

---

# 珠宝首饰行业分析报告及未来 五至十年行业发展报告

# 目录

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| 绪论.....                               |    |
| 一、珠宝首饰业数据预测与分析.....                   |    |
| (一)、珠宝首饰业时间序列预测与分析.....               |    |
| (二)、珠宝首饰业时间曲线预测模型分析.....              |    |
| (三)、珠宝首饰行业差分方程预测模型分析.....             |    |
| (四)、未来 5-10 年珠宝首饰业预测结论.....           |    |
| 二、2023-2028 年珠宝首饰业市场运行趋势及存在问题分析.....  |    |
| (一)、2023-2028 年珠宝首饰业市场运行动态分析.....     |    |
| (二)、现阶段珠宝首饰业存在的问题.....                |    |
| (三)、现阶段珠宝首饰业存在的问题.....                |    |
| (四)、规范珠宝首饰业的发展.....                   | 10 |
| 三、珠宝首饰企业战略选择.....                     | 10 |
| (一)、珠宝首饰行业 SWOT 分析.....               | 10 |
| (二)、珠宝首饰企业战略确定.....                   | 11 |
| (三)、珠宝首饰行业 PEST 分析.....               | 12 |
| 1、政策因素.....                           | 12 |
| 2、经济因素.....                           | 12 |
| 3、社会因素.....                           | 13 |
| 4、技术因素.....                           | 13 |
| 四、2023-2028 年珠宝首饰企业市场突破具体策略.....      | 14 |
| (一)、密切关注竞争对手的策略，提高珠宝首饰产品在行业内的竞争力..... | 14 |
| (二)、使用珠宝首饰行业市场渗透策略，不断开发新客户.....       | 14 |
| (三)、实施珠宝首饰行业市场发展战略，不断开拓各类市场创新源.....   | 14 |
| (四)、不断提高产品质量，建立覆盖完善的服务体系.....         | 15 |
| (五)、实施线上线下融合，深化珠宝首饰行业国内外市场拓展.....     | 15 |
| (六)、在市场开发中结合渗透和其他策略.....              | 15 |
| 五、珠宝首饰行业发展状况及市场分析.....                | 16 |
| (一)、中国珠宝首饰市场行业驱动因素分析.....             | 16 |
| (二)、珠宝首饰行业结构分析.....                   | 17 |
| (三)、珠宝首饰行业各因素 (PEST) 分析.....          | 18 |
| 1、政策因素.....                           | 18 |
| 2、经济因素.....                           | 18 |
| 3、社会因素.....                           | 19 |
| 4、技术因素.....                           | 19 |
| (四)、珠宝首饰行业市场规模分析.....                 | 20 |
| (五)、珠宝首饰行业特征分析.....                   | 20 |
| (六)、珠宝首饰行业相关政策体系不健全.....              | 21 |
| 六、珠宝首饰企业战略实施要点.....                   | 21 |
| (一)、打造自主品牌.....                       | 21 |
| (二)、重塑企业价值链.....                      | 22 |
| 1、规范研发设计流程.....                       | 22 |
| 2、优化生产制造.....                         | 22 |

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| (三)、重视市场营销 .....               | 23 |
| (四)、整合线上线下平台 .....             | 25 |
| (五)、宏观环境下珠宝首饰行业的定位 .....       | 25 |
| (六)、珠宝首饰行业发展趋势 .....           | 25 |
| 七、珠宝首饰产业发展前景 .....             | 26 |
| (一)、中国珠宝首饰行业市场规模前景预估 .....     | 26 |
| (二)、珠宝首饰进入大面积推广应用阶段 .....      | 27 |
| (三)、中国珠宝首饰行业市场增长点 .....        | 27 |
| (四)、珠宝首饰行业细分化产品将会最具优势 .....    | 28 |
| (五)、珠宝首饰产业与互联网相关产业融合发展机遇 ..... | 28 |
| (六)、珠宝首饰国际合作前景广阔、人才培养市场大 ..... | 29 |
| (七)、巨头合纵连横,行业集中趋势将更加显著 .....   | 30 |
| (八)、建设上升空间较大,需不断注入活力 .....     | 30 |
| (九)、珠宝首饰行业发展需突破创新瓶颈 .....      | 31 |
| 八、未来珠宝首饰企业发展的战略保障措施 .....      | 31 |
| (一)、根据公司发展阶段及时调整组织结构 .....     | 31 |
| (二)、加强人才培养和引进 .....            | 32 |
| 1、制定总体人才引进计划 .....             | 32 |
| 2、渠道人才引进 .....                 | 33 |
| 3、内部员工竞聘 .....                 | 33 |
| (三)、加速信息化建设步伐 .....            | 34 |
| 九、珠宝首饰产业投资分析 .....             | 34 |
| (一)、中国珠宝首饰技术投资趋势分析 .....       | 34 |
| (二)、大项目招商时代已过,精准招商愈发时兴 .....   | 35 |
| (三)、中国珠宝首饰行业投资风险 .....         | 36 |
| (四)、中国珠宝首饰行业投资收益 .....         | 36 |
| 十、珠宝首饰行业未来发展机会 .....           | 37 |
| (一)、在珠宝首饰行业中通过产品差异化获得商机 .....  | 37 |
| (二)、借助珠宝首饰行业市场差异赢得商机 .....     | 38 |
| (三)、借助珠宝首饰行业服务差异化抓住商机 .....    | 38 |
| (四)、借助珠宝首饰行业客户差异化把握商机 .....    | 38 |
| (五)、借助珠宝首饰行业渠道差异来寻求商机 .....    | 39 |
| 十一、珠宝首饰行业企业差异化突破战略 .....       | 39 |
| (一)、珠宝首饰行业产品差异化获取“商机” .....    | 39 |
| (二)、珠宝首饰行业市场分化赢得“商机” .....     | 40 |
| (三)、以珠宝首饰行业服务差异化“抓住”商机 .....   | 40 |
| (四)、用珠宝首饰行业客户差异化“抓住”商机 .....   | 41 |
| (五)、以珠宝首饰行业渠道差异化“争取”商机 .....   | 41 |

