

2020-2026年中国黄金饰品 市场竞争现状分析与投资商机研究报告

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

《2020-2026年中国黄金饰品市场竞争现状分析与投资商机研究报告》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.abaogao.com/b/qita/224128N02N.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

黄金饰品占到国内珠宝首饰销售额的一半以上，是最主导的品类，也是近年来零售额增长最快的品类。中国的黄金文化几千年来一脉相承，黄金自古以来就是权力和财富的象征，在百姓的吉祥民俗中，出生、结婚、死亡处处包含黄金的印记。珠宝镶嵌产品和铂金/K金产品的销售占比较小，分别是27.75%和20.12%。中国珠宝首饰市场各类产品零售额对比（单位：%）

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国黄金饰品市场竞争现状分析与投资商机研究报告》共十四章。首先介绍了中国黄金饰品行业市场发展环境、黄金饰品整体运行态势等，接着分析了中国黄金饰品行业市场运行的现状，然后介绍了黄金饰品市场竞争格局。随后，报告对黄金饰品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国黄金饰品行业发展趋势与投资预测。您若想对黄金饰品产业有个系统的了解或者想投资中国黄金饰品行业，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 2019年全球黄金矿产资源储备与开发概况分析

第一节 2019年全球黄金矿产资源状况分析

一、世界黄金矿产资源分布概况

二、部分国家黄金资源的开发状况

1、蒙古国

2、巴基斯坦

3、缅甸

三、全球黄金资源将在25年内采尽

第二节 2019年中国金矿资源的储量与分布分析

一、中国黄金资源的储量与结构分析

二、中国金矿资源的分布分析

三、中国金矿资源的特点分析

1、分布广泛但又相对集中

2、矿床规模以中小型为主

3、矿石品位中等

4、伴生金资源量大

四、中国金矿资源的可利用情况分析

第三节 2019年大地构造对金矿成矿的控制分析

一、大地构造格局与金矿的空间分布

二、区域构造对金矿的控制分析

三、花岗质岩浆岩对金矿的控制分析

第四节 2019年金矿资源难选冶技术分析

一、国际难选冶技术应用状况及发展趋势

二、中国难处理金矿资源的分布及特点

三、中国难处理金矿资源的利用现状及前景

四、中国难选冶技术的现状及发展前景

第二章 2019年全球黄金饰品所属行业市场运行状况分析

第一节 2019年全球黄金市场综述

一、商品性黄金市场新亮点

二、金融性黄金商品市场热点聚焦

三、中国首次超过南非成全球最大黄金生产国

四、全球黄金需求量分析

1、饰品需求

2、投资需求

3、工业需求

4、官方储备需求

第二节 2019年全球黄金市场价格走势分析

一、黄金价格体系

1、市场价格

2、生产价格

3、准官方价格

二、黄金市场的价格确定机制分析

(一) 伦敦黄金市场的定价机制

(二) 苏黎士黄金市场的定价机制

(三) 纽约黄金市场的定价机制

(四) 香港金银业贸易场的定价机制

三、2019年影响黄金价格的主要因素分析

(一) 黄金价格与美元指数

(二) 黄金价格与国际原油价格

(三) 黄金价格与通货膨胀

(四) 黄金价格与股票市场

(五) 黄金价格与黄金现货市场季节性供求因素

(六) 黄金价格与国际基金持仓水平

(七) 政治因素

(八) 投资者的心理预期等其他因素

第三节 2019年全球黄金饰品部分国家及地区市场分析

一、美国是世界第一大黄金饰品市场

二、中国黄金首饰需求的强劲增势令人瞩目

三、印度黄金饰品市场局势分析

四、瑞士黄金饰品市场状况分析

第四节 2020-2026年全球黄金饰品市场趋势探析

第三章 全球黄金饰品知名品牌所属行业运行浅析

第一节 意大利Bvlgari

一、企业概况

二、在华销售情况分析

三、竞争优势分析

第二节 瑞士SIGNITY

一、企业概况

二、在华销售情况分析

三、竞争优势分析

第三节 周大福

一、企业概况

二、在华销售情况分析

三、竞争优势分析

第四节 周生生

- 一、企业概况
- 二、在华销售情况分析
- 三、竞争优劣势分析

第四章 2019年中国黄金饰品所属行业市场运行环境解析

第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、经济发展现状分析
- 二、当前经济主要问题
- 三、未来经济运行与政策展望

