

2016-2022年中国饰品市场 竞争态势及投资发展趋势预测报告

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

《2016-2022年中国饰品市场竞争态势及投资发展趋势预测报告》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/riyongpin/X05043OO55.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

饰品行业是从珠宝首饰、工艺礼品行业分离出来、综合形成的一个新兴行业。随着经济社会的发展，人们在满足基本的生活需求之余，开始追求时尚与个性，由此推动了这一新兴行业的发展。据有关资料显示，目前广东有饰品企业和经营户4500多家，义乌有8800多家，青岛约4000家，散落在其它各地的饰品企业和经营户不计其数。广东、义乌、青岛是中国流行饰品的三大集聚地，形成三足鼎立的格局，其中义乌已被中国轻工联命名为“中国流行饰品工贸之都”。在流行饰品产业链上，许多地方依托各自的资源优势，形成了相关特色产业。如“世界人工宝石之都”广西梧州，“中国珍珠之乡”浙江诸暨，“中国人造水晶之都”浙江浦江等。这些特色产业基地与中国三大流行饰品集聚地相互融合，基本上形成了我国饰品行业的生产格局。

大城市的饰品销售方式基本以公司直营店，加盟店以及小饰品店为主；中小城市的饰品消费由于受收入水平等方面的限制，目前仍然以鲜花店、礼品店的形式销售饰品，其产品一般都是较普通的饰品，产品的档次偏低。随着中国二三线城市的发展，这些城乡居民的饰品消费需求也会逐渐跟上大城市的步伐，这对广大饰品企业来说更是难得的发展机遇。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国饰品市场竞争态势及投资发展趋势预测报告》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一章：中国饰品行业报告研究背景13

1.1 饰品行业定义及研究方法13

1.1.1 行业定义及范围界定13

1.1.2 行业研究方法概述13

1.2 饰品行业政策环境分析13

1.2.1 行业相关政策动向13

- 1.2.2 行业标准与规范14
- 1.3 饰品行业经济环境分析15
 - 1.3.1 国际宏观经济及对行业影响15
 - (1) 国际宏观经济现状15
 - (2) 国外经济环境对饰品行业的影响17
 - 1.3.2 国内宏观经济及对行业影响17
 - (1) 国内宏观经济现状17
 - (2) 国内经济环境对饰品行业的影响19

第二章：中国饰品行业产业链分析20

- 2.1 饰品行业产业链简介20
- 2.2 饰品行业主要原材料市场分析20
 - 2.2.1 银供给状况与价格走势20
 - (1) 我国银矿储量与分布20
 - (2) 银市场供需状况21
 - 1) 白银供给状况分析21
 - 2) 白银供给结构分析22
 - 3) 白银需求状况分析24
 - (3) 银价走势与预测25
 - 2.2.2 彩宝供给状况与价格走势26
 - (1) 我国彩宝矿储量与分布26
 - (2) 彩宝价格走势与预测28
 - 2.2.3 珍珠供给状况与价格走势28
 - (1) 珍珠供给状况28
 - (2) 珍珠需求状况29
 - (3) 珍珠价格走势及预测29
 - 2.2.4 合金供给状况与价格走势30
 - (1) 合金供给状况30
 - (2) 合金价格走势与预测30
 - 2.2.5 水钻供需状况与价格走势31
 - (1) 水钻供需状况分析31
 - (2) 水钻价格走势与预测32