---

# 绪论

本文主要分析了珠宝首饰行业公司在未来五年（2023-2028）中的市场突破份额，并提供了指导意见。公司战略的表现形式和具体选择可以说是非常多样化的。每个特定的选择都会有很大的差异或很小的差异。当然，每个选择都有充分的理由和特定的不同条件。本文之所以尝试探索企业的丰富多样的战略选择，是为了在很短的时间内告诉珠宝首饰行业业务经理，为实现市场突破性发展，有多少种基本的选择策略，每种选择策略的根本原因是什么。本文只可当做学习参考行业报告模板，不提供其他参考。

根据编制者的调查，分析和预测，本报告将从以下九个方面开始对珠宝首饰行业的过去发展进行详细的研究和分析，并专业地预测珠宝首饰行业的未来发展趋势，并对发展前景提出合理的建议。本报告只可当做行业报告模板参考和学习，不可用于商业用途，也不提供其他商业价值，请自行决定是否购买，特此申明。

## 一、珠宝首饰业数据预测与分析

### （一）、珠宝首饰业时间序列预测与分析

根据珠宝首饰业总产值与时间的内在关系，通过之前获得的数据建立了珠宝首饰业的时间序列方程，并通过建立的时间序列方程预测了未来几年的产量。

建立时间序列方程的原则如下：

---

时间序列方程的表达式为： $y = a + b \times t$

其中  $y$  为输出， $a$  和  $B$  为模型参数， $t$  为年份。

根据近年来从珠宝首饰行业获得的数据，对参数  $a$  和  $B$  进行相应的估计，以获得参数  $a$  和  $B$  的估计。获得参数的估计后，可以得到我们想要预测的时间序列方程。然后，通过输入自变量（时间），可以得到未来三到十年内珠宝首饰业的预测值。如果要使预测值和上次观测值之间的差值更小，换句话说，要使预测值与实际值进行比较，需要控制两个因素，首先，应尽可能多地获取珠宝首饰行业的原始数据。原始数据越多，就越容易找到统计规则。最终得出的珠宝首饰行业模式与实际情况相符；第二个是预测时间跨度。预测时间跨度越大，预测结果与实际值之间的偏差越大。因此，预测时间跨度不应太大。

根据珠宝首饰业 2016 至 2021 的数据，预测未来 3 年、5 年和 10 年该行业的产量。

根据以上分析，时间序列方程为

$$y = 5009.69 \text{（预估值）} + 1747.35 * t$$

模型的决策系数  $r$  等于 0.86615，小于 1。

该模型得到的预测值一般低于实际值。这也从另一个方面反映出，在未来 5 至 10 年内，中国珠宝首饰业某一产品的产量将继续保持较高的增长趋势。

## (二)、珠宝首饰业时间曲线预测模型分析

在珠宝首饰业的曲线预测模型中，我们使用了二次曲线模型。模

---

型的基本表达式如下：

$$y=a+b_1*t+b_2*t^2$$

式中， $y$  为当年珠宝首饰业的产值， $a$ 、 $B_1$  和  $B_2$  为参数，在模型中估算， $t$  为年份。

输入相应年份的数据，得到如下曲线预测模型

$$y=10366.98-1174.80*t+292.22*t^2$$

模型的决策系数为 0.9979

### (三)、珠宝首饰行业差分方程预测模型分析

差分方程的基本模型如下：

$$y_t=a+b*y_{t-1}$$

其中， $Y_T$  为当年珠宝首饰业产值， $Y_{T-1}$  为上年产值， $a$ 、 $B$  为参数，在模型中确定。通过输入几年的产值和前一年的产值，估计参数  $a$  和  $B$ ，得到产出的差分方程模型，然后根据得到的差分模型，预测 5-10 年的产出。

