

# 2011-2012年中国珠宝首饰行业研究报告

珠宝首饰作为中国婚庆市场的首选产品，近年在保值升值的需求驱使下表现异常活跃，现已成为继家电、住房、汽车之后中国老百姓的第四大消费热点。截至2011年底，中国珠宝首饰年销售额已经超过3000亿元，较2000年的880亿元增加了2.4倍。

在珠宝首饰产品中，一直受到消费者热捧的是黄金、铂金、钻石类首饰。此外，翡翠、珍珠等饰品也备受市场关注。

- **黄金首饰：**中国是仅次于印度的第二大黄金首饰消费国，2010年黄金首饰消费量为357.1吨，占到国内黄金总消费量的62.5%；2011年黄金首饰消费量同比增长27.9%，至456.7吨。
- **铂金首饰：**中国铂金消费多年位居世界第一，2011年中国铂金首饰消费量为52.4吨，占到全球铂金首饰总消费量的68.3%。



- **钻石首饰：**中国钻石首饰起步较晚，但发展迅速，现已成为仅次于美国的第二大钻石首饰消费市场。其主要推动因素有两个，一是婚庆市场，特别是钻戒的需求；二是投资市场。

中国珠宝首饰市场的快速发展，也催生了一批具有竞争优势的国内企业，如周大福、老凤祥、周生生、老庙黄金等。与此同时，卡地亚（Cartier）、戴比尔斯（Debeers）、蒂梵尼（Tiffany）等世界顶级品牌也逐渐进入中国，现已占据中国珠宝首饰高端市场。

- **周大福**是中国珠宝首饰第一品牌，主要经营黄金饰品、镶嵌饰品、铂金和K金以及手表，截至2011年9月底，公司销售终端数量已达到1506个（包括手表在内），主要集中在中国大陆，其中珠宝首饰类1421个，中国大陆占比为93.9%。
- **老凤祥**是中国最大的黄金首饰企业，2010年其黄金首饰用量为45吨，占到中国黄金总消费量的12.6%，预计2011年占比在13%左右。除此之外，公司还积极拓展新产品，目前除了“金、银、铂、钻”四大类传统产品外，公司还拥有“翠、珠、玉、宝”（翡翠、白玉、珍珠、天然宝石）新四大类产品。
- **周生生**是香港第一家珠宝业上市公司，迄今已拥有周生生和点睛品两大品牌，同时在中国大陆、台湾、香港、澳门建立多家分店。截止2011年上半年，公司在中国大陆的珠宝分店已达到193家，香港、澳门的为41家，台湾的为22家。



- 老庙黄金、亚一黄金是豫园商城成功经营的两大黄金首饰品牌，2010年豫园商城黄金饰品销售额达到41.97亿元；2011年上半年则达到79.27亿元，远远超过2010年全年水平。

表：中国主要珠宝首饰企业销售模式对比

企业	品牌	销售模式	销售网点
周大福	周大福	自营为主，部分加盟	截至 2011 年 9 月 30 日，销售终端数量已达到 1506 个（包括手表在内），其中珠宝销售终端 1421 个
老凤祥	老凤祥	自营、加盟、经销	自营、加盟、经销、总经销网点数量分别为 69 家、464 家、514 家和 33 家，总计 1080 家（截止 2010 年底）
周生生	周生生、点睛品	自营为主	中国大陆的分店 186 家，香港和澳门 40 家；台湾 22 家。（截止 2010 年底）
六福集团	六福、Luvina Jewelers	自营为主	截至 2011 年 9 月 30 日，全球共设有 780 间零售店（包括品牌店），其中，中国大陆 738 间
明牌珠宝	明牌	经销、专营	经销商 639 家、专柜及直营店 296 家，总计 935 家（截止 2010 年底）
谢瑞麟	TSL、SAXX	直营，经销、加盟	TSL145 家，SAXX23 家（2010）
潮宏基	潮宏基、Venti	直营、专柜、加盟	367 家（截止 2010 年底）
东方金钰	东方金钰	直营、加盟	河北、浙江、武汉、昆明等开设多家加盟连锁店
豫园商城	老庙黄金、亚一黄金	直营、特许加盟和特约经销	直营店 99 家、加盟店 758 家、特约经销网点 489 家，总计 1341 家（截止 2010 年底）

