

2016-2022年中国饰品市场 深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2016-2022年中国饰品市场深度调研与投资前景研究报告》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.bosidata.com/qitaxiuxian1511/Q87504EQ5F.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-11-20

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2016-2022年中国饰品市场深度调研与投资前景研究报告》共八章。报告介绍了饰品行业相关概述、中国饰品产业运行环境、分析了中国饰品行业的现状、中国饰品行业竞争格局、对中国饰品行业做了重点企业经营状况分析及中国饰品产业发展前景与投资预测。您若想对饰品产业有个系统的了解或者想投资饰品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

饰品是用来装饰的物品，一般用途为美化个人仪表，装点居室，美化公共环境，装点汽车。故饰品可分为以下几类：居家饰品、服饰饰品、汽车饰品等。随着佩戴饰品的人群逐渐增加，批发饰品这个行业在逐渐的兴起。

报告目录：

第一章2015年中国饰品行业市场环境分析

第一节饰品行业政策环境分析

一、行业相关政策动向

(1) 消费税改革

(2) 扩大内需

(3) 饰品出口退税率

二、行业标准与规范

(1) 《中华人民共和国金银管理条例》

(2) 《仿真饰品中有害物质的限量要求及检测方法》

(3) 《金饰银饰标识管理规定》

第二节饰品行业经济环境分析

一、国际宏观经济及对行业影响

(1) 国际宏观经济现状

1) 美国

2) 欧元区

3) 亚洲地区

4) 新兴国家

(2) 我国饰品贸易环境

(3) 国际宏观经济趋势预测

二、国内宏观经济及对行业影响

(1) 国内宏观经济现状

1) GDP

2) 工业增加值

3) 信贷

4) 社会消费品零售总额

(2) 饰品行业在国内经济中的地位

(3) 国内宏观经济趋势预测

第三节行业产品技术环境分析

一、行业技术水平

二、新材料的发掘

第二章2015年中国饰品行业产业链分析

第一节饰品行业产业链简介

第二节饰品行业上游供应链分析

一、银供需与价格走势

(1) 我国银矿储量与分布

(2) 银市场供需

(3) 银价走势与预测

二、彩宝供需与价格走势

(1) 我国彩宝矿储量与分布

(2) 彩宝市场供需

(3) 彩宝价格走势与预测

三、珍珠供需与价格走势

(1) 珍珠供需

(2) 珍珠价格走势及预测

四、合金供需与价格走势

(1) 合金供需

(2) 合金价格走势与预测

五、水钻供需与价格走势

(1) 水钻供需

（2）水钻价格走势与预测

六、水晶供需与价格走势

（1）我国水晶矿储量与分布

（2）水晶价格走势与预测

第三节饰品行业下游零售行业及饰品销售分析

一、零售业态增长分析

二、百货业现状及饰品销售分析

（1）百货业发展规模

（2）百货业发展特点

（3）代表企业经营情况

（4）饰品百货业销售成本

三、购物中心现状与饰品销售分析

（1）购物中心现状

（2）购物中心饰品销售现状

四、网络购物现状与饰品销售分析

（1）网络购物销售规模

（2）网络购物竞争格局

（3）网络购物发展趋势

（4）饰品网络销售现状

1) 饰品网络销售主要模式

2) 饰品网络销售盈利分析

3) 饰品网络销售案例分析

第三章2015年中国饰品行业主要生产基地建设分析

第一节饰品行业的主要生产基地概述

第二节义乌饰品生产基地规模与优劣势分析

一、义乌饰品行业企业规模

二、义乌饰品行业生产规模

三、义乌饰品行业销售规模

四、义乌饰品销售渠道

（1）二级批发市场

（2）大型展销会

(3) 其他零售渠道

五、义乌饰品行业相关政策、行业规划与质量标准

六、义乌饰品行业的优劣势分析

(1) 优势分析

- 1) 市场优势
- 2) 产业体系优势
- 3) 企业集聚优势
- 4) 饰品联盟标准优势
- 5) 龙头企业优势
- 6) 服务支撑优势
- 7) 饰品市场发展空间优势

