

2016-2022年中国珠宝首饰 市场深度研究与市场年度调研报告

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年中国珠宝首饰市场深度研究与市场年度调研报告》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/maoyi/K77161D2XV.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

随着国家综合国力的增强，人民生活水平的不断提高，消费观念的不断更新，国内黄金珠宝业自八十年代起步，九十年代后期得以发展至今，正以迅猛的速度发展着。

中国珠宝首饰业的发展，大致经历了停滞、恢复、发展三个阶段。在20世纪80年代以前，我国珠宝首饰业基本处于停滞状态，始终没有得到什么发展；在80年代之后，我国珠宝首饰行业经历了近十年的恢复期，在这个时期我国珠宝首饰行业得到了一定的恢复性发展；从1990年至2000年中国珠宝首饰业才开始真正地进入了快速发展阶段，在该阶段中国珠宝首饰行业发生了翻天覆地的变化；此后在2000年至2008年之间，中国珠宝首饰业又进入了一段相对平稳的发展期；2014年销售总额超过到1500亿元。

虽然国内珠宝首饰行业正在不断走向壮大，但整体行业尚处于发展起步阶段。国内珠宝品牌市场区域性较高，引领行业走向的企业尚未形成，行业“大行业、小公司”局面将持续维持，但行业发展前景良好，龙头企业将继续保持高增长。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国珠宝首饰市场深度研究与市场年度调研报告》。首先介绍了珠宝首饰行业发展环境以及全球珠宝首饰产业发展现状，接着分析了中国珠宝首饰行业规模及消费需求，然后对中国珠宝首饰行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国珠宝首饰行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国珠宝首饰行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 我国珠宝首饰行业发展现状	1
第一节 珠宝首饰的分类和商品属性	1
一、珠宝首饰的分类	1
二、珠宝的商品属性	3
三、珠宝首饰行业的特点	5
第二节 我国珠宝首饰业发展环境分析	6
一、2014年宏观经济运行指标分析	6
二、2015年宏观经济运行指标分析	7

三、2016-2022年中国经济发展预测	21
第三节 我国珠宝首饰行业发展现状	22
一、中国珠宝首饰行业30年发展回顾	22
二、中国珠宝首饰行业面临转型良机	23
三、我国珠宝首饰批发企业的现状分析	26
四、2015年我国珠宝首饰行业发展现状分析	27
五、黄金珠宝业酝酿制定行业标准	28
六、两岸珠宝行业合作研制珠宝首饰共通标准	29
七、《珠宝首饰行业服务规范》起草单位征集通知	30
八、我国珠宝玉石首饰行业发展瓶颈分析	30
九、我国珠宝首饰行业面临的基本问题及应对措施	31
第四节 我国珠宝首饰生产加工设计业现状及趋势	32
一、我国珠宝加工业发展概况	32
二、我国珠宝加工企业分布状况	32
三、我国珠宝首饰设计业现状分析	33
四、我国珠宝加工业发展主要制约因素	33
五、珠宝加工行业整体解决方案简析	34
六、未来中国将成为世界级珠宝首饰生产加工中心	35
第五节 我国珠宝首饰行业存在的问题	36
一、未有强势品牌	36
二、劳动生产率低	36
三、设备及设计理念落后	36
四、管理显得滞后	37
五、员工素质有待提高	37
六、珠宝业标准缺失暴利遍布急需立法	37
第二章 珠宝首饰行业不同市场概况	40
第一节 珠宝消费者市场分析	40
一、珠宝消费者市场概述	40
二、我国珠宝市场产业链简介	40
二、男性珠宝饰品消费市场渐形成	40
三、珠宝消费者购买心理与购买动机	42