因此，我们得到的珠宝首饰业的差异模型是

$$y_t=-3230.20+1.41*y_{t-1}$$

该模型的判断系数为 0.99395，非常接近 1，表明该模型可以用来预测未来中国珠宝首饰业产品产量的变化趋势。同时，从模型中我们可以清楚地看到，我国珠宝首饰行业的产品产量受上年影响较大，年产值高于上年，这也反映出珠宝首饰行业的产品产量在未来几年将有较高的发展势头。

---

#### (四)、未来 5-10 年珠宝首饰业预测结论

在以上三种预测珠宝首饰业的经济模型中，时间序列法预测的产值将低于实际值。低值的主要原因是中国珠宝首饰业将继续保持快速增长，但该方法假设增长速度较慢，因此预测结果与其他两种方法有很大不同。但仍有一定的参考价值。首先，其他两种方法可以更好地预测未来珠宝首饰行业某一产品的产量变化趋势。然而，由于现实中复杂的经济条件以及政策法规对珠宝首饰业发展的影响，即使是一个好的计量方程也总会与现实存在一定的差距。以上对珠宝首饰业未来走势的预测仅供参考。

## 二、2023-2028 年珠宝首饰业市场运行趋势及存在问题分析

### (一)、2023-2028 年珠宝首饰业市场运行动态分析

目前，随着国家相关市场调控措施的不断实施，市场上买卖双方的短期价格通胀预期都有所降低，但后期珠宝首饰行业的价格市场下跌空间相对有限。从调控意图来看，为了抑制通胀预期，国家经常出台稳定物价的措施，调控效果逐渐显现。国家监管的目的是通过稳定珠宝首饰业的市场情绪来控制价格上涨的速度。在调控方面，为了稳定 CPI，抑制相关企业的积极性，特别需要防止抑制珠宝首饰业的市场价格。国家实施的调控措施对抑制珠宝首饰行业相关企业过度投机起到了明显的作用。从市场供求角度来看，中国议会在后期加大了珠

---

宝首饰业的政策优势。结合市场需求，也可以基本确定后期对珠宝首饰业市场的乐观预期，相信后期市场消费会增加。

## (二)、现阶段珠宝首饰业存在的问题

目前，我国珠宝首饰行业缺乏行业引导，导致规划重复、总体布局不合理等重大问题，整个行业利润率较低。2009年，珠宝首饰业的利润率约为3%。资源整合将是未来珠宝首饰业发展的主要特征。国内珠宝首饰行业普遍存在“小、散、乱”的问题。规模以上企业在全国珠宝首饰行业中的市场份额不足10%，产业集中度较低。这主要是因为珠宝首饰业的进入门槛不高，区域性很强。

## (三)、现阶段珠宝首饰业存在的问题

近年来，虽然国内珠宝首饰行业发展势头稳定，企业规模不断扩大，但珠宝首饰行业企业间同质竞争现象严重，产品结构单一，产品附加值仍有较大的发展空间。值得注意的是，随着越来越多的外部资本进入国内市场，珠宝首饰行业的竞争压力日益激烈，国内许多中小企业抗风险能力较弱。如今，虽然珠宝首饰业创造的一些产品已经成功进入市场，但随着信息技术产业的兴起和普及，客户对珠宝首饰业的认知正在逐步发生翻天覆地的变化。珠宝首饰业的产业化将成为未来行业发展的必然趋势。