2.2.6 水晶供给状况与价格走势33

(1) 我国水晶矿储量与分布33

(2) 水晶价格走势与预测33

第三章：中国饰品行业主要供应状况与竞争格局34

3.1 全球饰品行业发展概况34

3.1.1 主要国家地区饰品行业发展状况34

(1) 美国饰品行业发展分析34

(2) 欧洲饰品行业发展分析35

(3) 韩国饰品行业发展分析35

(4) 日本饰品行业发展分析37

3.1.2 主要外资企业在华投资情况37

(1) 施华洛世奇37

(2) 英国乔伊丝饰品38

(3) 韩国千姿恋饰品38

(4) 美国宗宗珠宝集团39

3.2 中国饰品行业主要供应基地概述40

3.2.1 广东饰品行业40

3.2.2 义乌饰品行业40

3.2.3 青岛饰品行业41

3.3 义乌饰品生产基地规模与优劣势分析42

3.3.1 义乌饰品行业企业规模42

3.3.2 义乌饰品行业生产规模42

3.3.3 义乌饰品行业销售规模43

3.3.4 义乌饰品销售渠道44

(1) 二级批发市场44

(2) 大型展销会45

(3) 其他零售渠道46

3.3.5 义乌饰品行业相关政策、行业规划与质量标准46

3.3.6 义乌饰品行业的优劣势分析49

(1) 优势分析49

1) 市场优势49

- 2) 产业体系优势49
- 3) 企业集聚优势49
- 4) 饰品联盟标准优势49
- 5) 龙头企业优势50
- 6) 服务支撑优势50
- 7) 饰品市场发展空间优势50
- (2) 劣势分析50
 - 1) 研发设计的差异50
 - 2) 材料质量和工艺技术的差异50
 - 3) 销售模式的差异50
 - 4) 品牌运作的差异50
- 3.3.7 义乌饰品行业的发展方向分析51
 - (1) 建立自主品牌，转型升级51
 - (2) 制定行业标准，争夺价值链高端51
- 3.4 青岛饰品生产基地规模与优劣势分析52
- 3.4.1 青岛饰品行业企业分布52
- 3.4.2 青岛饰品行业的销售情况53
- 3.4.3 青岛饰品的主要销售渠道分析53
 - (1) 二级批发市场53
 - (2) 大型展销会54
- 3.4.4 青岛饰品行业相关政策与行业规划54
- 3.4.5 青岛饰品行业的优劣势分析55
 - (1) 优势分析55
 - 1) 质量优势55
 - 2) 工艺先进55
 - 3) 设计优势55
 - (2) 劣势分析55
 - 1) 管理落后55
 - 2) 自主品牌缺失55
 - 3) 未形成产业集聚效应55
 - 4) 产业链不完整56
- 3.4.6 青岛饰品的发展方向分析56