四、影响珠宝消费者购买行为的因素	46
五、珠宝消费者购买决策过程分析	52
第二节 我国珠宝中间商市场	55
一、批发商	55
二、零售商	56
第三节 珠宝生产者市场分析	56
一、从交易规模和交易方式来看	56
二、从购买行为来看	57
三、从购买目的来看	57
四、从交易行为主体来看	57
五、从决策类型和决策过程来看	58
第四节 珠宝服务市场	58
一、珠宝设备供给市场	58
二、珠宝加工、镶嵌市场	58
三、首饰陈设、包装服务市场	59
第三章 中国珠宝首饰市场整体分析	60
第一节 中国珠宝首饰市场总体状况	60
一、国内珠宝首饰市场结构的表现	60
二、中国珠宝首饰市场销售管道分析	61
三、中国珠宝首饰市场竞争形势	63
四、珠宝首饰市场的信息不对称问题剖析	67
五、中国珠宝首饰消费市场的变化	71
第二节 珠宝首饰市场现状分析	72
一、中国珠宝首饰市场状况	72
二、市场供需居世界前列	73
三、产品多样化格局已经形成	74
四、珠宝首饰市场化走向成熟	76
第三节 2012-2013年珠宝首饰市场发展情况分析 & 趋势	79
一、2012年中国珠宝首饰行业发展分析	79
二、2013年中国金银珠宝业零售总额增幅居榜首	80
三、2014年中国珠宝首饰行业发展分析	82

四、2015年中国珠宝首饰行业发展分析 83

第四章 黄金行业发展情况分析 86

第一节 2012-2015年国际黄金市场分析 86

- 一、2012年全球黄金市场供应概况 86
- 二、2012年全球黄金市场需求概况 86
- 三、2012年全球主要行业黄金需求分析 90
- 四、2013年全球黄金行情总结 91
- 五、2014年全球黄金行情回顾 95
- 六、2015年全球黄金行情回顾 97

第二节 2012-2015年我国黄金行业运行情况分析 98

- 一、2012年黄金行业经济运行情况 98
- 二、2014年黄金行业经济运行情况 100
- 三、2014年中国进口黄金情况分析 102
- 四、2015年黄金业机遇挑战并存 104

第三节 2011-2015年我国黄金行业政策颁布情况 105

- 一、我国黄金资源开采政策取向 105
- 二、黄金表壳、黄金表带纳入进出口管理范围 108
- 三、国家明确黄金期货交易有关税收政策 109
- 四、六部委《关于促进黄金市场发展的若干意见》促黄金市场 109
- 五、中国设定国家黄金标准为99.999% 113
- 六、国家安全监管总局关于加强金矿开采企业粉尘危害治理工作的通知 113

第四节 2006-2013年我国黄金生产和消费情况分析 116

- 一、2011年中国黄金产量数据 116
- 二、2012年中国黄金产量数据 117
- 三、2013年我国黄金产量统计 118
- 四、国内现货黄金交易量全球第一 119
- 五、2014-2015年中国黄金产量及需求分析 120

第五节 2013-2015年我国黄金区域市场分析 121

- 一、广东 121
- 二、深圳 122
- 三、河南 122

四、山东	123
五、新疆	124
六、江西	124
七、云南	127
八、青海	127
九、吉林	127
第六节 2015年中国黄金投资策略分析	128
一、2016年全球黄金价格走势预测	128
二、2016年黄金投资机会分析	129
第五章 钻石行业发展情况分析	130
第一节 世界钻石行业情况	130
一、世界钻石资源分布	130
二、世界钻石市场体系	132
三、2012-2015年国际钻石市场分析	133
第二节 我国钻石行业分析	137
一、钻石加工业发展现状	137
二、中国钻石首饰零售业的现状	138
三、中国成为世界钻石行业的中心	142
四、面对国际化竞争国内钻石企业大有可为	142
第三节 中国钻石市场发展分析	143
一、我国钻石市场的发展状况	143
二、浅析钻石市场交易的价格评估	144
三、2012年中国成为世界第二大钻石消费市场	147
四、2013-2015年中国钻石市场分析	148
五、2016-2022年我国钻石市场发展展望	149
第六章 珍珠行业发展情况分析	151
第一节 珍珠的贸易及市场	151
一、珍珠的来源及分类	151
二、珍珠的采收简介	154
三、国际珍珠贸易及市场	155

