

2018-2024年中国黄金珠宝 饰品产业深度调研与发展前景预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2018-2024年中国黄金珠宝首饰产业深度调研与发展前景预测报告》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.abaogao.com/b/qita/H477509P0R.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

2016年，全国黄金消费量975.38吨，连续4年成为世界第一黄金消费国。其中：黄金首饰用金611.17吨；金条用金257.64吨；金币用金31.19吨；工业及其他用金75.38吨。虽然黄金首饰消费因整体消费市场疲弱而出现大幅下滑，但实金投资表现抢眼，金条和金币消费大幅增加，合计增长近30%。

2010-2016年我国黄金首饰用金量及比例资料来源：中国黄金协会

根据世界黄金协会（WGC）的统计，得益于黄金投资需求强劲，2016年全球黄金总需求实现小幅增长，创3年来最高水平。2016年全球黄金总需求较2015年小幅增长2%，达到4309吨。其中，全球黄金投资需求大涨70%，至1561.1吨，创2012年以来新高。早在2013年中国已正式取代印度，成为全球最大的黄金消费国。

2016年，受金价上涨等因素拖累，占黄金需求最大部分的珠宝需求大幅下跌15%，至2041.6吨，创7年来最低水平。在连续3年收跌后，国际金价于2016年迎来反弹，特别是上半年黄金期价一路上涨。截至2016年9月，国际金价一度大涨25%，第四季度逐步回落。

2009-2016年中国黄金消费量占全球比重走势图资料来源：世界黄金协会（WGC）

报告目录：

第一章 黄金珠宝饰品行业相关概述 2

第一节 黄金珠宝饰品行业相关概述 2

一、产品概述 2

二、产品性能 2

三、产品用途 2

第二节 黄金珠宝饰品行业经营模式分析 5

一、生产模式 5

1、本厂生产模式分析

公司内部生产主要采用按库存量与按订单相结合的生产模式。生产中心根据库存规模和订单情况组织生产。

2、外协加工模式分析

将部分生产任务委托给经营管理、人员管理、加工/计量设备管理、产品生产及品质管理、仓库管理五个方面满足公司甄选的合作厂家。根据外协生产形式的不同，具体分为以下两种情况：

（1）委托加工

珠宝首饰生产工艺中由于贵金属原材料浇铸环节不可避免的会发生耗损，批少量较小时，自行浇铸耗损较大会导致成本较高，因此发行人浇铸环节全部委托加工。

（2）外购半成品

由于珠宝首饰加工行业的季节性特征和公司产能现状，在行业旺季订单量较大时，会向合作厂商外购半成品。半成品购入后经检测、打字印、证书制作、贴标定价后入库成为库存商品。外购半成品的情况下，由外协厂商负责原材料的采购并组织生产。

二、采购模式 5

1、黄金铂金采购模式

原材料主要包括铂金、黄金等金料、成品钻石、生产所需辅料以及半成品。根据国家政策，铂金、黄金金料从金交所采购，成品钻石主要通过钻交所的交易平台采购，辅料和半成品向经过评选的合作厂家采购。

铂金、黄金采购是通过上海黄金交易所的金融类会员的远程交易系统向上海黄金交易所直接下单交易，并通过会员单位进行实物交割和资金清算，交易对方为金交所。受托会员单位向公司收取代理手续费。