第二节 2019年中国黄金饰品市场运行政策环境及影响分析

- 一、中华人民共和国矿产资源法
- 二、中华人民共和国金银管理条例
- 三、黄金饰品进口的海关政策

第三节 2019年中国黄金饰品市场社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析

第五章 2019年中国黄金饰品所属行业运行态势分析

第一节 2019年中国黄金饰品的相关概述

- 一、纯金首饰
- 二、K金首饰
- 三、包裹金首饰

第二节 2019年中国黄金饰品运行简况

- 一、黄金首饰开始升级换代
- 二、黄金首饰市场流行“中国风”
- 三、黄金首饰价格各品牌同类黄金定价趋同

第三节 2019年中国黄金饰品流热点分析

- 一、大胆进行中国元素的提炼和糅合，打破经典又创造经典
- 二、首饰工艺呈现多样化
- 三、首饰的亲情化和人性化凸现

四、中国传统节日里必备要素

第四节 2019年中国黄金饰品业发展中存在的问题

- 一、原料资源的有限性
- 二、价格的波动性
- 三、偷换概念，以次充好
- 四、工艺缺陷，质量差

第六章 2013-2019年中国黄金饰品所属行业数据监测分析

第一节 2013-2019年中国珠宝首饰及有关物品的制造行业总体数据分析

- 一、2019年中国珠宝首饰及有关物品的制造行业全部企业数据分析
- 二、2019年中国珠宝首饰及有关物品的制造行业全部企业数据分析
- 三、2019年中国珠宝首饰及有关物品的制造行业全部企业数据分析

第二节 2013-2019年中国珠宝首饰及有关物品的制造行业不同规模企业数据分析

- 一、2019年中国珠宝首饰及有关物品的制造行业不同规模企业数据分析
- 二、2019年中国珠宝首饰及有关物品的制造行业不同规模企业数据分析
- 三、2019年中国珠宝首饰及有关物品的制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2013-2019年中国珠宝首饰及有关物品的制造行业不同所有制企业数据分析

- 一、2019年中国珠宝首饰及有关物品的制造行业不同所有制企业数据分析
- 二、2019年中国珠宝首饰及有关物品的制造行业不同所有制企业数据分析
- 三、2019年中国珠宝首饰及有关物品的制造行业不同所有制企业数据分析

第七章 2019年中国黄金饰品所属行业市场深度剖析

第一节 2019年中国金饰饰品市场消费形态

- 一、贵金属首饰常识深入人心，市场信誉形成
- 二、零售终端服务质量得到认可
- 三、消费者维权意识加强
- 四、黄金首饰仍然占当前最大消费量，而对未来购买看好铂金、钻石
- 五、特殊纪念日一跃成为新的首饰购买动机
- 六、消费者生活品味趋高，“款式”所占地位也越趋前

