



中国珠宝年鉴

2002  2002

《中国珠宝年鉴》编委会
地质出版社

中

国



宝

年

鉴

《中国珠宝年鉴》编委会编

地质出版社

· 北京 ·

《中国珠宝年鉴》编委会

主 任：孙文盛

副 主 任：陈洲其 沈祥荣 刘盛玉 林 强 方 雄 王章俊
许锦池 王 欣 王仲会 程秉海 奥 岩 孙凤民
穆 谦 刘 建

委 员：丁心一 王清选 王晓泉 王向东 毛凌云 包丰源
丘志力 任 进 李 忠 宋 健 陈 久 吴瑞华
冼霄云 林善园 郭 涛 郭守国 赵金文 赵柳成
高茹琨 袁心强 袁文瑶 贾中权 夏松尧 夏慧杰
钱振峰 曹华松 鞠肖男

《中国珠宝年鉴》

主 编：刘 建

副 主 编：孙凤民 奥 岩 王仲会 穆 谦

《中国珠宝年鉴》编辑部

主 任：奥 岩

副 主 任：党晓颖 谢定惠

艺术总监：丁心一

平面设计：李海滨

摄 影：张英才

《中国珠宝年鉴》

主办单位：中国宝玉石协会

承办单位：北京博观经典艺术品有限公司

序言



时光如水，生命如歌。2002年转瞬即逝，在这过去的一年中，中国珠宝行业发生了许多令人难以忘却的事情。为了不使流失的岁月抹掉这些珍贵的记忆，我们《中国珠宝年鉴》编辑部愿以点点滴滴的文字忠实地记录下那些不倦地为中国珠宝行业发展辛勤劳动的人们的理论探索与实践，并将和他们共同描绘中国珠宝行业里未来更辉煌的篇章。

经济运行有其客观规律性，中国珠宝行业的发展也必然存在着内在规律。经济运行是十分复杂的，存在着许多令人难以捉摸的因素。因此探索中国珠宝行业发展的内在规律是一项十分艰苦的过程。中国珠宝行业的实践有其更复杂的一面，我们除了要了解客观世界的复杂性之外，还要不断克服我们自己设置的许多思想禁锢。为此《中国珠宝年鉴》设置了“行业论坛”栏目，逐年辑录业内发展进程，从不同的角度对行业发展规律进行的理论探索，这些从制度创新、技术创新、政策走向、业务模式、经营理念、营销模式到管理模式等方方面面闪烁着作者思想光辉的论述为珠宝行业的发展营造了深邃的思维环境和深广的探索空间。“行业论坛”将成为一个理论探索的行业对话平台，在这个平台上，通过作者的思索与业内人士的对话凝聚成为行业发展的共识，使得经过理性的行业发展的研究成果获得传播的阵地。这些研究成果将以每年的中国珠宝行业的实践为基础，以历史进程为线索，逐渐汇集并得以升华，成为处于经济转型期的中国珠宝行业思想指南，并将成为研究中国珠宝行业发展历史的最珍贵史料，对中国珠宝行业的理论发展具有重要的传承作用。

中国珠宝行业目前还处于发展阶段，国内消费现状、市场发展格局、市场发展趋势、珠宝企业发展模式以及相关政策，每一年都会发生很大的变化，对这些变化的关注并且研究这些变化背后的规律将为整个珠宝行业提供重要的市场信息。《中国珠宝年鉴》在“行业聚焦”栏目中运用归纳、数据、图表以及文字综述等方法对上述的变化作了大量的分析与研究工作。这些工作也许不是《中国珠宝年鉴》编辑部所应该做的，但是我们相信这些工作成果将成为一座桥梁，为珠宝业内人士之间以及关注并有兴趣投资这一行业的投资者与业内经营者之间彼此的沟通提供了必要的行业信息。我们同样相信更多的人士将会通过这座桥梁步入中国珠宝行业。

中国珠宝行业这个充满着物质和精神诱惑的殿堂内留下了无数的成功，也弥漫着激烈竞争的硝烟，在这个新兴的殿堂中，有失败的珠宝企业、珠宝品牌和经营者，也有新崛起的品牌企

业和充满睿智的企业家。《中国珠宝年鉴》希望通过每年辑录优秀的珠宝企业家和优秀珠宝品牌的成功历程，让我们生活在这—必将更加辉煌的殿堂中的人们时时感受到这些成功所带来的激情和鼓舞，为此，我们《中国珠宝年鉴》编辑部客观、审慎地编辑书写了这些成功企业的经历，这些辉煌而又带着曲折艰辛的历史将成为中国珠宝行业的一座座里程碑，并且将不断启迪着我们，激励着我们，吸引着更多的人士进入到瑰丽的殿堂中。