(2) 劣势分析

- 1) 研发设计的差异
- 2) 材料质量和工艺技术的差异
- 3) 销售模式的差异
- 4) 品牌运作的差异

七、义乌饰品行业的发展趋势

(1) 建立自主品牌，转型升级

(2) 制定行业标准，争夺价值链高端

第三节青岛饰品生产基地规模与优劣势分析

一、青岛饰品行业企业分布

二、青岛饰品行业的销售情况

三、青岛饰品的主要销售渠道分析

(1) 二级批发市场

(2) 大型展销会

四、青岛饰品行业相关政策与行业规划

五、青岛饰品行业的优劣势分析

(1) 优势分析

- 1) 质量优势
- 2) 工艺先进
- 3) 设计优势

(2) 劣势分析

- 1) 管理落后
- 2) 自主品牌缺失
- 3) 未形成产业集聚效应
- 4) 产业链不完整

六、青岛饰品的发展趋势

第四节广东饰品生产基地建设与优劣势分析

一、广东饰品行业的发展概况

二、广东饰品的主要销售渠道分析

(1) 专业市场

(2) 其他零售渠道

三、广东饰品产业基地发展分析

(1) 番禺产业基地

(2) 花都产业基地

(3) 深圳产业基地

四、广东饰品行业相关政策与行业规划

五、广东饰品行业的优劣势分析

(1) 优势分析

(2) 劣势分析

六、广东饰品行业的发展趋势

第五节其他饰品生产基地现状分析

一、“世界人工宝石之都”广西梧州发展分析

二、“中国珍珠之乡”浙江诸暨发展分析

三、“中国人造水晶之都”浙江浦江发展分析

四、“中国天然水晶之都”东海发展分析

第四章2015年中国饰品行业竞争格局及商业模式

第一节全球饰品行业发展概况

一、主要国家地区饰品行业发展状况

(1) 美国饰品行业发展分析

(2) 欧洲饰品行业发展分析

(3) 韩国饰品行业发展分析

(4) 日本饰品行业发展分析

二、主要外资企业在华投资情况

- (1) 施华洛世奇
- (2) 英国乔伊丝饰品
- (3) 韩国千姿恋饰品
- (4) 美国宗宗珠宝集团

第二节国内饰品行业五力分析

- 一、饰品行业上游议价能力分析
- 二、饰品行业下游议价能力分析
- 三、饰品行业替代性威胁分析
- 四、饰品行业新进入者威胁分析

第三节饰品行业主要商业模式及成功因素

一、新光模式

(1) 新光饰品商业模式

- 1) 生产模式
- 2) 销售模式
- 3) 产品生命周期

(2) 新光饰品关键成功因素

二、流行美模式

- (1) 流行美饰品市场定位
- (2) 流行美饰品关键成功因素

- 1) 加盟：保姆式服务
- 2) 营销：产品+终身服务

三、哎呀呀模式

(1) 哎呀呀饰品商业模式

- 1) 运营模式
 - 2) 设计模式
 - 3) 生产模式
 - 4) 物流配送模式
- #### (2) 哎呀呀饰品关键成功因素

四、饰品行业其他商业模式

- (1) 饰品企业品牌联合
- (2) 饰品+服装

（3）大型饰品超市

第五章2015年中国饰品行业主要细分市场需求分析

第一节饰品的主要特点

- 一、平民化的发展路线
- 二、紧跟时尚潮流
- 三、追求装饰物品与饰品的协调与搭配

第二节按材质划分的细分市场分析

- 一、天然宝石类产品市场
- 二、银饰类产品市场
- 三、珍珠类产品市场
- 四、仿真饰品类产品市场

第三节按产品档次划分细分市场现状与营销分析

一、中端饰品市场分析

- （1）中端饰品市场现状分析
- （2）中端饰品营销策略

二、低端饰品市场分析

- （1）低端饰品市场现状分析
- （2）低端饰品营销策略

第四节潜力产品细分市场营销与前景预测

一、男性饰品市场分析与前景预测

- （1）男性饰品的主要产品种类
- （2）男性饰品市场的发展现状
- （3）男性饰品的营销策略
- （4）男性饰品市场的发展前景

二、民族饰品市场分析与前景预测

- （1）民族饰品的主要产品种类
- （2）民族饰品市场的发展现状
- （3）民族饰品市场的发展前景

第六章2015年中国饰品行业消费行为与市场需求分析

第一节国际饰品行业主要消费区域分析

一、美国市场饰品需求分析

二、欧洲市场饰品需求分析

三、中东市场饰品需求分析

第二节中国饰品行业消费环境分析

一、居民消费状况分析

(1) 居民消费能力分析

(2) 居民消费价格指数

(3) 居民消费结构分析

(4) 居民消费信心分析

二、我国人口结构分析

(1) 性别比例

(2) 女性人口年龄结构

三、饰品消费者行为分析

(1) 不同性别的消费者的消费行为分析

1) 女性消费者的消费行为分析

2) 男性消费者的消费行为分析

(2) 典型群体的消费行为分析

1) 中小学生的消费行为分析

2) 大学生的消费行为分析

3) 中产阶级消费者的消费行为分析

4) 低收入消费者消费行为分析

第三节中国银饰消费者调研

一、银饰消费者购买动机

二、消费者对银饰印象

三、消费者购买考虑因素

四、消费者风格偏好

五、消费者购买渠道

六、消费者信息获得渠道

第四节国内饰品行业主要消费区域分析

一、以成都为中心的西南片区消费状况分析

二、以广州深圳为中心的华南片区消费状况分析

三、以哈尔滨大连为中心的东北片区消费状况分析

四、以上海为中心的华东片区消费状况分析

第七章2015年中国饰品行业领先企业个案分析

第一节新光控股集团有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品结构及新产品动向
- 三、企业销售渠道与网络
- 四、企业经营状况优劣势分析
- 五、企业最新发展动向分析