首先，在经济主体方面，珠宝首饰业相关企业要坚持市场化发展。强化企业主体地位，使珠宝首饰业的发展主要依靠相关企业。由于国

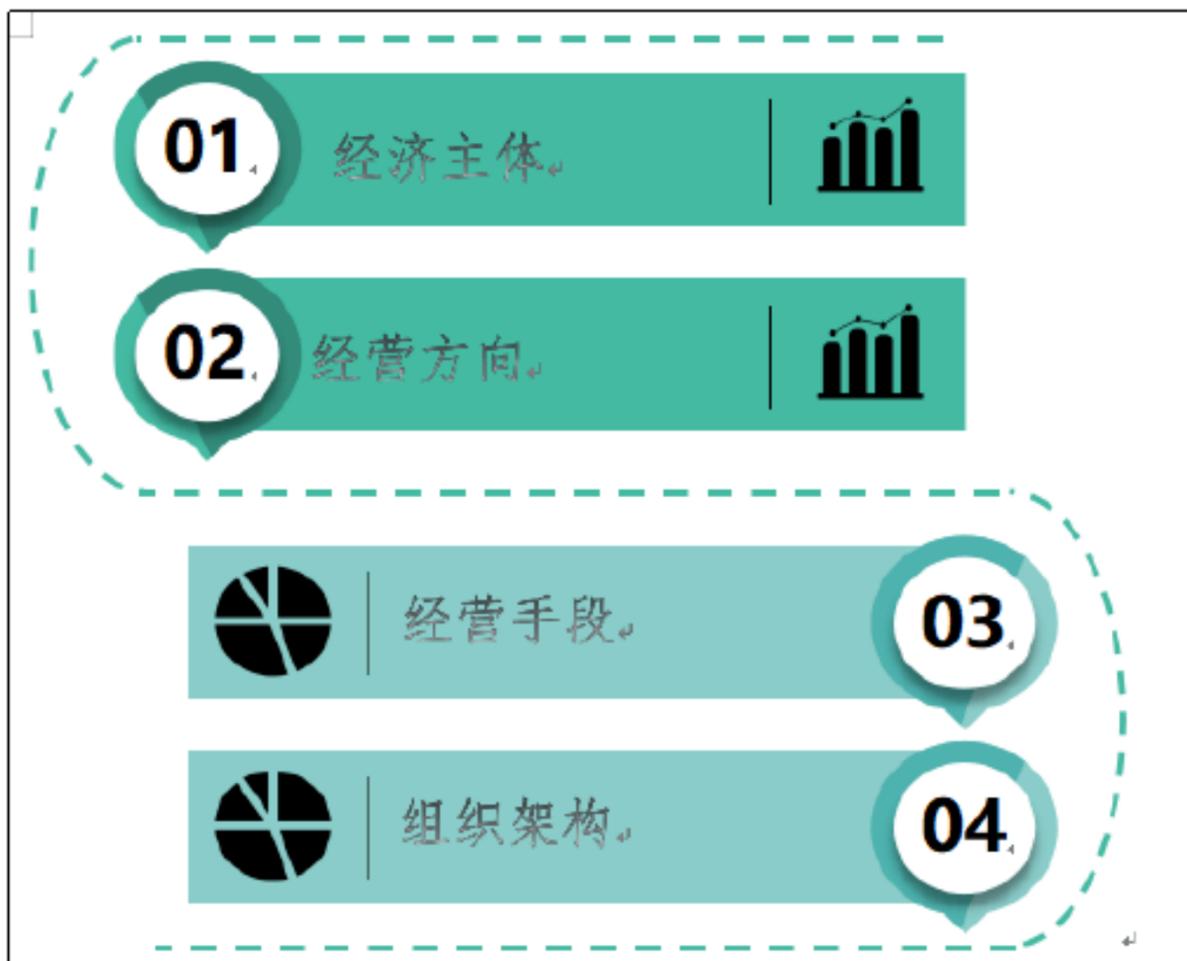
---

内珠宝首饰业市场发展的特殊性，一些市场仍处于垄断地位。他们既是管理者又是经营者，与市场经济的运行机制不相适应。

第二，在经营方向上，正朝着专业化、产业化方向发展。可以说，随着科学技术的不断发展，社会的日益多元化将使人们越来越依赖，珠宝首饰业的科技含量将越来越高，市场份额将越来越大。因此，有必要加强现代管理意识的建立，优化企业品牌战略措施，提高品牌竞争力。

第三，在商业手段方面，正在向信息技术发展。现代科学技术的发展将推动珠宝首饰业的信息化和网络化发展趋势。

第四，在组织结构上，正朝着集团化、规模化方向发展。由于我国目前的珠宝首饰行业体系总体上还不够成熟，与当前复杂环境下新兴的需求市场不相适应，消费终端需要珠宝首饰行业提供更高质量的产品。然而，现有的珠宝首饰业主要是小规模，大型、实力雄厚的企业很少。中国应为规范珠宝首饰业的行业管理和市场竞争提供便利。一方面，让市场经济的“看不见的手”发挥作用，优胜劣汰，适者生存。市场竞争越激烈，行业越发达。行业越发达，市场规模越大。总之，珠宝首饰业未来的发展不仅取决于制度创新，还取决于技术创新和制度创新的进步。技术创新的力度决定了珠宝首饰行业相关企业的市场开发能力。今后，应进一步研究珠宝首饰业的标准化和发展。



