

2023-2028年中国珠宝零售行业市场全景评估及投资前景展望报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2023-2028年中国珠宝零售行业市场全景评估及投资前景展望报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/business/860128.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

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：

第一部分 产业环境透视

第一章 珠宝零售行业发展概述

第一节 珠宝零售行业的相关概述

一、珠宝零售行业的基本概念

二、珠宝零售行业对GDP贡献率

三、珠宝零售行业发展意义

第二节 珠宝零售行业销售模式分析

一、自营模式

二、经销模式

三、加盟模式

第三节 珠宝零售行业经营业态分析

一、专卖店

二、百货公司

三、无店铺零售

四、大型购物中心与大卖场

五、网络销售

第四节 珠宝零售行业营销主要方式

一、体验营销

二、直复营销

三、情感营销

四、数据库营销

第五节 珠宝零售行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、与上下游行业之间的关联性

三、行业产业链上游发展现状及影响分析

四、行业产业链下游发展现状及影响分析

第二章 中国珠宝零售行业发展环境分析

第一节 全球经济环境分析

- 一、全球宏观经济形势
- 二、全球贸易环境
- 三、全球经济环境对行业发展的影响

第二节 中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况分析
- 二、消费价格指数CPI、PPI分析
- 三、全国居民收入情况解读
- 四、社会消费品零售总额分析
- 五、工业发展形势走势
- 六、固定资产投资情况
- 七、对外贸易进出口分析
- 八、宏观经济环境对行业的影响

第三节 珠宝零售政策环境分析

- 一、行业政策法规
- 二、行业监管体制
- 三、行业发展规划

第四节 珠宝零售行业社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育情况分析
- 三、文化环境分析
- 四、中国城镇化率
- 五、生态环境分析
- 六、居民消费观念和习惯分析
- 七、社会环境对行业的影响

第三章 国际珠宝零售所属行业发展分析及经验借鉴

第一节 世界珠宝零售行业发展综述

- 一、世界十大珠宝品牌盘点
- 二、世界珠宝消费地区特点分析
- 三、国际珠宝零售行业与世界经济密切相关
- 四、全球珠宝零售业市场发展简析
- 五、全球珠宝零售总额分析

