策和行业政策 89

图表：1978-2013年我国人口出生率在上世纪90年代左右进入高峰 89

图表：1990-2013年我国境内结婚人数稳步提高 90

图表：2006-2013年入境游客人数持续增长 90

图表：2001-2013年国际旅游消费额快速增长 91

图表：1968-2014年黄金价格历史走势图 91

图表：2004-2014年国内黄金总需求量和投资需求量明显提高 92

图表：2006-2014年我国珠宝市场销售总额增长趋势图 93

图表：1998-2013年中国金银珠宝类零售总额（限额以上企业）规模及增速 94

图表：中国女性珠宝首饰占有率偏低 95

图表：2001-2011年我国结婚登记对数 95

图表：2013年全球黄金存量分布情况 96

图表：2005-2013年全球黄金供给结构 97

图表：2005-2013年世界主要产金国矿产金产量 97

图表：2005-2013年世界黄金矿产量统计 98

图表：2000-2011年世界黄金回收加工量增速加快中东和东亚仍是主要回收金加工国 99

图表：2005-2013年世界黄金矿供给统计 99

图表：2005-2013年世界黄金需求结构 100

图表：2005-2013年世界黄金需求统计 101

图表：2005-2013年世界首饰用金净需求 102

图表：2005-2013年首饰净需求对世界供求的影响 102

图表：2005-2013年世界首饰消费的黄金用量 103

图表：2005-2013年世界工业用金量 104

图表：2000-2013年电子工业用金在本世纪两次金融危机后都迅速下降 104

图表：2011年牙科用金各国占比，日本继续排名第一 105

图表：2005-2013年世界铸金条造币用金量 106

图表：2005-2013年世界主要国家金条和铸币用金 107

图表：2005-2013年世界黄金投资需求 108

图表：2005-2013年全球ETF黄金持仓量与现货金价 109

图表：2005-2013年世界黄金供求表 110

图表：2005-2013年世界黄金供求变化图 111

图表：2000-2013年我国黄金产量增长趋势图 114

图表：2013年1-12月国家外汇、黄金储备 116

图表：2001-2014年我国黄金产量增长趋势图 116

图表：2014年1-3月国际黄金价格走势图 117

图表：2006年1-12月全国及各省市黄金产量及增长率统计 127

图表：2011年1-12月全国及各省市黄金产量及增长率统计 128

图表：2011年1-12月全国及各省市黄金产量及增长率统计 129

图表：2011年1-12月全国及各省市黄金产量及增长率统计 130

图表：2013年1-12月全国及各省市黄金产量及增长率统计 132

图表：2014年1-3月全国及各省市黄金产量及增长率统计 133

图表：2006-2014年全国黄金产量及增长率统计 134

图表：世界钻石资源分布图 144

图表：1990-2001年出口塔希提珍珠的每克平均价格 179

图表：1990-2001年塔希提珍珠出口量 180

图表：2011年1-12月全国及各省市白银产量及增长率统计 236

图表：2011年1-12月全国及各省市白银产量及增长率统计 237

图表：2013年1-12月全国及各省市白银产量及增长率统计 242

图表：2014年1-3月全国及各省市白银产量及增长率统计 243

图表：2006-2014年全国及各省市白银产量及增长率统计 244

图表：2014年11月4日金交所黄金、铂金价格行情 250

图表：2013年1-12月浙江黄金产量及增长率统计 293

图表：2014年1-3月浙江黄金产量及增长率统计 293

图表：2006-2014年浙江黄金产量及增长率统计 294

图表：2013年1-12月浙江白银产量及增长率统计 294

图表：2014年1-3月浙江白银产量及增长率统计 295

图表：2006-2014年浙江白银产量及增长率统计 295

图表：2011-2014年浙江明牌珠宝股份有限公司主营构成表 303

图表：2011-2014年浙江明牌珠宝股份有限公司流动资产表 304
图表：2011-2014年浙江明牌珠宝股份有限公司长期投资表 305
图表：2011-2014年浙江明牌珠宝股份有限公司固定资产表 305
图表：2011-2014年浙江明牌珠宝股份有限公司无形及其他资产表 305
图表：2011-2014年浙江明牌珠宝股份有限公司流动负债表 305
图表：2011-2014年浙江明牌珠宝股份有限公司长期负债表 306
图表：2011-2014年浙江明牌珠宝股份有限公司股东权益表 306
图表：2011-2014年浙江明牌珠宝股份有限公司主营业务收入表

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201408/110659.html>