古人云“以铜为鉴，可以正衣冠。以史为鉴，可以知兴替。”《中国珠宝年鉴》所记录的中国珠宝行业的时代脉动展示了业内人士对行业发展的探索和优秀企业家不懈的努力和追求。这些文字将堆积起中国珠宝行业发展的历史长卷，它将客观、公正地鉴证中国珠宝行业的兴替，也将成为中国优秀文化和历史文明长卷中灿烂的一章。

《中国珠宝年鉴》的付梓得到了业内大量人士从物质上到精神上的热情支持，在此不一—列举，—并深深致谢，但愿他们的支持与我们的劳动成为未来中国珠宝行业的繁荣的理由—。

刘建



2003年4月12日



中国珠宝年鉴标志

标志释义

“龙纹”——中国 / 概念

龙是中华民族吉祥文化中代表最高祥瑞的神物。

龙纹是中华民族吉祥文化中最有影响的图案。

“夔龙纹”——古老、至尊、清雅、君子 / 概念

夔龙，古代神秘传说中的一种独角龙。古老图案应用夔龙。古老图案常用夔龙造型。《龙纹》里有云：“夔龙为群龙之主，饮食有节，不游浊土，不饮渴泉，所谓饮于清，游于清者。”夔龙乃龙中君子也。

“玉器龙纹”——珠宝文化 / 概念

夔龙造型源自于战国时期的玉龙纹图案。

此标志在设计中吸取玉雕工艺手法，刻意运用温润线条，提炼中国珠宝玉器文化“温如其玉，尽显君子之德”的和谐风采，摒弃传统龙纹中的犀利霸气，同时又保持龙纹气贯长虹的国粹神韵。

“夔龙标志”——年鉴形象 / 概念

古老的夔龙造型，其久远可与中华玉石文化形影相随。

夔龙玉器龙纹，以其史、以其德、以其神形，足可领衔《中国珠宝年鉴》的标志形象。

“铁锈红色彩”——皇家的标志色 / 概念

皇家的专用色有铁锈红、明黄、藏青、青绿，本标志选用铁锈红寓意权威的地位。



第壹篇 行业论坛

第一章 中国珠宝行业政策理论研讨	4
● 建设和发展中国黄金交易市场的思考	5
● 中国钻石交易政策的调整及实践	11
● 中国黄金经济政策的演变及前景展望	16
第二章 中国珠宝行业创新对策	22
● 资本运营与珠宝行业的发展	23
● 论货币金融体系与黄金	38
第三章 中国珠宝行业市场发展思路	48
● 中国珠宝首饰行业的现状及发展趋势	49
● 终端博弈——试论珠宝零售业的发展方向	56
● 珠宝首饰企业连锁经营浅析	62
● 首饰品牌拓展与企业竞争力	74
● CI与珠宝企业——浅析珠宝首饰企业导入CI的必要性	84
● 珠宝资产评估刍议	88
● 中国玉文化传承与现状	98

第贰篇 行业聚焦

第一章 中国珠宝行业现状	108
第一节 市场规模与发展特点	109
第二节 加工产业分布特点	112
第三节 进出口形势分析	116
第四节 行业现存问题剖析	120
第二章 中国珠宝首饰专业领域	122
第一节 黄金	123
第二节 铂金	126
第三节 白银	128
第四节 钻石	130



第五节 珍珠	133
第六节 翡翠	138
第三章 中国珠宝首饰消费市场	140
第一节 主流消费群体	141
第二节 消费观念解析	145
第三节 消费流行趋向	148
第四节 消费市场特征	148
第四章 中国珠宝行业分布格局	152
第一节 地域分布格局	153
第二节 主导产品构成格局	154
第三节 市场竞争格局	156
第五章 中国珠宝行业投资特性	158
第一节 珠宝行业的投资特性	159
第二节 珠宝行业的资本运营	161
第六章 中国珠宝行业发展趋势	164
● 行业未来发展预测	165
● 行业总体发展趋势	166
● 未来十年行业的变化趋势	167
● 连锁经营——未来营销的主流模式	168
第七章 中国珠宝行业发展策略	170
第一节 珠宝行业SWOT分析	171
第二节 珠宝行业发展策略	178
 第 叁 篇 行业专栏	
第一章 中国珠宝行业驰名品牌推介	183
第二章 中国珠宝行业特色企业专栏	226
 第 肆 篇 行业综述	
第一章 中国珠宝行业政策法规	262