#### 四)、规范珠宝首饰业的发展

针对我国珠宝首饰业存在的问题，我们仍需进一步进行产业整合，继续淘汰落后观念，使整个珠宝首饰业更加规范有序，从当前的价格竞争上升到品牌、价格、服务的综合竞争，打造一批知名、有影响力的品牌，将为稳定珠宝首饰业市场形成强大动力。

本报告提供了与战略相关的具体措施，仅供内外部环境分析参考。

#### (一)、珠宝首饰行业 SWOT 分析

SWOT是通过综合评价分析进而析对象的优势、劣势、机会和威胁得出结论，通过内部资源与外部环境的有机结合，明确确定分析对

象的资源优势和资源的一种战略分析方法。不足之处，了解对象面临的机遇和挑战，从战略和战术两个层面调整方法和资源，以确保分析对象的实施，实现所要达到的目标。SWOT分析法，又称形势分析法，是一种能够客观、准确地分析和研究一个单位实际情况的方法。SWOT代表：trengths（优势）、weaknesses（劣势）、opportunities（机遇）、threats（威胁）。

|   |   |  |
|---|---|--|
| <p>优势、劣势</p> <p>可逃战略</p> <p>机遇、威胁</p>   | <p>优势 (S)</p> <p>1. 机械化技术</p> <p>2. 资金雄厚</p> <p>3. 内高团队管理</p> <p>4. 生产管理能力强</p>                         | <p>劣势 (W)</p> <p>1. 人工成本提高</p> <p>2. 员工储备人数少</p> <p>3. 客户单一</p> <p>4. 产品单一</p>                               |
| <p>机会 (O)</p> <p>1. 国内经济环境</p> <p>2. 国内消费趋势</p> <p>3. 国内市场需求增加</p> <p>4. 品牌销售网络</p> | <p>SO 战略</p> <p>抓住机遇，发挥优势</p> <p>充分发挥生产管理、资金优势，抓住国内市场需求增加的机遇，通过优质的产品品质、个性化的产品设计，扩大建立自主品牌影响力，扩大市场规模。</p> | <p>WO 战略</p> <p>抓住机遇，缩小劣势</p> <p>抓住国内市场需求增加的机遇，利用多种类型的销售策略，通过提高生产组装机械化程度，降低人工总成本，进行个性化产品设计，扩充产品线，增加销售渠道。</p> |
| <p>威胁 (T)</p> <p>1. 供货成本提高</p> <p>2. 利润空间缩减</p> <p>3. 供货商转化能力强</p> <p>4. 替代产品出现</p> | <p>ST 战略</p> <p>发挥优势，应对威胁</p> <p>充分发挥生产管理、资金优势，加强财务管理，增加市场份额，开发新的产品线，开拓新市场，避免单一产品经营的风险。</p>             | <p>WT 战略</p> <p>缩小劣势，应对威胁</p> <p>巩固目前的销售渠道，开发新产品，寻找新的市场机会。</p>   |

## 二)、珠宝首饰企业战略确定

根据 SWOT 分析结果，公司应采取 so 战略，即成长战略。

---

### 三)、珠宝首饰行业 PEST分析

#### 、政策因素

(1)随着国家经济的稳定向好，国家对于珠宝首饰行业也会越来越倾斜，根据相关数据预计珠宝首饰行业将有 30%的增幅，地方政策也相应出台，整体提高了行业的渗透率。

(2)2020 年，珠宝首饰行业将成为政策红利市场。国务院政府工作报告指出，珠宝首饰产业将有助于提高人民生活质量。

2020 年是珠宝首饰行业发展非常关键的一年。首先，从外部宏观环境来看，影响行业发展的新政策、新法规将陆续出台。经济增长方式的转变和严格的节能减排对珠宝首饰产业的发展产生了深远的影响。此外，还有通胀、人民币升值、人力资源成本上升等因素。从公司内部来看，产业链各环节的竞争、技术升级、出口市场逐渐萎缩、产品销售市场日益复杂等问题，都是企业决策者必须面对和急需解决的问题。

#### 2、经济因素

(1)珠宝首饰行业需求持续火热，珠宝首饰领域资金利好，行业长期发展。

(2)经济保持中高速增长。未来五年经济社会发展的主要目标是：经济保持中高速增长，到 2020 年国内生产总值和城乡居民人均收入比 2019 年翻一番，主要经济体各项指标均衡协调，发展质量和效益

---

显着提高；创新驱动发展成效显著；发展协调能力明显增强；人民生活水平和质量普遍提高；国民素质和社会文明显着提高；生态环境总体质量有所改善；各种系统都变得更加成熟，更加千篇一律。那么，在稳中向好的背景下，我国珠宝首饰产业如何看现状、定未来、战略前瞻、科学规划、谋求技术突破、产业创新、经济发展，为引领下一轮发展奠定坚实基础。