第二节 主要国家及地区珠宝零售行业发展分析

- 一、美国珠宝零售行业发展分析
 - 1、珠宝行业销售总额
 - 2、人均珠宝消费水平

3、线上线下销售占比分析

4、珠宝消费趋势分析

二、日本珠宝零售行业发展分析

1、珠宝行业销售总额

2、人均珠宝消费水平

3、线上线下销售占比分析

4、珠宝消费趋势分析

三、印度珠宝零售行业发展分析

1、珠宝行业销售总额

2、人均珠宝消费水平

3、线上线下销售占比分析

4、珠宝消费趋势分析

四、欧洲地区珠宝零售行业发展分析

1、珠宝行业销售总额

2、人均珠宝消费水平

3、线上线下销售占比分析

4、珠宝消费趋势分析

第二部分 行业深度分析

第四章 中国珠宝零售所属行业运行现状分析

第一节 中国珠宝零售行业发展现状分析

一、行业发展概况及特点

二、行业发展历程

三、珠宝零售行业商业模式分析

第二节 珠宝零售行业零售渠道变化趋势

一、营销渠道扁平化

二、终端渠道规模化

三、零售渠道品牌化

四、营销模式多元化

第三节 2018-2022年珠宝零售行业经营情况

一、行业零售总额分析

二、行业利润总额分析

三、线上线下零售额占比

四、不同产品市场结构分析

五、中国人均珠宝消费水平分析

第五章 中国珠宝零售企业发展分析

第一节 珠宝零售企业的演变

- 一、银行金店改制而来
- 二、工艺品公司改制
- 三、个体打金店转行
- 四、依托背景关系资源
- 五、利用闲散资金搞副业
- 六、转行寻求更大发展

第二节 珠宝零售企业发展阶段

- 一、第一个阶段
- 二、第二个阶段
- 三、第三个阶段
- 四、第四个阶段

第三节 珠宝零售品牌发展历程

- 一、批发商起家
- 二、加工商起家
- 三、零售商起家
- 四、国外品牌
- 五、资本品牌
- 六、个人品牌

第四节 2018-2022年中国珠宝零售企业分析

- 一、企业数量变化分析
- 二、不同规模企业结构分析
- 三、不同所有制企业结构分析
- 四、从业人员数量分析

第五节 珠宝零售店铺竞争力评定

- 一、地理位置
- 二、品牌影响力
- 三、店铺规模
- 四、资本实力
- 五、产品价格
- 六、店面管理
- 七、服务水平
- 八、货品特色

第六节 2022年珠宝零售企业面临的危机

第六章 珠宝零售行业消费者行为分析

第一节 消费主体分析

- 一、消费者年龄结构分析
- 二、消费者性别比例分析
- 三、消费者收入水平分析
- 四、消费者职业结构分析
- 五、消费者学历水平分析

第二节 消费者行为特征分析

- 一、消费者购买频率
- 二、消费者重复购买指数
- 三、消费者购买单笔额度

第三节 消费者购买产品分析

- 一、产品价格区间分析
- 二、产品种类及结构
- 三、产品品牌结构

第四节 消费者购买关注因素分析

- 一、品牌
- 二、产品价格
- 三、产品种类及款式
- 四、售后服务

第三部分 市场全景分析

第七章 中国珠宝电商发展分析

第一节 中国珠宝电子商务发展分析

- 一、中国珠宝电子商务发展历程
- 二、中国珠宝电子商务发展规模
- 三、中国珠宝电子商务发展现状
 - 1、移动互联网销售平台竞争日趋激烈
 - 2、O2O模式将成线上竞争的有效助力
 - 3、品牌和口碑将成珠宝电商核心竞争力
 - 4、跨境电商的兴起让交易无国界限制
 - 5、健全的电商法制建设提供网购保障
- 四、中国珠宝电子商务市场竞争
- 五、中国珠宝电子商务发展趋势
- 六、珠宝电子商务面临的问题及对策

第二节 中国珠宝企业开展电子商务方式

- 一、建立综合性的珠宝“门户”网站

1、发展方式优点分析

2、发展方式典型代表

二、建立有经营特色或品牌珠宝的网站

1、无实体商店企业开展电子商务

2、大型珠宝企业开展电子商务

三、借助网上商场进行行销

1、发展方式优点分析

2、发展方式典型代表

第三节 珠宝电子商务三大成功模式研究

一、钻石小鸟：“鼠标+水泥”模式

1、“鼠标+水泥”模式简介

2、“鼠标+水泥”模式优势

3、“鼠标+水泥”模式运作

4、“鼠标+水泥”模式成效

二、欧宝丽：“F2C”珠宝电子商务新模式

1、“F2C”模式简介

2、“F2C”模式的优势

3、“F2C”模式的运作

4、“F2C”模式取得的成效

三、戴维尼：创建BBC成功模式

1、BBC模式简介

2、BBC模式主要优势

3、BBC模式取得的成效

第四节 珠宝企业电子商务模式运作建议

一、企业发展电子商务先决条件

二、珠宝企业电子商务平台的搭建

1、企业内部的信息系统

2、电子商务基础平台

3、电子商务服务平台

三、珠宝企业电子商务运作建议

第八章 珠宝“新零售”模式发展分析

第一节 “新零售”的发展概况

一、“新零售”的定义及内涵

二、“新零售”的新思维

三、“新零售”与传统零售的区别

第二节 “新零售”产业发展背景

- 一、消费升级
- 二、线上线下融合发展
- 三、传统零售面临转型升级
- 四、消费体验倒逼产业技术升级

第三节 中国“新零售”行业商业模式分析

- 一、阿里系新零售商业模式分析
- 二、京东系新零售商业模式分析
- 三、两种线路带给新零售行业的启示

第四节 “新零售”给珠宝零售行业带来的变革

- 一、打破传统珠宝零售思想禁锢
- 二、合作共赢趋势
- 三、尝试新模式
- 四、广泛利用新媒介

第五节 “新零售”时代珠宝企业发展关键点

- 一、导向
- 二、服务
- 三、共融
- 四、科技

第六节 “新零售”时代下珠宝零售企业发展机遇

- 一、产品结构以需求为导向
- 二、产品呈现以体验为目标
- 三、把门店和网店更紧密地结合起来
- 四、提供更专业的珠宝个性定制功能
- 五、重构会员体系强化会员联系
- 六、构建行业赋能型平台

