

2018-2024年中国黄金珠宝 饰品行业市场调研与发展前景分析报告

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行业市场调研与发展前景分析报告》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/V81894CINP.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

黄金珠宝首饰及有关物品的制造是指以黄金及其合金以及钻石、宝石、玉石、翡翠、珍珠等为原料，经金属加工和连结组合、镶嵌等工艺加工制作各种图案的装饰品的制作活动。

根据国家统计局制定的《国民经济行业分类与代码》，中国把珠宝首饰及有关物品的制造归入工艺品及其他制造业（国统局代码C24）中的工艺美术品制造中，其统计4级码为C2438。

产品根据设计要求划分为倒模、油压、手工和织链等四个工艺大项制成半成品，然后在经过精制工艺组合加工，最后由人工组装为成品并包装出库。主要工艺流程如下：

珠宝首饰行业的工艺流程注：以上工艺或工序可能会根据设计要求进行取舍资料来源：公开资料整理

饰品的具体制作工艺流程是根据款式来确定的。以黄金花式项链为例，可形象说明黄金首饰的具体制作流程：

黄金首饰的具体制作流程资料来源：公开资料整理

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 黄金珠宝饰品行业相关概述 1

第一节 黄金珠宝饰品行业相关概述 1

一、产品概述 1

二、产品性能 1

三、产品用途 1

第二节 黄金珠宝饰品行业经营模式分析 4

一、生产模式 4

二、采购模式 4

三、销售模式 5

第二章 2016年黄金珠宝饰品行业发展环境分析 10

第一节 2016年中国经济发展环境分析	10
一、中国GDP增长情况分析	10
二、工业经济发展形势分析	13
三、社会固定资产投资分析	16
四、全社会消费品零售总额	22
五、城乡居民收入增长分析	25
六、居民消费价格变化分析	27
第二节 中国黄金珠宝首饰行业政策环境分析	33
一、行业监管管理体制	33
二、行业相关政策分析	33
三、上下游产业政策影响	34
四、进出口政策影响分析	36
第三节 中国黄金珠宝首饰行业技术环境分析	36
一、行业技术发展概况	36
二、行业技术发展现状	37
第三章 2015-2016年中国黄金珠宝首饰市场供需分析	39
第一节 中国黄金珠宝首饰市场供给状况	39
一、2009-2016年中国黄金珠宝首饰产量分析	39
二、2018-2024年中国黄金珠宝首饰产量预测	44
第二节 中国黄金珠宝首饰市场需求状况	44
一、2009-2016年中国黄金珠宝首饰需求分析	44
二、2018-2024年中国黄金珠宝首饰需求预测	48
第三节 2016年中国黄金珠宝首饰市场价格分析	49
第四章 中国黄金珠宝首饰行业产业链分析	50
第一节 黄金珠宝首饰行业产业链概述	50
第二节 黄金珠宝首饰上游产业发展状况分析	53
一、上游原料市场发展现状	53

珠宝首饰业内一般将珠宝首饰定义为使用贵金属材料、天然玉石珠宝以及人工玉石珠宝加工而成的，有一定价值并以装饰为主要目的首饰和工艺品。珠宝首饰种类主要分为黄金首饰、钻石首饰、铂金首饰、K金首饰和翡翠首饰等五大类。

珠宝首饰分类情况 首饰种类 基本特点 黄金首饰 以含金量不少于99%的材质制成的首饰，我国主流珠宝首饰品种，具有一定保值性 钻石首饰 镶嵌有钻石的各类珠宝首饰的简称，一般有裸钻、钻戒、颈饰、耳饰、腕饰几类 铂金首饰 以铂金为主要材质制成的首饰，价值比黄金首饰高，但保值性较低 K金首饰 以黄金为主要原料，但含金量低于99%的材质制成的首饰，强调设计感和时尚性，保值性较低 玉石首饰 以翡翠、和田玉为主要原料制成的首饰，一般有耳钉、珠链、手镯、戒指几类 其他 珍珠、人造宝石、彩宝（如碧玺、蓝宝石、红宝石等） 资料来源：公开资料整理

在产品种类方面，在中国不同珠宝产品的市场成熟程度不同。其中，黄金在我国文化中的基础较为深厚，仍是目前主要珠宝消费种类。

随着珠宝市场的逐渐成熟，人们对珠宝首饰的差异化需求也开始显现，钻石首饰在年轻消费人群中日益流行。铂金首饰、K金首饰和翡翠首饰在我国仍然是补充类珠宝产品，其消费增速有望与整体市场增速相一致。

二、上游原料生产情况分析 54

一、黄金

2016年，国内累计生产黄金453.486吨，连续10年成为全球最大黄金生产国，与2015年同期相比，增产3.434吨，同比上升0.76%，其中，黄金矿产金完成394.883吨，有色副产金完成58.603吨。