来源：水清木华研究中心《2011-2012年中国珠宝首饰行业研究报告》



# 报告目录

## 第一章 珠宝首饰简介

### 1.1 定义及分类

### 1.2 产业链

### 1.3 行业特征

## 第二章 中国珠宝首饰行业发展现状

### 2.1 发展历程

### 2.2 发展现状

#### 2.2.1 发展概况

#### 2.2.2 推动因素

### 2.3 发展潜力

### 2.4 发展趋势

#### 2.4.1 材质发展趋势

#### 2.4.2 珠宝首饰消费趋势

## 第三章 中国珠宝首饰市场分析

### 3.1 生产加工情况

#### 3.1.1 原料采购

#### 3.1.2 生产加工能力

### 3.2 销售情况

#### 3.2.1 市场规模

#### 3.2.2 主要产品销售情况

#### 3.2.3 出口情况

### 3.3 竞争格局

## 第四章 中国珠宝首饰细分市场

### 4.1 黄金首饰

#### 4.1.1 黄金供需情况

#### 4.1.2 黄金首饰市场

### 4.2 铂金首饰

#### 4.2.1 铂金供需情况

#### 4.2.2 铂金首饰市场

### 4.3 钻石首饰

#### 4.3.1 钻石供需情况



4.3.2 钻石首饰市场

4.4 珍珠首饰

4.4.1 珍珠供需情况

4.4.2 珍珠首饰市场

4.5 翡翠首饰

本章小结

第五章 中国珠宝首饰区域市场

5.1 区域格局

5.2 主要地区分析

5.2.1 广东

5.2.2 上海

5.2.3 北京

5.2.4 山东

5.2.5 云南

本章小结

第六章 中国珠宝首饰销售模式及渠道

6.1 销售模式

6.1.1 概述

6.1.2 重点企业销售模式

6.2 销售渠道

6.2.1 综述

6.2.2 店铺销售

6.2.3 网络销售

第七章 中国珠宝首饰行业重点企业

7.1 周大福 (Chow Tai Fook Jewellery Group Limited)

7.1.1 企业简介

7.1.2 经营情况

7.1.3 销售模式

7.2 老凤祥 (Lao Feng Xiang Co.,Ltd)

7.2.1 企业简介

7.2.2 经营情况

7.2.3 销售模式

7.3 周生生 (Chow Sang Sang Holding International Ltd)



7.3.1 企业简介

7.3.2 经营情况

7.3.3 销售模式

7.4 六福集团 (Luk Fook Holdings (International) Limited)

7.4.1 企业简介

7.4.2 经营情况

7.4.3 销售模式

7.5 明牌珠宝 (Zhejiang Ming Jewelry Co., Ltd.)

7.5.1 企业简介

7.5.2 经营情况

7.5.3 销售模式

7.6 谢瑞麟 (TSL Jewellery)

7.6.1 企业简介

7.6.2 经营情况

7.6.3 销售模式

7.7 潮宏基 (Guangdong Chj Industry Co., Ltd.)

7.7.1 企业简介

7.7.2 经营情况

7.7.3 销售模式

7.8 东方金钰 (Eastern Gold Jade Co., Ltd.)

7.8.1 企业简介

7.8.2 经营情况

7.8.3 销售模式

7.8.4 竞争优势

7.9 豫园商城 (Shanghai Yuyuan Tourist Mart Co., Ltd)

7.9.1 企业简介

7.9.2 经营情况

7.9.3 销售模式

7.10 主要国际企业在中国

7.10.1 卡地亚 (Cartier)

7.10.2 戴比尔斯 (Debeers)

7.10.3 蒂凡尼 (Tiffany & Co., )

7.10.4 宝诗龙 (Boucheron)

本章小结



## 图表目录

- 图：珠宝首饰行业产业链
- 图：2007-2011年中国批发零售业限额以上商品零售额增速
- 图：中国珠宝首饰市场需求结构
- 图：2006-2011年中国城镇居民人均可支配收入和农村居民人均纯收入
- 图：2006-2011年中国登记结婚人数
- 表：2011年中国贵金属成交量及成交额
- 图：主要国家人均珠宝消费额
- 表：中国主要珠宝首饰生产加工企业及加工量
- 表：中国主要珠宝首饰加工贸易基地及产值
- 表：中国珠宝玉石特色产业基地
- 图：2001-2011年中国珠宝首饰销售额
- 表：2010-2011年中国主要珠宝首饰需求量（或金额）
- 图：2010年中国珠宝首饰品牌定位
- 图：2010年中国主要珠宝首饰品牌市场份额
- 图：2007-2012年中国黄金产量
- 图：2007-2011年中国黄金消费量



- 图：2011年中国黄金消费结构
- 图：2007-2011年中国首饰业黄金消费量
- 表：2011年中国黄金首饰十大品牌
- 图：2011-2012年上海金交所黄金现货收盘价格（Au9995）
- 表：2012年2月15日中国主要品牌黄金及黄金饰品报价
- 图：2008-21011年全球铂金总消费量
- 图：2010年全球铂金消费结构
- 表：2009-2011年全球及中国首饰行业铂金总消费量
- 图：2011-2012年上海金交所铂金现货平均价（Pt9995）
- 图：2007-2012年国际钻石价格走势
- 表：2005-2011年中国珍珠产量
- 图：近几届缅甸公盘成交额
- 图：2007-2011年菜百销售额
- 图：2008-2011年云南珠宝玉石销售额
- 表：2007-2012年中国珠宝首饰（分场所）销售占比
- 表：周大福发展历程
- 图：2009-2012财年周大福营业收入和净利润
- 图：2009-2012财年周大福毛利率及净利率