第九章 珠宝行业营销战略要素与案例分析

第一节 珠宝企业战略规划

- 一、珠宝产品市场细分分析
 - 1、市场细分的概念
 - 2、市场细分的客观依据
 - 3、市场细分的作用
 - 4、市场细分的形式
 - 5、市场细分的程序
- 二、选择目标市场

1、目标市场的概念

2、选择目标市场的程序

3、目标市场选择的因素

三、市场定位

1、市场定位的意义

2、市场定位的特点

3、市场定位的方法

4、市场定位的程序

第二节 珠宝行业产品策略

一、产品组合竞争策略

二、产品生命周期各阶段营销策略

三、产品品牌与品牌决策

四、产品的服务竞争策略

第三节 珠宝行业价格策略

一、影响珠宝定价因素

二、珠宝企业定价管理

三、企业定价目标及确定

四、珠宝定价的主要方法

五、珠宝价格策略研究

第四节 珠宝行业分销渠道策略

一、分销渠道概念与特征

二、珠宝分销渠道模式

三、选择分销渠道的意义

四、珠宝分销渠道的类型

1、直接渠道与间接渠道

2、长渠道与短渠道

3、宽渠道与窄渠道

4、单渠道与多渠道

五、珠宝分销渠道策略

1、分销渠道策略类型

2、影响分销渠道策略的因素

3、分销渠道决策的原则

第五节 珠宝行业促销策略

一、珠宝促销类型

二、珠宝促销组合及影响因素

第六节 珠宝营销策略总结与案例

一、珠宝营销策略总结

二、珠宝营销典型案例

1、钻石小鸟

2、周大福

3、佐卡伊

第四部分 竞争格局分析

第十章 珠宝零售行业重点市场分析

第一节 北京

一、北京珠宝消费市场分析

二、北京珠宝零售店数量分析

三、北京珠宝零售额分析

四、北京珠宝零售主要品牌分析

五、北京珠宝零售产品结构分析

六、北京珠宝零售市场发展趋势及前景

第二节 上海

一、上海珠宝消费市场分析

二、上海珠宝零售店数量分析

三、上海珠宝零售额分析

四、上海珠宝零售主要品牌分析

五、上海珠宝零售产品结构分析

六、上海珠宝零售市场发展趋势及前景

第三节 天津

一、天津珠宝消费市场分析

二、天津珠宝零售店数量分析

三、天津珠宝零售额分析

四、天津珠宝零售主要品牌分析

五、天津珠宝零售产品结构分析

六、天津珠宝零售市场发展趋势及前景

第四节 广东

一、广东珠宝消费市场分析

二、广东珠宝零售店数量分析

三、广东珠宝零售额分析

四、广东珠宝零售主要品牌分析

五、广东珠宝零售产品结构分析

六、广东珠宝零售市场发展趋势及前景

第五节 浙江

- 一、浙江珠宝消费市场分析
- 二、浙江珠宝零售店数量分析
- 三、浙江珠宝零售额分析
- 四、浙江珠宝零售主要品牌分析
- 五、浙江珠宝零售产品结构分析
- 六、浙江珠宝零售市场发展趋势及前景

第六节 江苏

- 一、江苏珠宝消费市场分析
- 二、江苏珠宝零售店数量分析
- 三、江苏珠宝零售额分析
- 四、江苏珠宝零售主要品牌分析
- 五、江苏珠宝零售产品结构分析
- 六、江苏珠宝零售市场发展趋势及前景