3.5 广东饰品生产基地建设与优劣势分析56

3.5.1 广东饰品行业的发展概况56

3.5.2 广东饰品的主要销售渠道分析57

(1) 专业市场57

(2) 其他零售渠道58

3.5.3 广东饰品产业基地发展分析58

(1) 番禺产业基地58

(2) 花都产业基地58

(3) 深圳产业基地59

3.5.4 广东饰品行业相关政策与行业规划59

(1) 发展现代服务业和流通业59

(2) 提倡产业升级59

(3) 新添会展中心60

3.5.5 广东饰品行业的优劣势分析60

(1) 优势分析60

1) 广东饰品业起步早60

2) 设计能力强60

3) 企业规模大60

(2) 劣势分析61

1) 饰品专业市场落后61

2) 拥有自主品牌的企业依然较少61

3) 成本优势消失61

3.5.6 广东饰品行业的发展方向分析61

3.6 其他饰品生产基地现状分析62

3.6.1 “世界人工宝石之都”广西梧州发展分析62

3.6.2 “中国珍珠之乡”浙江诸暨发展分析63

3.6.3 “中国人造水晶之都”浙江浦江发展分析64

3.6.4 “中国天然水晶之都”东海发展分析65

第四章：中国饰品行业运营模式与零售渠道建设67

4.1 饰品行业主要运营模式及成功因素67

4.1.1 新光模式67

- (1) 新光饰品运营模式67
 - 1) 开发模式67
 - 2) 销售模式67
 - 3) 产品生命周期68
- (2) 新光饰品关键成功因素69
- 4.1.2 流行美模式70
 - (1) 流行美饰品市场定位70
 - (2) 流行美饰品关键成功因素70
 - 1) 加盟：保姆式服务70
 - 2) 营销：产品+终身服务70
- 4.1.3 哎呀呀模式71
 - (1) 哎呀呀饰品运营模式71
 - 1) 运营模式71
 - 2) 设计模式71
 - 3) 生产模式71
 - 4) 物流配送模式72
 - (2) 哎呀呀饰品关键成功因素72
- 4.1.4 饰品行业其他运营模式72
 - (1) 饰品企业品牌联合72
 - (2) 饰品+服装72
 - (3) 大型饰品超市73
- 4.2 饰品行业零售渠道建设状况分析73
 - 4.2.1 中国零售业态发展现状分析73
 - 4.2.2 百货零售渠道建设与饰品销售75
 - (1) 百货业发展规模75
 - (2) 百货业发展特点75
 - (3) 代表企业经营情况76
 - (4) 饰品百货业销售成本77
 - 4.2.3 购物中心渠道建设与饰品销售77
 - (1) 购物中心现状77
 - (2) 购物中心饰品销售现状78
 - 4.2.4 电商零售渠道建设与饰品销售78

- (1) 电子商务销售规模78
- (2) 电子商务企业规模80
- (3) 电子商务企业市场份额81
- (4) 饰品电子商务现状82
 - 1) 饰品电商主要模式82
 - 2) 饰品电商盈利分析82
 - 3) 饰品电商案例分析82
- (5) 电商零售渠道发展趋势83

第五章：中国饰品行业主要产品市场需求分析84

5.1 饰品的主要特点84

5.1.1 平民化的发展路线84

5.1.2 紧跟时尚潮流84

5.1.3 追求装饰物品与饰品的协调与搭配84

5.2 按材质划分的产品市场分析85

5.2.1 天然宝石类产品市场85

5.2.2 银饰类产品市场86

5.2.3 珍珠类产品市场87

5.2.4 仿真饰品类产品市场88

5.3 潜力产品细分市场营销与前景预测89

5.3.1 男性饰品市场分析与前景预测89

(1) 男性饰品的主要产品种类89

(2) 男性饰品市场的发展现状89

(3) 男性饰品的营销策略89

(4) 男性饰品市场的发展前景90

5.3.2 民族饰品市场分析与前景预测90

(1) 民族饰品的主要产品种类90

(2) 民族饰品市场的发展现状91

(3) 民族饰品市场的发展前景92

第六章：中国饰品行业消费行为与市场需求分析93

6.1 国际饰品行业主要消费区域分析93

6.1.1 美国市场饰品需求分析	93
6.1.2 中东市场饰品需求分析	94
6.2 中国饰品行业消费环境分析	94
6.2.1 居民消费状况分析	94
(1) 居民消费能力分析	94
(2) 居民消费信心分析	95
6.2.2 我国人口结构分析	96
(1) 性别比例	96
(2) 不同年龄结构对饰品的需求情况	96
6.2.3 饰品消费者行为分析	97
(1) 不同性别的消费者的消费行为分析	97
1) 女性消费者的消费行为分析	97
2) 男性消费者的消费行为分析	98
(2) 典型群体的消费行为分析	98
1) 中小學生消费者的消费行为分析	98
2) 大学生消费者的消费行为分析	98
3) 中产阶级消费者的消费行为分析	99
4) 低收入消费者消费行为分析	100
6.3 中国银饰消费者调研	101
6.3.1 银饰消费者购买动机	101
6.3.2 消费者对银饰印象	101
6.3.3 消费者购买考虑因素	102
6.3.4 消费者风格偏好	102
6.3.5 消费者购买渠道	103
6.3.6 消费者信息获得渠道	103
6.4 国内饰品行业主要消费区域分析	104
6.4.1 西南市场消费状况分析	104
6.4.2 华南市场消费状况分析	105
6.4.3 东北市场消费状况分析	105
6.4.4 华东市场消费状况分析	106
第七章：中国饰品行业领先企业个案分析	108