- 表：2011-2012财年周大福主要产品营业收入及占比
- 表：2011-2012财年周大福（分地区）营业收入
- 图：2009-2012财年周大福销售收入（分销售模式）构成
- 图：2009-2012财年周大福销售终端数量
- 图：2009-2012财年周大福销售渠道（按城市）分布
- 图：2008-2011年老凤祥营业收入和净利润
- 表：2009-2011年老凤祥主要产品营业收入及毛利率
- 表：老凤祥珠宝首饰原料采购渠道
- 图：2008-2011年老凤祥黄金用量及国内占比
- 表：老凤祥销售渠道及特点
- 图：2008-2011年周生生营业收入及净利润
- 表：2008-2011年周生生（分业务）营业收入
- 表：2008-2011年周生生珠宝业务（分区域）营业收入
- 表：2007-2011年周生生珠宝零售分店（分地区）数目
- 图：2008-2012财年六福集团营业收入和净利润
- 表：2009-2012财年六福集团（分区域）营业收入
- 表：2010-2012财年六福集团零售店数目（分地区）
- 表：2008-2010年明牌珠宝（分产品）产销量



- 图：2008-2011年明牌珠宝营业收入和净利润
- 表：2009-2011年明牌珠宝主要产品营业收入
- 表：2009-2011年明牌珠宝（分区域）营业收入
- 表：2008-2010年明牌珠宝主要销售模式营业收入及占比
- 表：明牌珠宝销售模式
- 表：2008-2010年明牌珠宝经销商（分销售模式）数目及销售额
- 表：2008-2010年明牌珠宝（分地区）经销商数目及占比
- 图：2008-2012财年谢瑞麟营业额及净利润
- 表：2010-2012财年谢瑞麟（分区域）营业额及占比
- 图：2008-2011年潮宏基营业收入和净利润
- 表：2010-2011年潮宏基主要产品营业收入和毛利率
- 表：2009-2011年潮宏基（分地区）营业收入及占比
- 图：2009-2011年潮宏基（分销售方式）营业收入及占比
- 图：2008-2011年东方金钰营业收入和净利润
- 图：2008-2010年东方金钰珠宝玉石库存额
- 表：2009-2011年东方金钰主要产品营业收入及毛利率
- 图：2008-2011年豫园商城营业收入和净利润
- 表：2010-2011年豫园商城（分业务）营业收入
- 表：卡地亚在华历程
- 表：2010年蒂凡尼在华零售店分布
- 表：2010年中国珠宝首饰行业主要经营特点
- 表：2010-2011年中国内地重点企业黄金珠宝收入



# 购买报告

价 格	电子版：8000元	电话：010-8260.1561/62
	纸质版：8500元	传真：010-8260.1570
页数：92页	邮箱：hanyue@waterwood.com.cn	
发布日期：2012-03	网址：www.pday.com.cn	
链接： <a href="http://www.pday.com.cn/Htmls/Report/201203/24511442.html">http://www.pday.com.cn/Htmls/Report/201203/24511442.html</a>		
地址：北京市海淀区苏州街18号长远天地大厦C座3单元502室		



# 如何申请购买报告

1, 请填写《研究报告订购协议》

([http://www.pday.com.cn/research/pday\\_report.doc](http://www.pday.com.cn/research/pday_report.doc)), 注明单位名称、联系人、  
联系办法(含传真和邮件)、申请报告名称, 然后签字盖章后传真到: 86-10-  
82601570。

2, 研究中心在签订协议后, 将回复传真给您。

3, 会员或客户按照签订的协议汇款到以下帐户:

开户行: 交通银行世纪城支行

帐号: 110060668012015061217

户名: 北京水清木华科技有限公司

4, 研究中心在收到会员或客户汇款凭证的传真确认后, 按时提供信息服务资料或研究报告的文档。

电话: 86-10-82601561、82601562、82601563 传真: 86-10-82601570

# 版权声明

该报告的所有图片、表格以及文字内容的版权归北京水清木华科技有限公司（水清木华研究中心）所有。其中，部分图表在标注有其他方面数据来源的情况下，版权归属原数据所有公司。水清木华研究中心获取的数据主要来源于市场调查、公开资料和第三方购买，如果有涉及版权纠纷问题，请及时联络水清木华研究中心。