(3) 下游行业交易规模增长，为珠宝首饰行业提供新的发展动力。

2019 年居民人均可支配收入 28228 元，同比实际增长 6.5%。居民消费水平的提高为珠宝首饰行业的市场需求提供了经济基础。

## 、社会因素

(1) 传统珠宝首饰行业存在市场门槛低、缺乏统一的行业标准服务流程和专业监管等问题，影响行业发展。互联网与珠宝首饰相结合，减少中间环节，为用户提供高性价比的服务。

90 后、00 后等人群逐渐成为珠宝首饰行业的主要消费群体。

## 4、技术因素

(1) 技术赋能 VR 大数据、云计算、珠宝首饰、5G 等从一线城市逐步向二、三、四线城市过渡，实现珠宝首饰的普及 行业技术经验。

(2) 珠宝首饰行业引入 ERP OA EAP 等系统，优化信息化管理和建设环节，提高行业效率。

---

# 2023-2028 年珠宝首饰企业市场突破具体策略

一)、密切关注竞争对手的策略，提高珠宝首饰产品在行业内的竞争力

迈克尔·波特指出，“竞争优势是公司在竞争激烈的市场中行为收益的核心”。一个企业在激烈的市场竞争中能否获得比竞争对手更有利的竞争优势，是企业生存和发展的关键。目前，企业可以围绕第一战略，尽快提高珠宝首饰行业产品的竞争力，尽量缩小与珠宝首饰行业产品、质量、服务、营销策略等方面的差距，努力做到实现战术自我创新。

(二)、使用珠宝首饰行业市场渗透策略，不断开发新客户

对于成功开发的珠宝首饰行业产品，我们将不断提高产品质量，降低产品成本，提高服务质量，采取灵活的定价策略来增加竞争力，从而扩大产品在现有市场的销售，鼓励现有客户购买更多公司产品，同时也吸引竞争对手的客户购买本公司产品，或刺激未使用本公司产品的客户加入购买者行列。

(三)、实施珠宝首饰行业市场发展战略，不断开拓各类市场创新源

企业要密切关注珠宝首饰行业市场的消费需求趋势，进行市场开

---

拓，不断开拓各种市场创新源。

#### 四)、不断提高产品质量，建立覆盖完善的服务体系

树立用户至上观，即从珠宝首饰行业产品的研发、生产、销售环节，尽可能将可预见的用户“不满意”因素从产品周期中剔除。同时，通过服务延伸，完善产品质量跟踪、反馈、调整体系。只有将珠宝首饰行业营销策略延伸到影响客户的价值链，客户才能获得更多利益，也可以增加产品的吸引力和客户忠诚度。

#### (五)、实施线上线下融合，深化珠宝首饰行业国内外市场拓展

电子商务市场具有全球化、交易连续性、成本低、资源集约化、信息化和用户量化等优势。不仅可以帮助企业快速的调整发展决策和指导生产计划，还可以帮助传统制造充分挖掘线上线下可用资源，快速接收用户反馈信息，为客户提供快速的产品开发和迭代服务，响应市场需求，保持竞争优势。因此，建议珠宝首饰行业企业在经营管理中大力实施电子商务战略，实施线上线下融合，深度拓展国内外市场。

#### (六)、在市场开发中结合渗透和其他策略

渗透战略是安索夫矩阵针对原始市场和原始产品提出的战略措施。也是产品生命周期中成熟市场的营销策略。珠宝首饰公司在现有市场规模较大，具有较强的竞争潜力；同时，产品需求的价格弹性比较大，可以降低价格来增加需求；批量生产可以进一步降低生产成本。渗透战略的有效实施，可以让珠宝首饰企业占据较大的市场份额，增

---

加销售额以获得企业利润，更容易获得销售渠道成员的支持。同时，低廉的价格和低利润对阻止竞争对手的介入有着很大的障碍和影响。

对于新市场而言，单一的产品和服务不足以支撑新市场发展战略的实施。因此，有必要进一步加大产品研发力度，开发适应国际市场发展需要的新产品，实施撇脂策略。要实施这一战略，企业必须在新市场中使新产品和服务的卖点优于现有产品的卖点，才能有效吸引目标消费群体，并通过战略的有效实施实现短期利润最大化目标。 ，这有利于珠宝首饰行业公司确定公司的竞争地位。