另有进口原料产金81.960吨，同比上升24.51%。全国合计生产黄金535.447吨，同比增长3.79%。中国黄金、紫金矿业、山东黄金、山东招金等大型黄金企业集团黄金成品金产量和矿产金产量分别占全国的49.85%和40.05%。

二、白银

全球银资源主要集中分布在环太平洋构造成矿带、中欧地块、南非地块、古亚洲构造成矿带、特提斯喜马拉雅构造成矿带以及北车地块、印度地块和澳大利亚斯喜马拉雅构造成矿带，以及北美地块、中欧地块、南非地块、印度地块和澳大利亚地块中年代较为老的成矿区等。全球约2/3的银资源是与铜、铅、锌、金等有色金属和贵金属矿床伴生的，只有1/3是以银为主的独立银矿床。因此有人预计未来银的储量和资源仍主要来自副产银的贱金属矿床，银从这些矿床中的提取的产量将主要取决于贱金属市场的需求。

全球矿产白银生产区域主要集中在白银资源丰富的国家和地区，再生银生产主要集中在一些白银消费大国如美国等国家。目前中国、秘鲁、墨西哥、澳大利亚、玻利维亚、俄罗斯、智利、美国、波兰、哈萨克斯坦是世界最大的10个白银生产国。

根据美国国家地质局最新发布的《MINERAL COMMODITY SUMMARIES 2017》：2016年底

全球银矿探明储量为57万吨，其中中国储量为3.9万吨，占同期全球白银储量的6.8%。

2016年全球矿山银产量为27000吨，其中中国矿山银产量为3600吨，占同期全球矿山银总产量的13.3%。

三、铂金

铂金（Platinum，简称Pt），是一种天然形成的白色贵金属。铂金早在公元前700年就在人类文明史上闪出耀眼的光芒，在人类使用铂金的2000多年历史中，它一直被认为是最高贵的金属之一。

铂金特性 特性介绍 纯净性 铂金首饰的纯度非常高，铂金首饰的纯度通常都高达90%-95%，常见的铂金首饰纯度有Pt900，Pt950。根据国家规定，只有铂金含量在85%及以上的首饰才能被称为铂金首饰。铂金首饰纯度极高，因此也不会使皮肤过敏。铂金的白色光泽天然纯净，赋予了铂金首饰独特的外观。即使每天佩戴，铂金始终留有纯净如初的纯白光泽。 稀有性 铂金比黄金稀有三十倍，只在全球极少数地方才得以被开采。如果把世界上所有铂金倒入一个奥运会标准泳池内，它的深度都不足以覆盖脚背，而黄金可以至少填满三个泳池。3克仅相当于一枚较小的铂金戒指的重量，而提取这些铂金大约需要8周的时间和大量的精力。 永恒性 铂金的性质非常稳定，不会因为日常佩戴而变质或褪色，它的光泽始终如初。即使和生活中常见的酸性物质接触，如温泉中的硫，漂白剂，泳池中的氯，或是汗水等，都不会受到影响，因此可以在任何时候都非常放心地佩戴铂金首饰。无论佩戴多久，铂金能够始终保持其天然纯白的光泽，并且永不褪色。 资料来源：公开资料整理

在自然界铂金的储量比黄金稀少。据不完全统计，世界铂族元素矿产资源总储量约为3.1万吨。其中，铂金总储量约为1.4万吨。虽然有60多个国家都发现并开采铂矿，但其储量却高度集中在南非和前苏联。其中，南非（阿扎尼亚）的铂金储量约为1.2万吨，以德兰士瓦铂矿床最著名，是世界上最大的铂矿床。前苏联的铂金储量为1866吨，曾在乌拉尔砂铂矿中发现过重达8~9公斤的自然铂，在原生矿中也获得过重427.5克的自然铂。两者的总储量占世界总储量的98%。

世界矿山铂金年产不足200吨，远比黄金少。世界上仅有少数几个国家出产铂金。南非的铂金产量占全球总产量的80%以上；其余大部分是俄罗斯出产的。全世界铂金的年产量，只有黄金年产量的5%。

全球铂金市场供需平衡表（单位：吨）

年份	2011	2012	2013	2014	2015	2016	矿山供给
回收量	64.1	63.5	62.8	64.4	53.6	59.6	总供给量
总需求量	251.8	245.8	268.3	254.1	263.1	269.8	供需

平衡 14 -5.7 -24.6 -30.8 -20.6 -26.8 资料来源：公开资料整理

铂金分布极为不均匀，主要分布在南非、俄罗斯以及北美一些地区。铂金供给分为矿山供给、催化剂回收和首饰回收。近年来，南非的矿山受罢工、设备陈旧以及开采成本上升等原因导致产量大幅下降，而南非是铂金的主要矿产国，其矿山的下降直接使得全球铂金矿山产量下降。

