

2020-2026年中国中高端钻石珠宝市场深度分析与投资可行性报告

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

《2020-2026年中国中高端钻石珠宝市场深度分析与投资可行性报告》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/202004/159795.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

从商业模式来看，我国珠宝首饰企业可分为三类：1.以生产、加工为主：该类企业规模较小，主要为珠宝产业集群基地的中小企业；2.集设计、生产和销售为一体：该类企业综合实力较强，典型代表有周大福、老凤祥、潮宏基等；3.专注于品牌、渠道建设和运营：该类企业行业整合能力较强、运营效率较高、市场扩张和品牌价值提升较快，典型代表如周大生。

我国珠宝首饰企业运营模式

模式

特征

优势

劣势

主要企业

以设计或生产为主的珠宝首饰加工企业

以贴牌、代工为主

在其所在的产业链条细分领域具有较强的竞争优势

品牌形象不突出；发展规模有局限，渠道能力弱；毛利润低；综合实力较弱

TTF、缘与美、百泰等

一体化综合性珠宝首饰企业

业务链条涵盖设计、生产、销售；全面发展

易于维护整体品牌形象，塑造经典畅销系列产品；综合实力较强

运营成本较高；难以面面俱到；对企业综合管理能力要求较高

周大福、周生生、老凤祥、潮宏基、明牌珠宝等

专注于品牌和渠道建设的珠宝首饰运营企业

依托品牌优势做深渠道建设

有利于深度塑造品牌形象；渠道能力强，可较快实现企业规模化发展；毛利润水平较高

对供应商和渠道商的管理能力提出了更高要求；设计能力较弱，缺少经典产品

周大生等

数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2020-2026年中国中高端钻石珠宝市场深度分析与投资可行性报告》共十一章。首先介绍了中国中高端钻石珠宝行业市场发展环境、中高端钻石珠宝整体运行态势等，接着分析了中国中高端钻石珠宝行业市场运行的现状，然后介绍了中高端钻石珠宝市场竞争格局。随后，报告对中高端钻石珠宝做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国中高

端钻石珠宝行业发展趋势与投资预测。您若想对中高端钻石珠宝产业有个系统的了解或者想投资中国中高端钻石珠宝行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章中高端钻石珠宝行业发展概述

第一节中高端钻石珠宝行业的相关概述

一、中高端钻石珠宝行业的基本概念

二、中高端钻石珠宝行业模式的发展

三、中高端钻石珠宝行业营销的特点

四、中高端钻石珠宝行业的零售情况分析

五、中高端钻石珠宝行业模式的多元化

第二节中高端钻石珠宝行业营销模式分析

一、珠宝批发市场

二、百货商场专柜

三、品牌专卖店

四、连锁专业卖场

第三节中高端钻石珠宝行业营销主要方式

一、体验营销

二、直复营销

三、情感营销

四、数据库营销

第四节中高端钻石珠宝行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、行业产业链上游发展现状及影响分析

三、行业产业链下游发展现状及影响分析

第二章中国中高端钻石珠宝行业发展环境分析

第一节全球经济环境分析

- 一、全球宏观经济形势
- 二、全球贸易环境
- 三、全球经济环境对行业发展的影响

第二节中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况
- 二、消费价格指数CPI、PPI分析
- 三、全国居民收入情况解读
- 四、社会消费品中高端钻石珠宝总额分析
- 五、工业发展形势走势
- 六、固定资产投资情况
- 七、对外贸易进出口分析
- 八、宏观经济环境对行业的影响

第三节社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育情况分析
- 三、文化环境分析
- 四、中国城镇化率
- 五、生态环境分析
- 六、居民消费观念和习惯分析
- 七、社会环境对行业的影响