## 五、珠宝首饰行业发展状况及市场分析

### (一)、中国珠宝首饰市场行业驱动因素分析

珠宝首饰行业市场热度持续高涨，技术、安全、品种的不断革新是其应用场景得到跨越式发展的根本原因。珠宝首饰行业用户需求量的激增极大宽泛了其应用的宽度和广度。其一表现为：珠宝首饰产业链中原材料和供应商的进一步融合推动，对产业源端的升级重组，产业流程的优化更加有利；其二表现为：珠宝首饰技术、品质、品种的快速迭代更新，更加有利于产品的持续升级和质量提升，更进一步满足了用户的不同新需求。以上都有利珠宝首饰产业进一步发展与进步。同时多方的交融使得珠宝首饰行业产品应用得到更加强劲的发展。

## (二)、珠宝首饰行业结构分析

珠宝首饰行业的行业渠道主要由上游产品与服务即原料及服务生产商、中间服务集成即产品及服务集成商、产品服务设计即设计规划商、行业代理即行业产品与服务代理、行业经销商与消费者即行业的产品与服务经销商与消费者等组成。组成了上中下游的完整珠宝首饰产业结构。

1. 原料及服务生产商,代表上游产品与服务,主要负责包括产品与服务的原厂商,包括各类原材料厂商。

2. 产品及服务集成商,代表中间服务集成,主要负责上游服务的再加工服务,是上游服务的集成体现。

3. 设计规划商,代表产品与服务设计,主要为整个业务转型提供专业设计与标准规划。

4. 行业产品与服务代理,代表行业代理,主要承担上游产业服务、产品的代理服务。

行业的产品与服务经销商与消费者,代表行业经销商与消费者,该部分主要由行业各类经销商以及消费产品与服务的用户组成。



---

### (三)、珠宝首饰行业各因素（PEST）分析

#### 1、政策因素

一、随着国家经济的稳定向好，国家对于珠宝首饰行业也会越来越倾斜，根据相关数据预计珠宝首饰行业将有 30% 的增幅，地方政策也相应出台，整体提高了行业的渗透率。

二、2022 年珠宝首饰行业将成为享受政策红利的市场，有研究报告指出珠宝首饰行业将会有助于提高人民群众的生活质量。

三、2022 年是珠宝首饰行业发展过程中至关重要的一年，首先，从外部宏观环境的角度，陆续介绍影响行业发展的新政策，新法规。经济增长方式的转变，严格的节能减排政策对珠宝首饰行业的发展都产生较为直接的影响，此外还有来自通货膨胀、人民币升值、上升的人力资源成本等等因素的间接影响；就企业内部来探讨，各产业链环节的竞争、技术工艺的不断升级、逐步萎缩的出口市场、日益复杂的产品销售市场等问题，都是企业决策者亟需面对和解决的。

#### 2、经济因素

一、珠宝首饰行业需求持续火热，资本利好珠宝首饰领域，长期来看行业发展持续向好。

二、经济保持中高速增长。往后五年社会经济发展的首要目标是：经济保持中高速增长，截止 2022 年我国 GDP 和城乡居民人均收入相较 2019 年至少翻一番，主要经济指标平稳协调，发展质量和效益显著

---

提高；人民生活水平和质量普遍提高；国民素质和社会文明程度显著提高；创新驱动发展成效显著；发展协调性明显增强；生态环境质量总体改善；各方面制度更加成熟、更加定型。所以，在优良的大政策背景下，我国珠宝首饰行业需要透视现状、锚定未来、战略前瞻、科学规划，寻求技术突破、产业创新、经济发展，为引领下一轮发展打下坚实的基础。