- 7.1 浙江新光饰品股份有限公司经营情况分析108
 - 7.1.1 企业发展简况分析108
 - 7.1.2 企业产品结构及新产品动向108
 - 7.1.3 企业销售渠道与网络109
 - 7.1.4 企业经营状况优劣势分析109
 - 7.1.5 企业最新发展动向分析109
- 7.2 广东威妮华首饰有限公司经营情况分析109
 - 7.2.1 企业发展简况分析109
 - 7.2.2 企业产品结构及新产品动向110
 - 7.2.3 企业销售渠道与网络110
 - 7.2.4 企业经营状况优劣势分析110
 - 7.2.5 企业投资兼并与重组分析111
 - 7.2.6 企业最新发展动向分析111
- 7.3 伊泰莲娜首饰精品（中山）有限公司经营情况分析111
 - 7.3.1 企业发展简况分析111
 - 7.3.2 企业产销能力分析111
 - 7.3.3 企业盈利能力分析112
 - 7.3.4 企业运营能力分析112
 - 7.3.5 企业偿债能力分析113
 - 7.3.6 企业发展能力分析113
 - 7.3.7 企业产品结构及新产品动向114
 - 7.3.8 企业销售渠道与网络114
 - 7.3.9 企业经营状况优劣势分析114
- 7.4 石头记珠宝有限公司经营情况分析115
 - 7.4.1 企业发展简况分析115
 - 7.4.2 企业产销能力分析115
 - 7.4.3 企业盈利能力分析116
 - 7.4.4 企业运营能力分析116
 - 7.4.5 企业偿债能力分析117
 - 7.4.6 企业发展能力分析117
 - 7.4.7 企业产品结构及新产品动向118
 - 7.4.8 企业销售渠道与网络118

- 7.4.9 企业经营状况优劣势分析118
- 7.5 浙江美联工贸有限公司经营情况分析119
 - 7.5.1 企业发展简况分析119
 - 7.5.2 企业产销能力分析119
 - 7.5.3 企业盈利能力分析120
 - 7.5.4 企业运营能力分析120
 - 7.5.5 企业偿债能力分析121
 - 7.5.6 企业发展能力分析121
 - 7.5.7 企业产品结构及新产品动向122
 - 7.5.8 企业销售渠道与网络122
 - 7.5.9 企业经营状况优劣势分析122
- 7.6 浙江琳琅工艺饰品有限公司经营情况分析123
 - 7.6.1 企业发展简况分析123
 - 7.6.2 企业产销能力分析123
 - 7.6.3 企业盈利能力分析123
 - 7.6.4 企业运营能力分析124
 - 7.6.5 企业偿债能力分析124
 - 7.6.6 企业发展能力分析125
 - 7.6.7 企业产品结构及新产品动向125
 - 7.6.8 企业销售渠道与网络125
 - 7.6.9 企业经营状况优劣势分析126
- 7.7 广州晶晶美饰品有限公司经营情况分析126
 - 7.7.1 企业发展简况分析126
 - 7.7.2 企业产品结构及新产品动向126
 - 7.7.3 企业销售渠道与网络126
 - 7.7.4 企业经营状况优劣势分析127
- 7.8 义乌市乐乐饰品厂经营情况分析127
 - 7.8.1 企业发展简况分析127
 - 7.8.2 企业产销能力分析127
 - 7.8.3 企业盈利能力分析128
 - 7.8.4 企业运营能力分析128
 - 7.8.5 企业偿债能力分析129

- 7.8.6 企业发展能力分析129
- 7.8.7 企业产品结构及新产品动向130
- 7.8.8 企业销售渠道与网络130
- 7.8.9 企业经营状况优劣势分析130
- 7.9 展新（苍梧）宝石实业有限公司经营情况分析130
- 7.9.1 企业发展简况分析130
- 7.9.2 企业产销能力分析131
- 7.9.3 企业盈利能力分析131
- 7.9.4 企业运营能力分析132
- 7.9.5 企业偿债能力分析132
- 7.9.6 企业发展能力分析132
- 7.9.7 企业产品结构及新产品动向133
- 7.9.8 企业销售渠道与网络133
- 7.9.9 企业经营状况优劣势分析133
- 7.10 广州流行美时尚商业股份有限公司经营情况分析133
- 7.10.1 企业发展简况分析133
- 7.10.2 企业产品结构及新产品动向134
- 7.10.3 企业销售渠道与网络134
- 7.10.4 企业经营状况优劣势分析134
- 7.11 哎呀呀饰品连锁股份有限公司经营情况分析135
- 7.11.1 企业发展简况分析135
- 7.11.2 企业产品结构及新产品动向135
- 7.11.3 企业销售渠道与网络135
- 7.11.4 企业经营情况分析135
- 7.11.5 企业经营状况优劣势分析136
- 7.11.6 企业最新发展动向分析136
- 7.12 深圳市茜子服饰连锁经营有限公司经营情况分析136
- 7.12.1 企业发展简况分析136
- 7.12.2 企业产品结构及新产品动向137
- 7.12.3 企业销售渠道与网络137
- 7.12.4 企业经营状况优劣势分析137
- 7.12.5 企业最新发展动向分析137