第四节政策环境分析

- 一、行业政策法规
- 二、行业监管体制
- 三、行业未来规划

第三章中国中高端钻石珠宝行业运行现状分析

第一节中国中高端钻石珠宝行业发展现状分析

- 一、行业发展阶段
- 二、行业发展总体概况
- 三、行业发展特点分析
- 四、行业发展存在的问题分析
- 五、行业问题解决建议

第二节行业零售渠道变化趋势

- 一、营销渠道扁平化
- 二、终端渠道规模化
- 三、零售渠道品牌化
- 四、营销模式多元化

第三节2020-2026年中高端钻石珠宝行业市场运行现状

- 一、行业市场规模分析
- 二、行业资产规模分析
- 三、行业市场发展特点

第四节2020-2026年中高端钻石珠宝行业经营情况

- 一、行业销售量
- 二、行业销售额
- 三、行业利润总额

第五节2020-2026年中国中高端钻石珠宝行业企业分析

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

第六节我国中高端钻石珠宝市场价格走势分析

- 一、中高端钻石珠宝市场定价机制组成
- 二、中高端钻石珠宝市场价格影响因素
- 三、中高端钻石珠宝价格走势分析
- 四、2020-2026年中高端钻石珠宝价格走势预测

第四章中高端钻石珠宝行业消费者行为分析

第一节消费主体分析

国家统计局数据显示，2019年，我国城镇居民人均可支配收入3.64万元，同比增长8.30%，2019-2025年CAGR为6.47%；城镇居民人均消费性支出为2.44万元，同比增长5.90%，2012-2017CAGR为7.95%。

居民消费水平的不断提升促使富裕阶层兴起，据预测，到2020年，我国能负担得起汽车和普通奢侈品等消费的“主流”消费群（年均消费额在1.6万-3.4万美元）将占我国城市人口的51%，为近1.67亿户家庭。消费结构调整下，我国奢侈品消费不断攀升。2019年，我国

内地珠宝销售额增速达27%，仅次于化妆品、香水、个人护理用品（28%）。我国消费者群体构成（%）

数据来源：公开资料整理

研究显示，中国年轻一代（80后）已成我国消费主力，20-29岁、30-39岁消费者未来计划购买珠宝的占比分别为45%、44%，远高于40岁以上消费者的38%左右水平。不同年龄段消费者未来计划购买珠宝的占比（%）

数据来源：公开资料整理我国城市居民分年龄消费总量情况（万亿元）

数据来源：公开资料整理

一、消费者年龄结构分析

二、消费者性别比例分析

三、消费者收入水平分析

四、消费者职业结构分析

五、消费者学历水平分析

第二节消费者行为特征分析

一、消费者购买频率

二、消费者购买单笔额度

第三节消费者购买产品分析

一、产品价格区间分析

二、产品种类及结构

三、产品品牌结构

第四节消费者购买关注因素分析

第五章中高端钻石珠宝行业重点市场分析

第一节北京

一、北京珠宝消费市场分析

二、北京中高端钻石珠宝店数量分析

三、北京中高端钻石珠宝额分析

四、北京中高端钻石珠宝主要品牌分析

第二节上海

一、上海珠宝消费市场分析

二、上海中高端钻石珠宝店数量分析

三、上海中高端钻石珠宝额分析

四、上海中高端钻石珠宝主要品牌分析

第三节广州

一、广州珠宝消费市场分析

二、广州中高端钻石珠宝店数量分析

三、广州中高端钻石珠宝额分析

四、广州中高端钻石珠宝主要品牌分析

第四节深圳

一、深圳珠宝消费市场分析

二、深圳中高端钻石珠宝店数量分析

三、深圳中高端钻石珠宝额分析

四、深圳中高端钻石珠宝主要品牌分析

第五节武汉

一、武汉珠宝消费市场分析

二、武汉中高端钻石珠宝店数量分析

三、武汉中高端钻石珠宝额分析

四、武汉中高端钻石珠宝主要品牌分析

第六章中高端钻石珠宝行业竞争分析

第一节行业五力模型分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节行业SWOT分析

一、行业发展优势

二、行业发展劣势

三、行业发展机会

四、行业发展威胁

第三节中高端钻石珠宝行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第四节中国中高端钻石珠宝行业竞争格局综述行业高端、中高端市场竞争格局