第二节威妮华（集团）有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品结构及新产品动向
- 三、企业销售渠道与网络
- 四、企业经营状况优劣势分析
- 五、企业最新发展动向分析

第三节伊泰莲娜首饰精品（中山）有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产销能力分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业运营能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业发展能力分析
- 七、企业产品结构及新产品动向
- 八、企业销售渠道与网络
- 九、企业经营状况优劣势分析

第四节广州石头记饰品有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产销能力分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业运营能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业发展能力分析

七、企业产品结构及新产品动向

八、企业销售渠道与网络

九、企业经营状况优劣势分析

十、企业最新发展动向分析

第五节浙江美联工贸有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产销能力分析

三、企业盈利能力分析

四、企业运营能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业发展能力分析

七、企业产品结构及新产品动向

八、企业销售渠道与网络

九、企业经营状况优劣势分析

第八章 博思数据对中国饰品行业发展预测及投资策略

第一节饰品行业发展趋势

一、饰品材料的发展趋势

二、饰品流行趋势

(1) 色彩流行趋势

(2) 风格流行趋势

三、饰品市场发展趋势

四、国内饰品行业的发展趋势

第二节饰品行业投资特性分析

一、饰品行业进入壁垒分析

二、饰品行业盈利模式分析

第三节中国饰品行业投资风险

一、饰品行业政策风险

二、饰品行业技术风险

三、饰品行业供求风险

四、饰品行业宏观经济波动风险

五、饰品行业关联产业风险

六、饰品行业其他风险

第四节中国饰品行业投资建议

一、饰品行业未来发展方向

二、饰品行业投资建议

图表目录：（部分）

图表：2015年欧盟及个别成员国GDP增速比较（单位：%）

图表：2009-2015年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2015年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2009-2015年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2009-2015年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2009-2014中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2012-2015年我国工业增加值增速统计

图表：2009-2015年我国全社会固定资产投资额走势图（2015年不含农户）

图表：2009-2015年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2009-2015年我国货物进出口总额走势图

图表：2009-2015年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：饰品行业产业链

图表：2015年全球白银供给比例（单位：%）

图表：2009-2015年全球实物白银领域供给与需求（单位：吨）

图表：我国发现的宝玉石品种及分布

图表：2012-2015年我国水钻市场需求情况（单位：亿元）

图表：2015年部分水钻价格（单位：元/包，元/粒）

图表：2010-2015年中国千家核心商业企业零售指数变化（单位：%）

图表：2012-2015年中国50家重点大型零售企业销售增长情况（单位：%）

图表：2015年样本百货企业经营情况分析（单位：亿元，%）

图表：2009-2014我国各阶段购物中心代表项目（单位：万平方米）

图表：三大经济圈所辖城市购物中心普及度（单位：%）

图表：2006-2015年中国网络购物市场交易规模及增长情况（单位：亿元，%）

图表：2009-2015年中国网络购物市场交易规模结构（单位：%）

图表：2015年C2C市场结构（单位：%）

图表：2015年B2C市场结构（单位：%）

图表：义乌市按经营产品分类的企业单位数（单位：家）

图表：义乌市饰品企业生产情况（单位：家）

图表：义乌市饰品年销售额占比（单位：%）

图表：义乌市饰品企业出口国家占比（单位：%）

图表：义乌市饰品企业销售渠道占比（单位：%）

图表：新光饰品主要产品生命周期

图表：银饰消费者购买动机（单位：%）

图表：消费者对银饰印象（单位：%）

图表：银饰消费者购买考虑因素（单位：%）

图表：银饰消费者风格偏好（单位：%）

图表：银饰消费者购买渠道（单位：%）

图表：银饰消费者信息获得渠道（单位：%）

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitaxiuxian1511/Q87504EQ5F.html>