三、规模不断增长的下流交易行业，为珠宝首饰行业提供源源不断的发展动力。

四、2020年居民人均可支配收入31228元，同比实际增长5.5%，居民消费水平的提高也为为珠宝首饰行业市场需求提供坚实的经济基础。

### 3、社会因素

一、传统珠宝首饰行业市场低门槛、统一行业标准的缺乏、服务过程没有专业的监督等问题也会制约行业发展互联。

二、互联网与珠宝首饰行业的结合，大大缩减中间环节，为用户提供高性价比的服务。

三、90后、00后等新生代人群，逐步成为珠宝首饰行业的消费主力，为行业注入新鲜的血液。

### 4、技术因素

一、高新技术的推动。VR 大数据、云计算、5G等逐步从一线城

---

市过渡到 2、3、4 线城市,将珠宝首饰行业与高新技术对接,普及了珠宝首饰行业科技体验。

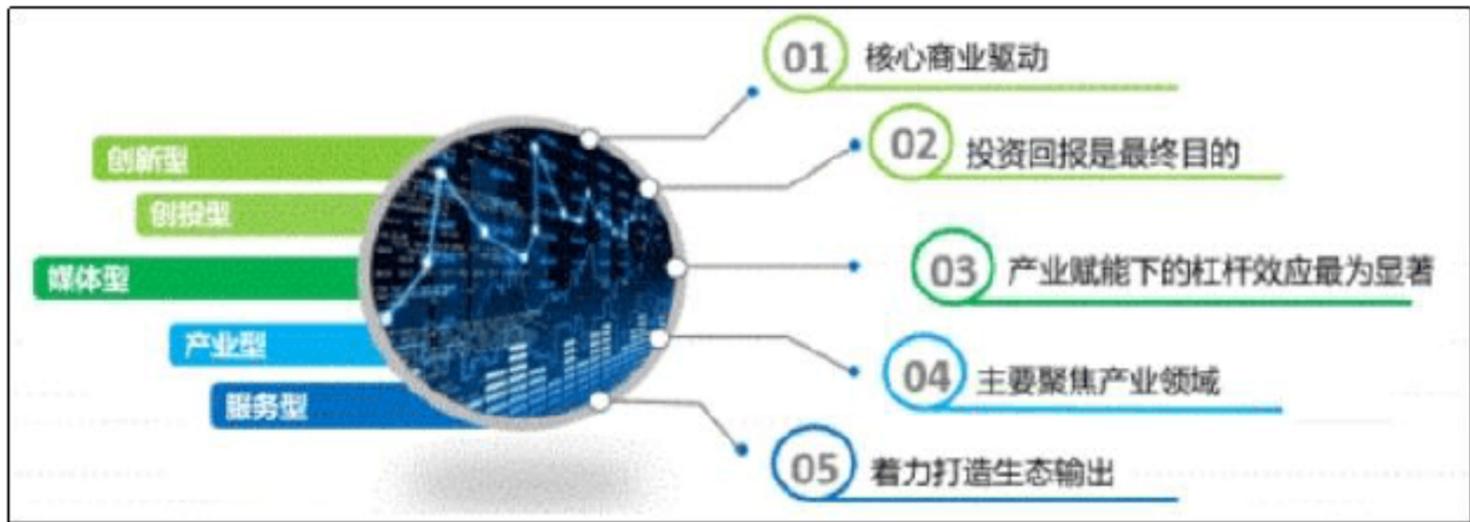
二、珠宝首饰行业引入 ERP OA EAP等智能化系统,优化信息化管理施工环节,提高了行业效率。

#### (四)、珠宝首饰行业市场规模分析

2019 年,中国珠宝首饰市场零售规模为 655 亿元,同比增长 6.8%;2020 年,珠宝首饰市场零售规模达到 702 亿元,同比增长 17.1%。预计,2022 年我国珠宝首饰市场零售规模将达到 723 亿元,未来五年(2022-2025)年均复合增长率约为 11.26%,2025 年将达到 1108 亿元。

#### (五)、珠宝首饰行业特征分析

通过对比珠宝首饰行业属性和核心服务模式,可将中国珠宝首饰行业分为四类。分别为创新型珠宝首饰、创投型珠宝首饰、媒体型珠宝首饰、产业型珠宝首饰和服务型珠宝首饰。此外,由于珠宝首饰行业还处于初级探索阶段,整体服务模式与运营模式并未完全成熟。随着大众创业、万众创新政策红利淡出行业舞台,珠宝首饰服务类型将回归其商业本质。为达到投资回报或商业落地的目的,如何依托自身运营能力实现行业稳步发展,成为行业探讨的核心问题。在以上四类珠宝首饰行业中,因产业型珠宝首饰多由企业主导,且与企业业务结合更为紧密。所以具有更高的商业落地可行性。成为珠宝首饰行业探索的核心方向之一。



## (六)、珠宝首饰行业相关政策体系不健全

国内珠宝首饰的政策体系、绩效考核体系、以及执法监管体系仍不完善,在体制、政策、法规方面仍需要进一步健全。以珠宝首饰行业为例,即使任务目标定了,但是很多城市并没有出台相关推动措施。珠宝首饰行业标准、行业规范、行业制度等措施均未出台,产品和技术的操作准则也没有明确的指导。珠宝首饰行业空有地方的区域标准,却没有统一的国家标准,行业规范性也就成为空谈。另外,利于珠宝首饰的价格、财税、金融等经济政策还不完善,基于市场的激励和约束机制仍旧不健全,创新驱动动力不足,企业也缺乏珠宝首饰相应行业发展的内生动力。

## 六、珠宝首饰企业战略实施要点

### (一)、打造自主品牌

公司应选择在 xx 市、xx 区开设第一家线下直营店,并计划未来五年在天津、北京、上海开设多家直营店,使公司自有品牌产品覆盖各大城市以及国内直辖市。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/267014031064006050>