第二节 我国珍珠行业分析	160
一、中国珍珠业分析	160
二、中国淡水珍珠产地重心转移	161
三、中国珍珠产业大问题	161
四、我国珍珠首饰行业发展策略	162
五、企鹅珍珠贝附壳珍珠培育成功	165
第三节 中国珍珠行业发展情势分析	166
一、我国淡水珍珠市场现状和发展趋势	166
二、2014年珍珠价格与销量情况	167
三、浙江省珍珠产业协会发布《养殖珍珠首饰》行业标准	167
四、浙江诸暨珍珠产业打破全球高端珍珠市场垄断局面	168
五、诸暨发布珍珠价格指数	168
第四节 珍珠主要产区分析	169
一、雷州	169
二、诸暨	173
三、常德	174
第五节 浙江珍珠产业化发展的深思	175
一、发展珍珠产业的基础	175
二、存在的问题	176
三、发展珍珠产业化的新途径	176
第六节 中国海水珍珠发展的思考	179
一、世界海水珍珠基本现状	179
二、我国海水珍珠的基本状况	179
三、我国海水珍珠与淡水珍珠之比较	180
四、我国珍珠产业链分析与发展建议	180
五、我国海水珍珠产业发展的思考	180
第七章 翡翠行业发展情况分析	182
第一节 翡翠的贸易与市场	182
一、翡翠的相关概述	182
二、翡翠的产地及来源	182
三、翡翠的交易及市场	185

第二节 2014年我国翡翠市场分析	185
一、我国翡翠加工流程	185
二、翡翠市场发展前景	188
三、翡翠饰品的五种商品类型	190
四、礼品升温对翡翠行业的影响分析	191
五、翡翠市场发展主要影响因素分析	192
六、2014年翡翠市场价格情况分析	194
七、2014年华南首家和田玉交易中心在深圳开业	195
第三节 翡翠文化市场发展分析	195
一、品牌战略培训创新颠覆传统	195
二、诚信经营晋商理念深入发扬	196
三、传播文化勾勒完美绿色时尚	197
第四节 翡翠行业投资分析	198
一、物以稀为贵	198
二、文化底蕴深厚	198
三、三分料，七分工	199
四、文化独具魅力	199
五、翡翠投资价值分析	200
六、投资前景巨大	201
第八章 其他细分行业分析	202
第一节 白银行业	202
一、我国白银工业发展现状	202
二、2014年中国白银产量数据	203
三、2014年世界白银市场的供需分析	203
四、2014年白银市场发展分析	205
六、白银市场重要发展空间分析	208
七、中国白银首饰业的发展前景和趋势	208
第二节 铂金行业	209
一、2014年我国铂金市场价格情况	209
二、2014年我国铂金首饰消费比价情况	210
三、2014年我国铂金投资机会	211

第九章 主要区域市场发展情况分析	212
第一节 广东市场发展情况分析	212
一、广东珠宝加工业现状与特点	212
二、广东珠宝行业的竞争问题	213
三、广东领跑黄金珠宝首饰行业	214
四、2014年广东珠宝贵金属抽检结果分析	215
五、广东黄金饰品将告别以克论价	215
六、番禺珠宝首饰行业发展状况分析	216
七、广州花都珠宝首饰行业发展状况分析	218
八、广东省出台《黄金及其他贵金属珠宝产业发展十二五规划》	218
九、东莞成广东重点发展黄金珠宝产业城市之一	219
第二节 深圳市场发展情况分析	219
一、深圳珠宝产业集聚地概况	219
二、深圳支持珠宝企业走向全球	221
三、深圳抢占珠宝电子商务高地	222
四、200家珠宝品牌汇聚深圳西部	224
五、2014年深圳珠宝中心启动	225
六、深圳珠宝首饰产业创新的思考	226
七、深圳珠宝首饰产业集聚地远景	227
八、深圳珠宝加工企业的产品附加值提高之路	228
第三节 2014年上海市场发展情况分析	228
一、上海黄金珠宝业市场概况	228
二、上海黄金珠宝业品牌格局分析	229
三、上海黄金珠宝业产品结构分析	231
四、上海黄金珠宝业发展方向分析	231
五、上海黄金珠宝市场机遇与挑战并存	232
六、上海黄金珠宝行业即将进入创意时代	233
七、2015年上海黄金珠宝消费预测	234
第四节 北京市场发展情况分析	234
一、北京市珠宝批发市场状况综述	234
二、北京珠宝新市场发展情况分析	240