第二节 2019年中国黄金饰品市场透析

- 一、黄金饰品市场购买力分析
- 二、佩戴场合向社交空间延伸

三、优雅风格卷土重来

四、项链排位提前，与服饰搭配越来越紧密

五、黄金工艺发展趋势向传统手工与现代工艺相结合方向发展

六、专卖店成为销售主渠道

第三节 2019年中国黄金饰品市场走势分析

一、黄金饰品市场供给状况分析

二、黄金饰品市场消费状况分析

三、推行品牌差异化迫在眉睫

第四节 2019年中国主要地区黄金饰品市场动态分析

一、成都黄金饰品零售价面临关口

二、南京市黄金饰品的价格近期纷纷上涨

三、武汉黄金首饰价格再次上调

第八章 2019年中国黄金饰品市场消费者深度调研

第一节 受访者基本情况

一、性别占比

二、年龄分布

三、收入情况

四、区域分布

第二节 2019年中国黄金饰品消费者消费行为调研

一、消费者佩戴黄金饰品场合对比分析

二、黄金饰品市场消费者对黄金饰品类别选购占比

三、中国消费者选购黄金饰品渠道占比

四、中国消费者选购黄金饰品信息来源调查分析

五、中国消费者选购黄金饰品影响因素调研

六、中国黄金饰品市场消费者对黄金饰品材质偏好调研

七、黄金饰品市场消费者对黄金饰品设计类型偏好分析

八、黄金饰品市场消费者对饰品工艺偏好分析

第三节 2019年中国黄金饰品消费影响因素分析

第九章 2019年中国黄金饰品市场竞争格局透析

第一节 2019年中国黄金饰品行业竞争现状分析

一、黄金饰品工艺竞争

二、黄金饰品品牌及服务竞争

三、黄金饰品价格竞争

第二节 2019年中国外资加速对中国黄金饰品市场扩张

一、国际珠宝业巨头加速在华圈地

二、中国香港黄金饰品企业加速内地拓展力度

三、国际黄金饰品品牌纷纷抢滩中国市场

第三节 2019年中国黄金饰品市场的主要竞争策略分析

一、企业应明确自身的品牌定位和树立诚信意识

二、企业应加强流行趋势的把握能力

三、企业应关注娱乐文化的新亮点和流行新元素

四、企业应加强与品牌定位相适应的渠道构造能力

五、企业应创造具有独特个性的黄金饰品文化

六、企业应对代理商和加盟店进行必要的支持和培训

第四节 2020-2026年中国黄金饰品市场竞争趋势探析

第十章 2019年中国黄金饰品行业优势企业竞争力分析

第一节 老凤祥股份有限公司（600612）

一、企业概况

二、企业经营数据分析

三、企业发展规划

第二节 周大福珠宝金行（深圳）有限公司

一、企业概况

二、企业经营数据分析

三、企业发展规划

第三节 浙江日月首饰集团有限公司

一、企业概况

二、企业经营数据分析

第四节 武汉金凰珠宝有限公司

一、企业概况

二、企业经营数据分析

三、企业发展规划

第五节 深圳市百爵实业发展有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营数据分析
- 三、企业发展规划

第六节 深圳市甘露珠宝首饰有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营数据分析
- 三、企业发展规划

第十一章 2019年中国珠宝首饰产业运行形势透析

第一节 2019年中国珠宝首饰行业总体概述

- 一、中国珠宝首饰行业的发展历程
- 二、中国珠宝首饰行业基本概况
- 三、国内珠宝首饰行业发展的特点
- 四、浅析国内珠宝首饰行业发展的优势

第二节 2019年中国珠宝首饰市场动态

- 一、中国珠宝首饰业销售额增长
 - 二、中国珠宝首饰业要点透视
 - 三、中国珠宝首饰业发展态势良好
 - 四、珠宝首饰业发展中的问题
 - 1、市场竞争尚需规范
 - 2、标准化建设有待完善
 - 3、人才培养亟待加强
 - 五、国内珠宝首饰业存在诸多缺陷
 - (1) 行业竞争激烈
 - (2) 款式设计、制造等关键人才缺乏
 - (3) 融资渠道单一
 - 六、外向型产业模式制约珠宝首饰业发展
 - 七、珠宝首饰业特许加盟运行不畅
- ### 第三节 2019年中国珠宝首饰业发展建议及措施
- 一、中国珠宝行业应采取“走出去”战略
 - 二、中国珠宝首饰业全球化发展思路

三、注意力经济下的珠宝首饰业发展战略

第四节 2020-2026年中国珠宝首饰行业发展趋势预测分析

第十二章 2020-2026年中国黄金饰品市场发展趋势预测分析

第一节 2020-2026年中国黄金饰品行业趋势预测分析

一、中国黄金饰品行业发展之路预测分析

二、未来中国珠宝首饰行业的发展方向

三、中国将成为最大的珠宝首饰消费国

四、2020-2026年中国黄金饰品市场流行趋势预测分析

第二节 2020-2026年中国黄金饰品市场供需状况趋势预测分析

一、2020-2026年中国黄金饰品市场供应预测分析

二、2020-2026年中国黄金饰品市场需求预测分析

三、2020-2026年中国黄金饰品进出口贸易预测分析

第十三章 2020-2026年中国黄金饰品业发展战略分析

第一节 2020-2026年中国黄金饰品行业发展策略分析

一、设计师对设计不断的创新

二、对各种流行资讯的敏锐洞察

三、严格遵循首饰设计的原则

四、加快培养高级首饰设计人才

五、重视创新在黄金饰品设计的作用

六、中国黄金饰品核心竞争力

第二节 2020-2026年中国黄金饰品品牌扩张的分销策略分析

一、行业竞争格局

二、整体分销策略

三、连锁专卖体系打造

四、后台能力构建

第十四章 2020-2026年中国黄金饰品行业投资前景预测分析

第一节 2020-2026年中国黄金饰品行业投资概况

一、黄金饰品投资特性分析

二、黄金饰品政策解读

第二节 2020-2026年中国黄金饰品行业投资机会分析

一、黄金饰品投资潜力分析

二、黄金饰品投资吸引力分析

三、与产业链相关的投资机会分析

第三节 2020-2026年中国黄金饰品行业投资风险分析

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、原料供给风险

四、市场运营机制风险

第四节 2020-2026年中国黄金行业发展循环经济策略分析

一、发展循环经济的思考

二、发展循环经济的建议

三、发展循环经济的有效途径

第五节 投资建议

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/224128N02N.html>