- 7.13 深圳市七度银匠世家实业有限公司经营情况分析137
 - 7.13.1 企业发展简况分析137
 - 7.13.2 企业产品结构及新产品动向138
 - 7.13.3 企业销售渠道与网络138
 - 7.13.4 企业经营状况优劣势分析139
- 7.14 深圳市冰语艺术品有限公司经营情况分析139
 - 7.14.1 企业发展简况分析139
 - 7.14.2 企业产品结构及新产品动向139
 - 7.14.3 企业销售渠道与网络139
 - 7.14.4 企业经营状况优劣势分析140
- 7.15 浙江佳丽珍珠首饰有限公司经营情况分析140
 - 7.15.1 企业发展简况分析140
 - 7.15.2 企业产销能力分析141
 - 7.15.3 企业盈利能力分析141
 - 7.15.4 企业运营能力分析142
 - 7.15.5 企业偿债能力分析142
 - 7.15.6 企业发展能力分析143
 - 7.15.7 企业产品结构及新产品动向143
 - 7.15.8 企业销售渠道与网络143
 - 7.15.9 企业经营状况优劣势分析143
- 7.16 浙江阮仕珍珠股份有限公司经营情况分析144
 - 7.16.1 企业发展简况分析144
 - 7.16.2 企业产销能力分析145
 - 7.16.3 企业盈利能力分析145
 - 7.16.4 企业运营能力分析146
 - 7.16.5 企业偿债能力分析146
 - 7.16.6 企业发展能力分析147
 - 7.16.7 企业产品结构及新产品动向147
 - 7.16.8 企业销售渠道与网络148
 - 7.16.9 企业经营状况优劣势分析149
- 7.17 深圳市银百合投资发展有限公司经营情况分析150
 - 7.17.1 企业发展简况分析150

- 7.17.2 企业产品结构及新产品动向150
- 7.17.3 企业销售渠道与网络150
- 7.17.4 企业经营状况优劣势分析151
- 7.18 广州庚盛首饰有限公司经营情况分析151
 - 7.18.1 企业发展简况分析151
 - 7.18.2 企业产品结构及新产品动向151
 - 7.18.3 企业销售渠道与网络151
 - 7.18.4 企业经营状况优劣势分析152
- 7.19 莆田市五洲珠宝首饰有限公司经营情况分析152
 - 7.19.1 企业发展简况分析152
 - 7.19.2 企业产销能力分析152
 - 7.19.3 企业盈利能力分析153
 - 7.19.4 企业运营能力分析153
 - 7.19.5 企业偿债能力分析154
 - 7.19.6 企业发展能力分析154
 - 7.19.7 企业产品结构及新产品动向155
 - 7.19.8 企业销售渠道与网络155
 - 7.19.9 企业经营状况优劣势分析155
- 7.20 千足珍珠集团股份有限公司经营情况分析156
 - 7.20.1 企业发展简况分析156
 - 7.20.2 主要经济指标分析157
 - 7.20.3 企业盈利能力分析157
 - 7.20.4 企业运营能力分析158
 - 7.20.5 企业偿债能力分析158
 - 7.20.6 企业发展能力分析159
 - 7.20.7 企业产品结构及新产品动向159
 - 7.20.8 企业销售渠道与网络160
 - 7.20.9 企业经营状况优劣势分析160
 - 7.20.10 企业最新发展动向分析161
- 7.21 广州七色花投资顾问有限公司经营情况分析161
 - 7.21.1 企业发展简况分析161
 - 7.21.2 企业产品结构及新产品动向162