目 录

第一节 钻石政策	263
第二节 黄金政策	271
第三节 珠宝首饰、贵金属检测标准	277
第四节 中国珠宝首饰进出口现行税收政策	289
第二章 中国珠宝行业大事记	292
● 珠宝鉴定出台两项新规定	293
● 中国宝玉石协会在全国珠宝首饰业开展“放心店”活动	293
● 上海制定首部饰品质量投诉办法	294
● “菜百杯”首届全国黄金珠宝首饰营业员营销技能大赛	294
● 首届中国黄金珠宝首饰营销高层峰会	295
● 中国宝玉石协会宝玉石检测中心获得实验室认可证书	295
● 国家质量监督检验检疫总局发布养殖珍珠分级标准	296
● 中国宝玉石协会参与中国名牌战略推进工作	296
● 中国宝玉石协会推出珍珠真品标识	297
● 中国首届钻石交易会	297
● 第四届全国首饰质检机构技术交流会	297
● 第三届深圳国际珠宝展	298
● 广东推出《金银珠宝同业自律公约》	298
● 中华全联珠宝业商会钻石厂商协会成为世界钻石厂商协会正式官方会员	299
● 上海黄金交易所正式开业	299
● 中国切工推广活动暨中港钻石业务交流洽谈会	300
● 2002年中国珠宝首饰行业发展论坛	301
● 2002北京珠宝展	301
● 2002年全国珠宝玉石质检工作交流会	302
● 中国宝玉石协会珠宝首饰鉴定评估专业委员会工作会议	303
● 首届中国玉雕作品“天工奖”评选活动	303
第三章 上海黄金交易所	304
第一节 开业目击记	305
第二节 上海黄金交易所概况与组织结构	306



第三节 相关新闻	311
第四章 上海钻石交易所	314
第一节 2002年上海钻石交所大事记	316
第二节 上海钻石交易联合管理办公室通知	317
第三节 钻石业新的监管办法	319
第四节 钻石交易优惠政策的主要内容	323
第五节 可供会员选择的运作方式	325
第五章 中国黄金市场专栏	326
第一节 2002年中国黄金需求状况分析	327
第二节 入世和黄金市场开放对西部大开发的影响	329
第三节 论中国黄金矿产资源开发现状及对策	334
第四节 中国步入新黄金时代	341
第六章 中国珠宝行业教育现状	344
第一节 学历教育院校	345
第二节 珠宝职业教育	348
第七章 珠宝鉴定与评估	352
第一节 珠宝质量监督管理机构	353
第二节 珠宝首饰评估机构	355
第八章 中国珠宝行业协会	356
第一节 行业协会的地位和作用	357
第二节 中国宝玉石协会简介	360
第九章 中国珠宝行业学术论文摘要	366
第一节 翡翠	367
第二节 钻石	369
第三节 有色宝石	370
第四节 珍珠	371
第五节 软玉	372
第六节 其他玉石	373
第七节 合成宝石	374

目 录

第八节 宝石改善优化处理	375
第九节 宝石鉴定	377
第十节 珠宝评估与拍卖	381
第十一节 宝玉石资源	382
第十二节 市场营销理论探讨	382
第十三节 首饰设计与玉石雕刻设计	384
第十四节 科研与教育	385
附录：图表索引	
表 1.2.1 国际货币金融体系的演化及类型	40
图 1.2.1 2001年全球地上黄金存量转移情况	45
图 1.3.1 品牌总价值图解	64
图 1.3.2 产品和服务的五个层次	75
图 1.3.3 首饰的五个层次需求	77
图 1.3.4 经营机制示意图	78
图 1.3.5 企业识别系统图解	85
图 1.3.6 企业经营资源图解	87
图 2.1.1.1 1998~2002 年中国珠宝首饰年销售总额统计	109
表 2.1.1.1 2001~2002 年中国珠宝首饰销售一览表	110
图 2.1.1.2 2002 年中国珠宝首饰大类品种供需量及世界排名表	110
表 2.1.2.1 深圳市珠宝首饰产业规模表	113
表 2.1.2.2 深圳市珠宝首饰行业相关指标在全国的占有比例表	114
表 2.1.2.3 中国钻石加工生产规模表	114
表 2.1.2.4 上海钻石交易所发展目标	115
图 2.1.3.1 1999~2002 年中国珠宝首饰出口总额统计	116
表 2.1.3.1 2001~2002 年珠宝首饰出口统计表	117
表 2.1.3.2 1998~2002 年中国贵金属出口统计数据表	118
表 2.1.3.3 2002 年部分珠宝首饰进口统计数据	118
表 2.1.3.4 中国加入 WTO 后 5 年内降低珠宝首饰进口关税的进度表	119
图 2.2.1.1 1995~2002 年中国黄金总产量增长图	123