2、钻石采购模式

采购中心、品质管理部相关人员协同看货，向具有合作关系的钻石供货商确认货品的品质、数量、价格，与其在国内的进口物流服务商通过钻交所交易平台成交。

三、销售模式 6

第二章 2016年黄金珠宝首饰行业发展环境分析 12

第一节 2016年中国经济发展环境分析 12

一、中国GDP增长情况分析 12

二、工业经济发展形势分析 14

三、社会固定资产投资分析 18

四、全社会消费品零售总额 23

五、城乡居民收入增长分析 27

六、居民消费价格变化分析 29

第二节 中国黄金珠宝首饰行业政策环境分析 35

一、行业监管管理体制 35

二、行业相关政策分析 35

三、上下游产业政策影响 36

| | |
|---------------------------------|----|
| 四、进出口政策影响分析 | 38 |
| 第三节 中国黄金珠宝首饰行业技术环境分析 | 39 |
| 一、行业技术发展概况 | 39 |
| 二、行业技术发展现状 | 39 |
| 第三章 2015-2016年中国黄金珠宝首饰市场供需分析 | 43 |
| 第一节 中国黄金珠宝首饰市场供给状况 | 43 |
| 一、2009-2016年中国黄金珠宝首饰产量分析 | 43 |
| 二、2018-2024年中国黄金珠宝首饰产量预测 | 48 |
| 第二节 中国黄金珠宝首饰市场需求状况 | 49 |
| 一、2009-2016年中国黄金珠宝首饰需求分析 | 49 |
| 二、2018-2024年中国黄金珠宝首饰需求预测 | 53 |
| 第三节 2016年中国黄金珠宝首饰市场价格分析 | 54 |
| 第四章 中国黄金珠宝首饰行业产业链分析 | 54 |
| 第一节 黄金珠宝首饰行业产业链概述 | 54 |
| 第二节 黄金珠宝首饰上游产业发展状况分析 | 58 |
| 一、上游原料市场发展现状 | 58 |
| 二、上游原料生产情况分析 | 59 |
| 三、上游原料价格走势分析 | 65 |
| 第三节 黄金珠宝首饰下游应用需求市场分析 | 69 |
| 一、行业发展现状分析 | 69 |
| 二、行业生产情况分析 | 72 |
| 三、行业需求状况分析 | 75 |
| 四、行业需求前景分析 | 80 |
| 第五章 2010-2016年黄金珠宝首饰所属产品进出口数据分析 | 81 |
| 第一节 2010-2016年黄金珠宝首饰进口情况分析 | 81 |
| 一、进口数量情况分析 | 81 |
| 二、进口金额变化分析 | 82 |
| 三、进口来源分析 | 83 |
| 四、进口价格变动分析 | 85 |

第二节 2010-2016年黄金珠宝饰品出口情况分析 86

- 一、出口数量情况 86
- 二、出口金额变化分析 87
- 三、出口国家流向分析 88
- 四、出口价格变动分析 90

第六章 国内黄金珠宝饰品生产厂商竞争力分析 92

第一节 周大福集团 92

- 一、企业发展基本情况 92
- 二、企业主要产品分析 92
- 三、企业经营状况分析 92
- 四、企业销售网络布局 96
- 五、企业发展分析 96

第二节 周生生集团国际有限公司 97

- 一、企业发展基本情况 97
- 二、企业主要产品分析 97
- 三、企业经营状况分析 97
- 四、企业销售网络布局 101
- 五、企业发展战略分析 101

第三节 上海老凤祥有限公司 101

- 一、企业发展基本情况 101
- 二、企业主要产品分析 102
- 三、企业经营状况分析 102
- 四、企业销售网络布局 107
- 五、企业发展战略分析 107

第四节 潮宏基实业股份有限公司 107

- 一、企业发展基本情况 107
- 二、企业主要产品分析 108
- 三、企业经营状况分析 108
- 四、企业销售网络布局 112
- 五、企业发展战略分析 112

第五节 六福集团 113

| | |
|------------------------------------|-----|
| 一、企业发展基本情况 | 113 |
| 二、企业主要产品分析 | 113 |
| 三、企业经营状况分析 | 113 |
| 四、企业销售网络布局 | 117 |
| 五、企业发展战略分析 | 118 |
| | |
| 第七章 2018-2024年中国黄金珠宝首饰品行业发展趋势与前景分析 | 120 |
| 第一节 2018-2024年中国黄金珠宝首饰品行业投资前景分析 | 120 |
| 一、黄金珠宝首饰品行业发展前景 | 120 |
| 二、黄金珠宝首饰品发展趋势分析 | 121 |
| 三、黄金珠宝首饰品市场前景分析 | 123 |
| 第二节 2018-2024年中国黄金珠宝首饰品行业投资风险分析 | 124 |
| 一、产业政策分析 | 124 |
| 二、原材料风险分析 | 125 |
| 三、市场竞争风险 | 125 |
| 四、技术风险分析 | 126 |
| 第三节 2018-2024年黄金珠宝首饰品行业投资及建议 | 126 |
| | |
| 第八章 黄金珠宝首饰品企业投资战略与客户策略分析 | 128 |
| 第一节 黄金珠宝首饰品企业发展战略规划背景意义 | 128 |
| 一、企业转型升级的需要 | 128 |
| 二、企业强做大做的需要 | 129 |
| 三、企业可持续发展需要 | 129 |
| 第二节 黄金珠宝首饰品企业战略规划制定依据 | 129 |
| 一、国家产业政策 | 129 |
| 二、行业发展规律 | 130 |
| 三、企业资源与能力 | 130 |
| 四、可预期的战略定位 | 130 |
| 第三节 黄金珠宝首饰品企业战略规划策略分析 | 131 |
| 一、战略综合规划 | 131 |
| 二、技术开发战略 | 131 |
| 三、区域战略规划 | 133 |

| | |
|---------------------|-----------------------|
| 四、产业战略规划 | 134 |
| 五、营销品牌战略 | 134 |
| 六、竞争战略规划 | 136 |
| 第四节黄金珠宝饰品企业重点客户战略实施 | 136——ZYCY |
| 一、重点客户战略的必要性 | 136 |
| 二、重点客户的鉴别与确定 | 137 |
| 三、重点客户的开发与培育 | 138 |
| 四、重点客户市场营销策略 | 139 |

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/H477509P0R.html>