第十一章 珠宝零售行业竞争分析

第一节 行业五力模型分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 行业SWOT分析

- 一、行业发展优势
- 二、行业发展劣势
- 三、行业发展机会
- 四、行业发展威胁

第三节 珠宝零售行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第四节 中国珠宝零售行业竞争格局综述

- 一、行业品牌竞争格局
- 二、行业企业竞争格局
- 三、行业产品竞争格局

第五节 中国珠宝零售行业未来竞争形式

- 一、首饰品牌与金融品牌之间的竞争
- 二、全国品牌与诸侯品牌之间的竞争
- 三、卖场品牌与大店多品牌的竞争
- 四、单品类品牌与综合类品牌之间的竞争
- 五、大众品牌与奢侈品牌之间的竞争
- 六、传统性品牌与概念性品牌之间的竞争

第六节 中国珠宝零售行业企业竞争策略分析

- 一、价格竞争策略
- 二、差异化策略
- 三、多样化策略
- 三、服务细化策略

第十二章 珠宝零售行业领先企业分析

第一节 中国珠宝零售领先企业经营分析

一、周大福珠宝集团有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业经营优劣势分析

二、周大生珠宝股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业经营优劣势分析

三、周生生（中国）商业有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业经营优劣势分析

四、上海老凤祥有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业经营优劣势分析

五、中国黄金集团黄金珠宝股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业经营优劣势分析

六、六福珠宝（北京）有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业经营优劣势分析

第五部分 发展前景展望

第十三章 2023-2028年珠宝零售行业发展前景分析

第一节 2023-2028年珠宝行业发展前景与趋势

- 一、珠宝行业发展前景
- 二、珠宝行业发展趋势
 - 1、产业集群化优势更明显
 - 2、品牌化发展成必经之路
 - 3、更注重珠宝文化的传播
 - 4、产业的国际化进程加速

第二节 2023-2028年珠宝零售行业发展前景及趋势

- 一、珠宝零售行业发展前景
- 二、珠宝零售行业发展趋势
 - 1、电商迅速崛起
 - 2、资源有效整合
 - 3、女性消费群年轻化
 - 4、消费市场结构变动

第三节 2023-2028年珠宝零售市场发展趋势预测

- 一、2023-2028年珠宝零售总额预测
- 二、2023-2028年珠宝零售行业利润总额预测
- 三、2023-2028年珠宝人均消费规模预测
- 四、2023-2028年珠宝零售线上销售占比预测

第六部分 发展战略研究

第十四章 珠宝零售行业投资发展战略研究

第一节 珠宝零售行业发展面临的挑战

- 一、去环节化
- 二、多元化经营模式
- 三、进入资本市场
- 四、消费群体两极化
- 五、行业洗牌后将更细分
- 六、加重广告投放
- 七、彩宝和K金消费猛增
- 八、外行跨界珠宝

第二节 珠宝零售行业竞争战略研究

- 一、成本领先战略
- 二、蓝海战略
- 三、差异化战略
- 四、品牌经营战略
- 五、目标集聚战略
- 六、成本领先和目标集聚混合战略

第三节 珠宝零售行业企业品牌营销策略

- 一、品牌个性策略
- 二、品牌传播策略
- 三、品牌销售策略
- 四、品牌管理策略
- 五、网络营销策略
- 六、品牌文化策略

第四节 珠宝零售行业投资战略及建议

- 一、2023-2028年珠宝零售企业投资战略
- 二、2023-2028年行业投资方式建议
- 三、2023-2028年行业投资方向建议

图表目录：

图表：2018-2022年全国居民收入情况

图表：2018-2022年中国社会消费品零售总额分析

图表：2018-2022年中国固定资产投资情况

图表：2018-2022年中国进出口贸易分析

图表：2018-2022年中国人口数量及结构分析

图表：2022年中国教育水平结构

图表：2022年美国线上线下销售占比分析

图表：2018-2022年珠宝零售行业零售总额分析

图表：2018-2022年珠宝零售行业利润总额分析

图表：2022年珠宝零售线上线下零售额占比

图表：2022年珠宝零售不同产品市场结构分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/business/860128.html>