第五节 2014-2015年其他地区珠宝市场发展概况 243

- 一、云南 243
- 二、甘肃 243
- 三、辽宁 244
- 四、湖南 244
- 五、黑龙江 244
- 六、南京 245
- 七、武汉 245
- 八、重庆 246
- 九、银川 246
- 十、济南 246
- 十一、天津 247
- 十二、兰州 248

第十章 浙江省金银珠宝首饰市场分析 249

第一节 2013-2015年浙江省金银珠宝市场分析 249

- 一、2013年浙江省金银珠宝市场分析 249
- 二、2014年浙江省金银珠宝市场分析 250
- 三、2015年浙江省金银珠宝市场分析 251

第二节 2011-2015年浙江省黄金市场分析 252

- 一、2013年浙江省黄金市场分析 252
- 二、2014-2015年浙江省黄金市场分析 255
- 三、2011-2015年浙江省黄金产量分析 255

第三节 2013-2015年浙江省白银市场分析 255

- 一、2013年浙江省白银市场分析 255
- 二、2014-2015年浙江省白银市场分析 256
- 三、2006-2015年浙江省白银产量分析 256

第四节 2014-2015年浙江金银珠宝主要城市分析 257

- 一、杭州 257
- 二、宁波 269
- 三、温州 271
- 四、绍兴 273

第五节 2014-2015年浙江明牌珠宝股份有限公司分析 274

- 一、公司简介 274
- 二、2014年企业经营情况分析 275
- 三、2015年企业经营情况分析 281
- 四、2014-2015年企业财务数据分析 287
- 五、2015年公司发展展望及策略 287

第十一章 珠宝首饰业消费者分析 290

第一节 我国消费品市场形势分析 290

- 一、2015年居民生活水平分析 290
- 二、2015年零售市场情况分析 291
- 三、2015年中国财富景气指数情况 292
- 四、2015年中国奢侈品消费市场 294

第二节 2014-2015年中国珠宝消费市场分析 296

- 一、2014年中国珠宝消费形势分析 296
- 二、2015年国内珠宝消费市场情况 298
- 三、我国珠宝首饰市场交易主体问题 299
- 四、我国珠宝消费市场需求潜力分析 301
- 五、金饰成为婚庆珠宝市场消费主流 303

第三节 珠宝消费者市场特点分析 304

- 一、从消费水平上来看 304
- 二、从顾客构成来看 304
- 三、从交易的规模和方式来看 305
- 四、从购买行为来看 305
- 五、从购买目的来看 305
- 六、从购买行为主体来看 305

第四节 珠宝首饰消费心理特征分析 306

- 一、美化装饰心理 306
- 二、象征寓意心理 306
- 三、纪念心理 306
- 四、储备心理 307
- 五、时髦心理 307

六、社会礼仪心理	307
七、身份心理	308
八、艺术心理	308
九、感情心理	308
十、实用心理	308
第五节 中国珠宝首饰消费的地理特征	308
一、珠宝消费能力	308
二、珠宝品牌认知度	309
三、珠宝品牌渗透率	310
四、最时尚的珠宝品牌	310
五、珠宝消费地理特征的启示	310
第六节 珠宝消费市场趋势	311
一、个性化趋势	311
二、高档化趋势	311
三、名牌化趋势	311
第十二章 珠宝首饰业的营销现状与策略	312
第一节 中国珠宝市场营销环境分析	312
一、人口环境	312
二、经济环境	312
三、社会文化环境	313
四、政治法律环境	314
第二节 珠宝首饰业销售渠道分析	315
一、珠宝零售及批发渠道	315
二、我国饰品行业的主要销售形式	320
三、我国饰品行业的主要发展趋势	320
四、2014年我国珠宝行业电子商务或将现井喷式发展	321
第三节 我国珠宝首饰业中的营销手段分析	321
一、展销	321
二、价格促销	322
三、广告促销	323
四、加盟连锁	324