四、钻石

钻石是一种从上游开采到中游供应都受到国际寡头垄断的资源，目前全球主要的钻石交易所位于安特卫普、伦敦、纽约、特拉维夫、孟买、上海和香港。上海钻石交易所是国内唯一的钻石进出口交易平台。随着全球钻石消费需求的回升，自2009年以来，我国稳居全球第二大钻石消费市场。

全球钻石储量以俄罗斯和非洲为主（百万克拉）资料来源：Bain

因钻石的内在消费属性，受国际金融危机的影响，全球主要钻石消费国的钻石进口额呈现波动下降趋势。相比之下，得益于我国持续稳定的经济增长、境内钻石交易市场秩序的进一步和钻石首饰消费需求的增长，我国钻石进口额即使在金融危机期间也保持稳步增长。2016年1-12月上海钻石交易所钻石交易量累计为30922.44万克拉，钻石交易金额累计为44.5亿美元，较2014年同期同比增长7.5%。其中一般贸易项下成品钻进口总量183.32万克拉，较2015年同期上升26%。成品钻进口金额20.37亿美元，较上年同期增长16.5%。创钻交所成品钻进口额历史次高（仅此于2014年22.36亿美元）。

2007-2016年上海钻石交易所钻石交易额走势图资料来源：上海钻石交易所

三、上游原料价格走势分析 60

一、黄金

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。

二、白银

三、铂金

四、钻石

第三节 黄金珠宝饰品下游应用需求市场分析 65

一、行业发展现状分析	65
二、行业生产情况分析	68
三、行业需求状况分析	71
四、行业需求前景分析	76

第五章 2010-2016年黄金珠宝饰品所属产品进出口数据分析 77

第一节 2010-2016年黄金珠宝饰品进口情况分析 77

一、进口数量情况分析	77
二、进口金额变化分析	78
三、进口来源分析	79
四、进口价格变动分析	80

第二节 2010-2016年黄金珠宝饰品出口情况分析 81

一、出口数量情况	81
二、出口金额变化分析	82
三、出口国家流向分析	83
四、出口价格变动分析	85

第六章 国内黄金珠宝饰品生产厂商竞争力分析 86

第一节 周大福集团 86

一、企业发展基本情况	86
二、企业主要产品分析	86
三、企业经营状况分析	86
四、企业销售网络布局	90
五、企业发展分析	90

第二节 周生生集团国际有限公司 91

一、企业发展基本情况	91
二、企业主要产品分析	91
三、企业经营状况分析	91
四、企业销售网络布局	95
五、企业发展战略分析	95

第三节 上海老凤祥有限公司 95

一、企业发展基本情况	95
------------	----

二、企业主要产品分析	96
三、企业经营状况分析	96
四、企业销售网络布局	100
五、企业发展战略分析	101
第四节 潮宏基实业股份有限公司	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	106
五、企业发展战略分析	106
第五节 六福集团	107
一、企业发展基本情况	107
二、企业主要产品分析	107
三、企业经营状况分析	107
四、企业销售网络布局	111
五、企业发展战略分析	112
第七章 2018-2024年中国黄金珠宝首饰行业发展趋势与前景分析	113
第一节 2018-2024年中国黄金珠宝首饰行业投资前景分析	113
一、黄金珠宝首饰行业发展前景	113
二、黄金珠宝首饰发展趋势分析	114
三、黄金珠宝首饰市场前景分析	116
第二节 2018-2024年中国黄金珠宝首饰行业投资风险分析	117
一、产业政策分析	117
二、原材料风险分析	118
三、市场竞争风险	118
四、技术风险分析	118
第三节 2018-2024年黄金珠宝首饰行业投资及建议	119
第八章 黄金珠宝首饰企业投资战略与客户策略分析	122
第一节 黄金珠宝首饰企业发展战略规划背景意义	122
一、企业转型升级的需要	122

二、企业强做大做的需要	122
三、企业可持续发展需要	122
第二节 黄金珠宝首饰企业战略规划制定依据	123
一、国家产业政策	123
二、行业发展规律	123
三、企业资源与能力	123
四、可预期的战略定位	123
第三节 黄金珠宝首饰企业战略规划策略分析	124
一、战略综合规划	124
二、技术开发战略	124
三、区域战略规划	126
四、产业战略规划	127
五、营销品牌战略	127
六、竞争战略规划	129
第四节 黄金珠宝首饰企业重点客户战略实施	129
一、重点客户战略的必要性	129
二、重点客户的鉴别与确定	130
三、重点客户的开发与培育	131
四、重点客户市场营销策略	132

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/V81894CINP.html>