品牌

发展概况

国际知名品牌

定位奢华、高端，品牌文化悠久，设计和产品质量是其核心优势；渠道覆盖有限，仅局限一、二线城市。

港资品牌

中高端市场领先品牌，产品设计时尚，渠道覆盖主要集中在一、二线城市，近年来也开始积极布局三、四线城市。

内地品牌

渠道覆盖一线至四线，在渠道拓展方面，多采用加盟/经销模式。

数据来源：公开资料整理2016年我国各类珠宝销售比例（%）

数据来源：公开资料整理

一、行业品牌竞争格局

二、行业企业竞争格局

三、行业主要产品

第五节中国中高端钻石珠宝行业企业竞争策略分析

一、价格竞争策略

二、差异化策略

三、多样化策略

三、服务细化策略

第七章中高端钻石珠宝行业成功案例分析

第一节北京菜市口百货股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业产品介绍

三、企业经营情况分析

四、企业销售特点分析

第二节广东潮宏基实业股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业产品介绍

三、企业经营情况分析

四、企业销售特点分析

第三节上海老凤祥有限公司

一、企业发展概况

二、企业产品介绍

三、企业经营情况分析

四、企业销售特点分析

第四节上海老庙黄金有限公司

一、企业发展概况

二、企业产品介绍

三、企业经营情况分析

四、企业销售特点分析

第五节浙江明牌珠宝股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业产品介绍

三、企业经营情况分析

四、企业销售特点分析

第六节昆明七彩云南（国际）翡翠珠宝有限公司

一、企业发展概况

二、企业产品介绍

三、企业经营情况分析

四、企业销售特点分析

第七节千禧之星珠宝股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业产品介绍

三、企业经营情况分析

四、企业销售特点分析

第八节中国黄金集团黄金珠宝有限公司

一、企业发展概况

二、企业产品介绍

三、企业经营情况分析

四、企业销售特点分析

第九节周大福珠宝金行（深圳）有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业产品介绍
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业销售特点分析

第十节周大生珠宝股份有限公司

- 一、企业发展概况
- 二、企业产品介绍
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业销售特点分析

第八章2019-2025年中高端钻石珠宝行业投资发展前景

第一节中国中高端钻石珠宝行业投资特性分析

- 一、行业进入壁垒分析
- 二、行业盈利模式分析
- 三、影响行业的盈利因素分析

第二节2020-2026年中高端钻石珠宝行业投资机会分析

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会

第三节2020-2026年中高端钻石珠宝行业发展趋势及前景

- 一、行业发展趋势分析
- 二、行业发展前景预测

第四节中国中高端钻石珠宝行业投资风险

- 一、政策风险
- 二、汇率风险
- 三、法律风险
- 四、行业其他风险

第五节最具投资潜力的珠宝品牌

- 一、天生一对
- 二、吉盟首饰
- 三、和玉缘和田玉

第九章中高端钻石珠宝行业投资发展战略研究

第一节中高端钻石珠宝行业发展面临的挑战

- 一、去环节化
- 二、多元化经营模式
- 三、进入资本市场
- 四、消费群体两极化
- 五、行业洗牌后将更细分
- 六、加重广告投放
- 七、彩宝和K金消费猛增
- 八、外行跨界珠宝

第二节中高端钻石珠宝行业竞争战略研究

- 一、成本领先战略
- 二、蓝海战略
- 三、差异化战略
- 四、品牌经营战略
- 五、目标集聚战略

第三节对我国中高端钻石珠宝行业品牌的战略思考

- 一、品牌的重要性
- 二、实施品牌战略的意义
- 三、企业品牌的现状分析
- 四、企业的品牌战略
- 五、品牌战略管理的策略

第四节中高端钻石珠宝行业投资战略及建议

- 一、2020-2026年行业投资战略
- 二、2020-2026年行业投资方式建议
- 三、2020-2026年行业投资方向建议

图表目录：

图表：2019-2025年我国中高端钻石珠宝行业销售规模

图表：2019-2025年我国中高端钻石珠宝行业资产规模

图表：2019-2025年我国中高端钻石珠宝行业销售额

图表：2019-2025年我国中高端钻石珠宝行业利润额

图表：2019-2025年我国中高端钻石珠宝企业数量

图表：2019-2025年我国中高端钻石珠宝市场从业人员

图表：2019年我国中高端钻石珠宝消费者年龄结构

图表：2019年我国中高端钻石珠宝消费者性别比例

图表：我国中高端钻石珠宝消费者收入水平占比

图表：我国中高端钻石珠宝消费者职业结构占比

图表：我国中高端钻石珠宝消费者学历水平占比

图表：我国中高端钻石珠宝消费者学历水平占比

图表：2019年我国中高端钻石珠宝产品种类及结构

图表：2020-2026年我国中高端钻石珠宝行业销售规模预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202004/159795.html>