五、渠道营销	325
六、网络营销	327
七、品牌营销	328
八、关系营销	329
第四节 珠宝首饰的价值构成及价格策略	330
一、珠宝首饰的价值构成	330
二、价格及价格制定	331
第五节 珠宝首饰业的差异化营销与市场定位	338
一、珠宝的差异化营销	338
二、我国珠宝厂商的正确市场定位	339
第六节 中国饰品市场竞争策略	341
一、中国饰品市场的六个主要竞争策略	341
二、中国珠宝中小企业的竞争策略	345
第七节 提升中国珠宝首饰零售业核心竞争力的措施	347
一、核心竞争力的含义与特征	347
二、我国珠宝首饰行业营销方式存在的问题	348
三、提升中国珠宝首饰零售业核心竞争力的措施	352
第八节 珠宝首饰业的网络营销情况分析	353
一、传统珠宝零售商进军互联网新战场	353
二、网络时代给传统经济带来的机遇与挑战	354
三、珠宝首饰网络营销的模式与基本内容	355
四、珠宝首饰网络营销的现状与发展	357
五、中国珠宝首饰在线消费需求分析	359
六、珠宝首饰网络“DIY”营销模式	360
第十三章 珠宝专卖终端管理策略	362
第一节 珠宝专卖终端管理不同时期特点与应对策略	362
一、导入期的特点及应对策略	362
二、上升期的特点及应对策略	362
三、成长期的特点及应对策略	363
四、成熟期的特点及应对策略	364
第二节 珠宝专卖终端管理店址选择与陈列策略	364

一、店址选择	364
二、店头的照明与色彩	365
三、POP广告	366
四、商品陈列设计	367
第三节 珠宝专卖终端销售过程的礼貌和用语	368
第四节 珠宝专卖终端促销策略	370
第五节 六桂福珠宝终端运营之道	370
第十四章 行业竞争格局分析	373
第一节 我国珠宝业总体格局	373
一、我国珠宝业竞争形势分析	373
二、珠宝商差异化竞争现状分析	379
三、珠宝电子商务的竞争优势分析	380
四、2014-2015年珠宝行业竞争状况分析	381
五、中国珠宝首饰业将面临群雄纷争的未来	384
六、2014-2015年中外珠宝商争夺内地市场	386
六、目前我国市场上各大珠宝品牌商竞争情况、分布情况	386
第二节 2012-2015年外资进入中国市场情况分析	386
一、2012年卡地亚高级珠宝南京首发	386
二、2012年欧洲顶级珠宝再次访问中国	387
三、2012年绰美珠宝进入中国对决卡地亚	388
四、2012年意大利珠宝瞄准中国市场	389
五、2012年法国殿堂级珠宝CHAUMET进驻春城	390
六、2012年亚洲知名珠宝品牌昭仪翠屋进驻上海	392
七、2013年戴比尔斯珠宝北京精品店隆重开张	393
八、2014年CHAUMET成都专门店进驻美美百货	396
九、2015年美国珠宝品牌RICOGEMS宣布深入中国市场	397
十、2016年珠宝进入“高定春天”；奢侈品瞄准中国肥缺	397
第三节 区域珠宝品牌间的合作竞争博弈探讨	398
一、中国珠宝首饰行业概况及竞争形势	398
二、区域珠宝品牌间合作竞争博弈的意义	399
三、区域珠宝品牌间合作竞争博弈领域和方式	400