- 7.21.3 企业销售渠道与网络162
- 7.21.4 企业经营状况优劣势分析162
- 7.22 深圳市鹤麟珠宝首饰有限公司经营情况分析163
 - 7.22.1 企业发展简况分析163
 - 7.22.2 企业产销能力分析163
 - 7.22.3 企业盈利能力分析164
 - 7.22.4 企业运营能力分析164
 - 7.22.5 企业偿债能力分析165
 - 7.22.6 企业发展能力分析165
 - 7.22.7 企业产品结构及新产品动向166
 - 7.22.8 企业销售渠道与网络166
 - 7.22.9 企业经营状况优劣势分析166
- 7.23 上海宗盛实业有限公司经营情况分析167
 - 7.23.1 企业发展简况分析167
 - 7.23.2 企业产品结构及新产品动向167
 - 7.23.3 企业销售渠道与网络168
 - 7.23.4 企业经营状况优劣势分析168
- 7.24 深圳市君力实业有限公司经营情况分析168
 - 7.24.1 企业发展简况分析168
 - 7.24.2 企业产销能力分析169
 - 7.24.3 企业盈利能力分析169
 - 7.24.4 企业运营能力分析170
 - 7.24.5 企业偿债能力分析170
 - 7.24.6 企业发展能力分析170
 - 7.24.7 企业产品结构及新产品动向171
 - 7.24.8 企业销售渠道与网络171
 - 7.24.9 企业经营状况优劣势分析171
- 7.25 深圳市国富黄金股份有限公司经营情况分析172
 - 7.25.1 企业发展简况分析172
 - 7.25.2 企业产销能力分析172
 - 7.25.3 企业盈利能力分析173
 - 7.25.4 企业运营能力分析173

- 7.25.5 企业偿债能力分析174
- 7.25.6 企业发展能力分析174
- 7.25.7 企业产品结构及新产品动向175
- 7.25.8 企业销售渠道与网络175
- 7.25.9 企业经营状况优劣势分析175
- 7.26 福建省金得利集团有限公司经营情况分析175
- 7.26.1 企业发展简况分析175
- 7.26.2 企业产销能力分析176
- 7.26.3 企业盈利能力分析176
- 7.26.4 企业运营能力分析177
- 7.26.5 企业偿债能力分析177
- 7.26.6 企业发展能力分析178
- 7.26.7 企业产品结构及新产品动向178
- 7.26.8 企业销售渠道与网络178
- 7.26.9 企业经营状况优劣势分析179

第八章：中国饰品行业发展预测及投资策略180

- 8.1 饰品行业发展趋势180
- 8.1.1 饰品材料的发展趋势180
- 8.1.2 饰品流行趋势180
 - (1) 色彩流行趋势180
 - (2) 风格流行趋势181
- 8.1.3 饰品市场发展趋势182
- 8.1.4 国内饰品行业的发展趋势182
- 8.1.5 国内饰品行业的发展前景183
- 8.2 饰品行业投资特性分析184
- 8.2.1 饰品行业进入壁垒分析184
- 8.2.2 饰品行业盈利模式分析185
- 8.3 中国饰品行业投资风险185
- 8.3.1 饰品行业技术风险185
- 8.3.2 饰品行业供求风险185
- 8.3.3 饰品行业宏观经济波动风险186