目 录

表 2.2.1.1	中国黄金行业“十五”计划目标	124
图 2.2.2.1	1996~2002 年中国铂金饰品销售增长趋势图	127
图 2.2.2.2	1999~2002 年中国、日本首饰用铂量对比图	127
表 2.2.3.1	2000~2002 年中国白银生产总量与首饰用银量表	128
图 2.2.4.1	2002 年前 11 个月海关进口各类钻石金额统计	130
图 2.2.4.2	2002 年前 11 个月海关出口各类钻石比例示意图	131
图 2.2.4.3	1990~2002 年中国钻石首饰销售增长趋势图	132
图 2.2.5.1	中国淡水珍珠产区分布图	134
图 2.3.1.1	未购买珠宝首饰群体的购买意向调查	141
表 2.3.1.1	2001~2002 年中国入境游客统计表	142
表 2.3.1.2	2001~2002 年中国旅游业收入统计表	142
表 2.3.1.3	2001~2002 年中国国内旅游人数统计表	143
表 2.3.1.4	2001~2002 年中国国内旅游收入统计表	143
表 2.3.1.5	2001~2002 年 3 个假日黄金周旅游收入统计表	143
图 2.3.1.2	2001~2002 年“五一”黄金周铂金销售增长示意图	143
图 2.3.1.3	北京女性非理性消费行为表现调查	144
图 2.3.2.1	消费者购物第一要求与对企业表现的满意度对比	147
图 2.3.2.2	消费者购物第二要求与对企业表现的满意度对比	147
图 2.3.4.1	购买因素调查	149
图 2.3.4.2	首饰风格趋势调查	150
图 2.3.4.3	购买首饰类型调查	150
图 2.4.2.1	1999~2002 年中国首饰用黄金需求量	154
图 2.4.2.2	2001~2002 年世界、中国首饰用铂需求量	155
表 2.6.1.1	中国珠宝首饰未来销售总量预测表	165
表 2.7.1.1	SWOT 分析表	171
图 4.5.1.1	1999~2002 年中国黄金需求	328



中国珠宝年鉴
CHINA JEWELLRY ANNALS

行业论坛



第

篇

第一章

中国珠宝行业政策理论研讨

建设和发展中国黄金交易市场的思考

文 / 沈祥荣 (上海黄金交易所理事长)

上海黄金交易所于2002年10月30日正式开业,标志着我国黄金管理体制实现重大突破。交易所的建立将有利于充分发挥市场对黄金资源配置和调节的基础性作用,促进我国黄金生产、流通、消费的健康有序发展,也有利于为投资者提供新的投资产品。上海黄金交易所正式运行后,初期仅是为黄金现货提供交易平台和相关服务。在完善现货交易的基础上,积极开发黄金投资产品,逐步建设成以金融投资业务为主的金融市场。中国人民银行行长戴相龙在上海黄金交易所开业仪式上指出:我国货币市场、证券市场、保险市场、外汇市场逐步建立,在促进改革开放和社会主义现代化建设中发挥了重要作用。上海黄金交易所宣告正式开业,说明我国主要金融产品的交易市场已全部建成,适应社会主义市场经济的金融市场体系更加完善。

作为金融市场体系中的一员,以现货实物为交易主体的上海黄金交易所,只是刚刚向市场迈出了一小步,如何巩固现有成果并实现长期、稳定发展,已成为交易所急需解决的最大课题。为此我们在充分考虑中国国情的前提下,参考国际黄金市场的运行情况,对中国黄金市场建设发展进行了深入研究,提出了初步思路。

一、顺利实现黄金的商品属性交易,满足企业供求的实际需要,确保改革政策的顺利过渡

我国黄金管理体制改革的目的是:取消黄金统购统配的管理体制,开放黄金市场,充分发挥市场对黄金资源配置和调节的基础作用,建设适应社会主义市场经济发展需要的统一开放、调控有力、机制完善、竞争有序的黄金生产、流通新体制,促进黄金生产、流通、消费健康规范有序发展。

上海黄金交易所挂牌运行后,中国人民银行对黄金不再实行统购统配管理,黄金生产、加工、流通企业产供销活动,将通过上海黄金市场规范、有序地进行,黄金价格由市场供求决定,通过市场优化黄金资源配置。中国人民银行将依法加强监管,并陆续推出相应的配套政策和措施,确保黄金市场平稳、健康、规范、有序地发展。

黄金所特有的国际货币职能决定了其在国际上具有流通性。目前我国的外汇管理实行经常项目下有条件的可兑换,人民币还没有实现自由兑换,商业银行近50年来也没有从事过黄金业务,人员和各方面的条件也不完备,这就决定了交易所发展初期的职能是:为黄金生产、流通、