四、区域珠宝品牌间合作竞争博弈的建议策略	402
五、未来区域珠宝首饰品牌间的合作竞争博弈	403
第十五章 行业主要企业分析	404
第一节 香港周生生珠宝(00116)	404
一、公司简介	404
二、2014年公司经营情况分析	405
三、2015年公司经营情况分析	408
四、2012-2015年公司财务数据分析	410
五、周生生推出全新品牌形象	411
第二节 明丰珠宝集团有限公司(00860)	412
一、公司简介	412
二、2013-2015年公司经营情况分析	412
三、明丰珠宝收购JOY	416
四、明丰珠宝引入亨得利为大股东	416
第三节 谢瑞麟珠宝金行(中国)公司(00417)	417
一、公司简介	417
二、谢瑞麟珠宝复牌之路	421
三、公司未来发展展望与策略	421
四、谢瑞麟珠宝金行公司北京市场营销策略探讨	421
第四节 六福珠宝(00590)	432
一、公司简介	432
二、2012-2015年公司经营情况分析	433
三、2012-2015年公司财务数据分析	436
四、六福珠宝发布二三线城市扩张计划	437
第五节 东方金钰(600086)	438
一、公司简介	438
二、2014年企业经营情况分析	439
三、2015年企业经营情况分析	444
四、2014-2015年企业财务数据分析	449
五、公司发展展望及策略	450
第六节 老凤祥(600612)	450

一、公司简介	450
二、老凤祥竞争优势分析	451
三、2014年企业经营情况分析	452
四、2015年企业经营情况分析	458
五、2014-2015年企业财务数据分析	465
六、公司发展展望及策略	465
七、老凤祥公司未来发展战略分析	466
八、老凤祥公司增强首饰设计软实力策略	466
第七节 周大福珠宝金行(01929)	466
一、公司发展大事记	466
二、公司发展历程	467
三、2015年一季度公司在内地开设分店数量	471
四、周大福积极筹备IPO	472
第八节 千禧之星	472
一、公司简介	472
二、企业经营情况分析	474
第九节 恒和珠宝(00513)	475
一、公司简介	475
二、公司将逐步成为集团营运中心	475
三、2015财年企业经营情况分析	475
第十节 其他知名企业	479
一、深圳市福麒珠宝首饰有限公司	479
二、香港周六福珠宝集团	481
三、香港名钻坊	482
四、广东潮宏基(002345)	482
五、浙江日月首饰集团有限公司	488
六、北京菜百	489
七、上海老庙黄金有限公司	490
第十六章 2016-2022年珠宝首饰行业未来发展趋势分析	492
第一节 行业发展政策环境分析	492
第二节 2016-2022年中国珠宝首饰行业未来发展趋势分析	492

一、未来中国珠宝首饰行业的发展方向	492
二、中国珠宝首饰行业发展趋势判断	496
三、中国珠宝首饰行业消费潜力巨大	496
四、2016-2022年我国珠宝销售预测	497
五、2015年中国奢侈品消费情况预测	498
第十七章 2016-2022年珠宝首饰行业发展对策分析	502
第一节 珠宝品牌战略制胜策略	502
一、珠宝企业品牌发展战略	502
二、珠宝区域品牌发展战略	503
三、珠宝国家品牌发展战略	505
第二节 珠宝首饰行业品牌发展策略	507
一、珠宝品牌建设急需借鉴传统文化	507
二、珠宝企业如何树立品牌才是长久之计	509
三、中国珠宝企业应加强研发从贴牌走向自主设计	511
四、珠宝业：从渠道为王向品牌之争的过渡	511
五、三线珠宝企业品牌升级的路径	514
六、中国饰品企业应谋“四势”求发展	518
七、中国饰品急需差异化品牌定位	520
第三节 浅谈中国珠宝首饰业的价格战和价格联盟	522
一、价格、价格战和价格联盟的定义	522
二、珠宝企业之间的价格战和价格联盟	523
三、珠宝企业的价格战和价格联盟选择	524
四、未来珠宝企业间的价格战和价格联盟	525
第四节 黄金行业发展循环经济策略	526
一、发展循环经济的思考	526
二、发展循环经济的建议	527
三、发展循环经济的有效途径	528
第五节 珍珠珠宝首饰企业发展之道	528
一、提高原珠质量	528
二、增强设计水平	529
三、重视珍珠推广	530

四、树立强势品牌	530
五、解读珍珠文化	531
第六节 珠宝行业信息化解决方案	532
一、珠宝饰品行业管理现状	532
二、管理总体需求	533
三、管理预期目标	534
第七节 对于企业进入珠宝行业的建议	535
一、从价值链角度看	535
QCQ-219 二、各种首饰的发展前景	537

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/maoyi/K77161D2XV.html>