8.3.4 饰品行业关联产业风险186

8.3.5 饰品行业其他风险186

8.4 中国饰品行业投资建议187

8.4.1 创建强势品牌187

8.4.2 坚持创新理念187

图表目录：

图表1：我国饰品行业相关政策13

图表2：我国饰品行业相关行业标准与规范14

图表3：发达经济体增长情况（单位：%）15

图表4：主要新兴经济体增长情况（单位：%）16

图表5：世界银行和IMF对于世界主要经济体的预测（单位：%）17

图表6：2010年以来中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）18

图表7：中国经济预测（单位：%）19

图表8：饰品行业产业链示意图20

图表9：我国银矿储量大区分布（单位：%）20

图表10：我国银矿储量省市分布（单位：%）21

图表11：2010年以来我国白银产量及同比增长情况（单位：吨，%）21

图表12：2010年以来中国矿产银产量走势图（单位：百万盎司，%）23

图表13：2010年以来中国矿产银产量走势图（单位：百万盎司，%）23

图表14：2010年以来中国白银需求量及同比增速趋势图（单位：百万盎司，%）24

图表15：2010年以来中国白银行业销售收入及同比增速趋势图（单位：亿元，%）25

图表16：伦敦现货白银价格走势图（单位：美元/盎司）26

图表17：我国发现的宝玉石品种及分布27

图表18：2009年以来我国珍珠产量（单位：吨）29

图表19：2010年以来我国铁合金产量及同比增速（单位：万吨，%）30

图表20：2010年以来湖南省硅锰合金价格变化趋势（单位：元/吨）31

图表21：2010年以来我国水钻市场需求情况（单位：亿元）32

图表22：部分水钻价格（单位：元/包，元/粒）32

图表23：美国主要饰品企业经营状况（单位：万美元）35

图表24：韩国黄金珠宝首饰行业特点36

图表25：韩国黄金珠宝首饰行业存在的主要问题36

图表26：广东饰品行业特点40

图表27：义乌饰品行业特点41

图表28：青岛饰品行业特点41

图表29：义乌市按经营产品分类的企业单位数（单位：家）42

图表30：义乌市饰品企业生产情况（单位：家）43

图表31：义乌市饰品年销售额占比（单位：%）43

图表32：义乌市饰品企业出口国家占比（单位：%）44

图表33：义乌市饰品企业销售渠道占比（单位：%）44

图表34：义乌饰品二级批发市场44

图表35：第15-18届义博会成交金额及增速（单位：亿元，%）46

图表36：“十二五”期间义乌饰品行业五大目标和八项行动计划47

图表37：青岛饰品行业发展阶段52

图表38：青岛饰品二级批发市场53

图表39：广东饰品专业市场57

图表40：“人工宝石之都”梧州发展现状62

图表41：2010年以来东海水晶城交易额（单位：亿元）65

图表42：新光饰品渠道销售建设阶段67

图表43：新光饰品主要产品生命周期69

图表44：新光饰品关键成功因素69

图表45：2010年以来中国千家核心商业企业零售指数变化（单位：%）74

图表46：2011年以来中国50家重点大型零售企业销售增长情况（单位：%）74

图表47：36家百货类上市公司营业收入增速（单位：亿元，%）76

图表48：201年以来我国各阶段购物中心代表项目（单位：万平方米）77

图表49：三大经济圈所辖城市购物中心普及度（单位：%）78

图表50：2008年以来中国网络零售市场交易规模（单位：亿元）79

图表51：2008年以来中国B2C、C2C电子商务企业数量增长图（单位：家）79

图表52：中国B2C网络购物交易市场份额占比图（单位：%）80

图表53：中国C2C网络购物交易市场份额占比图（单位：%）81

图表54：我国电商零售发展趋势82

图表55：2010年以来彩宝市场占有率及购买意愿变化情况（单位：%）84

图表56：2010年以来中国银制品及银饰消费量（单位：吨）85

图表57：2016-2022年中国银制品及银饰消费量预测（单位：吨）86

图表58：男性饰品营销策略89

图表59：男性饰品营销策略89

图表60：美国饰品市场的特点92

图表61：2008年以来我国城镇居民人均可支配收入及其变化趋势（单位：元，%）94

图表62：2008年以来我国农村居民人均纯收入及其变化趋势（单位：元，%）94

图表63：消费者信心指数变动95

图表64：年末人口数及其构成（单位：万人，%）95

图表65：不同年龄结构对饰品的需求情况96

图表66：银饰消费者购买动机（单位：%）100

图表67：消费者对银饰印象（单位：%）101

图表68：银饰消费者购买考虑因素（单位：%）101

图表69：银饰消费者风格偏好（单位：%）102

图表70：银饰消费者购买渠道（单位：%）102

图表71：银饰消费者信息获得渠道（单位：%）103

图表72：浙江新光饰品股份有限公司基本信息表107

图表73：浙江新光饰品股份有限公司优劣势分析108

图表74：广东威妮华首饰有限公司基本信息表108

图表75：广东威妮华首饰有限公司优劣势分析109

图表76：伊泰莲娜首饰精品（中山）有限公司基本信息表110

图表77：2010年以来伊泰莲娜首饰精品（中山）有限公司产销能力分析（单位：万元）111

图表78：2010年以来伊泰莲娜首饰精品（中山）有限公司盈利能力分析（单位：%）111

图表79：2010年以来伊泰莲娜首饰精品（中山）有限公司运营能力分析（单位：次）112

图表80：2010年以来伊泰莲娜首饰精品（中山）有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）112

图表81：2010年以来伊泰莲娜首饰精品（中山）有限公司发展能力分析（单位：%）113

图表82：伊泰莲娜首饰精品（中山）有限公司优劣势分析113

图表83：石头记珠宝有限公司基本信息表114

图表84：2010年以来石头记珠宝有限公司产销能力分析（单位：万元）115

图表85：2010年以来石头记珠宝有限公司盈利能力分析（单位：%）115

图表86：2010年以来石头记珠宝有限公司运营能力分析（单位：次）116

图表87：2010年以来石头记珠宝有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）116

图表88：2010年以来石头记珠宝有限公司发展能力分析（单位：%）117

图表89：石头记珠宝有限公司优劣势分析117

图表90：浙江美联工贸有限公司基本信息表118

图表91：2010年以来浙江美联工贸有限公司产销能力分析（单位：万元）119

图表92：2010年以来浙江美联工贸有限公司盈利能力分析（单位：%）119

图表93：2010年以来浙江美联工贸有限公司运营能力分析（单位：次）120

图表94：2010年以来浙江美联工贸有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）120

图表95：2010年以来浙江美联工贸有限公司发展能力分析（单位：%）121

图表96：浙江美联工贸有限公司优劣势分析121

图表97：浙江琳琅工艺品有限公司基本信息表122

图表98：2010年以来浙江琳琅工艺品有限公司产销能力分析（单位：万元）122

图表99：2010年以来浙江琳琅工艺品有限公司盈利能力分析（单位：%）123

图表100：2010年以来浙江琳琅工艺品有限公司运营能力分析（单位：次）123

图表101：2010年以来浙江琳琅工艺品有限公司偿债能力分析（单位：%）124

图表102：2010年以来浙江琳琅工艺品有限公司发展能力分析（单位：%）124

图表103：浙江琳琅工艺品有限公司优劣势分析125

图表104：广州晶晶美饰品有限公司基本信息表125

图表105：广州晶晶美饰品有限公司优劣势分析126

图表106：义乌市乐乐饰品厂基本信息表126

图表107：2010年以来义乌市乐乐饰品厂产销能力分析（单位：万元）127

图表108：2010年以来义乌市乐乐饰品厂盈利能力分析（单位：%）127

图表109：2010年以来义乌市乐乐饰品厂运营能力分析（单位：次）128

图表110：2010年以来义乌市乐乐饰品厂偿债能力分析（单位：%）128

图表111：2010年以来义乌市乐乐饰品厂发展能力分析（单位：%）129

图表112：义乌市乐乐饰品厂优劣势分析129

图表113：展新（苍梧）宝石实业有限公司基本信息表129

图表114：2010年以来展新（苍梧）宝石实业有限公司产销能力分析（单位：万元）130

图表115：2010年以来展新（苍梧）宝石实业有限公司盈利能力分析（单位：%）131

图表116：2010年以来展新（苍梧）宝石实业有限公司运营能力分析（单位：次）131

图表117：2010年以来展新（苍梧）宝石实业有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）131

图表118：2010年以来展新（苍梧）宝石实业有限公司发展能力分析（单位：%）132

图表119：展新（苍梧）宝石实业有限公司优劣势分析132

图表120：广州流行美时尚商业股份有限公司基本信息表132

……略

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/riyongpin/X05043OO55.html>