



2009 年鉴

中国珠宝玉石首饰

ZHONGGUO ZHUBAO YUSHI SHOUSHI NIANJIAN

中国珠宝玉石首饰行业协会 编



地质出版社



2009

中国
珠宝玉石
首饰

年鉴

ZHONGGUO
ZHUBAO YUSHI SHOUSHI NIANJIAN

中国珠宝玉石首饰行业协会 编



NLIC 2970670257

地质出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

2009 中国珠宝玉石首饰年鉴 / 中国珠宝玉石首饰行业
协会编. —北京: 地质出版社, 2010.1
ISBN 978-7-116-06483-6

I. ① 2… II. ① 中… III. ① 宝石—中国—2009—年
鉴② 首饰—中国—2009—年鉴 IV. ① F426.89-54

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 003257 号

责任编辑: 郑长胜
责任校对: 田建茹
出版发行: 地质出版社
社址邮编: 北京海淀区学院路 31 号, 100083
咨询电话: (010) 82324575 (编辑室)
网 址: <http://www.gph.com.cn>
电子邮箱: zbs@gph.com.cn
传 真: (010) 82310749
印 刷: 北京地大彩印厂
开 本: 889mm×1194mm 1/16
印 张: 31.75
字 数: 600 千字
版 次: 2010 年 1 月北京第 1 版·第 1 次印刷
定 价: 365.00 元
书 号: ISBN 978-7-116-06483-6

(如对本书有建议或意见, 敬请致电本社; 如本书有印装问题, 本社负责调换)

光辉的足迹 美好的前景.....	1
------------------	---

第一篇 产业现状趋势	12
-------------------------	----

第一章 贵金属及首饰	13
-------------------------	----

一、解析黄金市场的快速发展	13
二、概述黄金及黄金首饰市场	23
三、从上海黄金交易所看中国黄金市场	26
四、综述铂金及铂金首饰市场	29
五、直视钯金及钯金首饰市场	35
六、评点白银及白银首饰市场	40
七、华通铂银看白银的未来发展	44

第二章 宝石及首饰	50
------------------------	----

一、金融危机中的钻石市场	50
二、从上海钻石交易所看中国钻石市场	56
三、有色宝石市场危机中的机遇	60
四、彩色宝石首饰市场面面观	63
五、红蓝宝石首饰市场大趋势	70
六、珍珠产业现状与对策	72

第三章 玉石及产品	80
------------------------	----

一、从天工奖看玉石产业的发展	80
二、玉石饰品产业之特点	85
三、探讨四大印石文化产业的发展	89

第四章 人工宝石及饰品	94
--------------------------	----

一、人工宝石产业现状与前景	94
二、逆势而上的流行饰品产业	101

目 录



CONTENTS



第二篇 珠宝产业基地	106
第一章 产业基地建设	107
珠宝玉石首饰特色产业基地建设之路	107
第二章 首饰镶嵌与贸易	112
● 深圳罗湖 广州番禺 广州花都 福建莆田 青岛城阳	
第三章 宝石生产与贸易	122
● 浙江诸暨 苏州相城 山东昌乐 江苏东海 广西梧州	
第四章 玉石加工与贸易	132
● 内蒙古赤峰 辽宁阜新 福州晋安 浙江青田 辽宁岫岩 河南镇平	
第五章 翡翠加工与贸易	144
● 广东平洲 云南瑞丽 广东四会 云南腾冲	
第三篇 首饰生产加工	152
第一章 珠宝中国制造	153
珠宝玉石首饰加工业概况	153
第二章 贵金属首饰	159
● 粤豪 百泰 翠绿 爱得康 吉盟 福麒 金龙 金叶 金凰 金兰 宝亨达 意大隆 同心	
第三章 镶嵌首饰	173
● 宝怡 星光达 行行行 亿恒 缘与美 钻之韵	
第四章 珍珠及首饰	179
● 阮仕 千足 佳丽 芳华 欧诗漫 天使之泪 海润 天地润 澳之宝	
第五章 流行饰品	188
● 新光 威妮华 伊泰莲娜 金得利 美联 怡美	
第六章 钻石供应	194
● 金伯利 戴美尔森 蓝玫瑰 凯吉凯 欧陆之星 长宁	
第七章 彩色宝石	200
新中泰 仙路 安得 泰尼星 景星	

第四篇 市场营销模式 206

第一章 连锁经营 207

连锁经营提速行业发展 207

- 周大生 老凤祥 潮宏基 石头记 萃华
千禧之星 瑞恩 周大福 真牌

第二章 专卖店 228

珠宝专卖店坐拥天时地利 228

- 菜百 明牌 七彩云南 城隍 老庙 亚一
昆百大 东方金钰 宝庆 东华 荟华楼 金鹭
越王 恒信玺利 健兴利 新金 国玉

第三章 专业市场 266

一、全国专业珠宝市场概述 266

- 北京红桥市场 水贝国际珠宝交易中心 金丽国际珠宝交易中心
● 其他重要专业珠宝市场

二、浅析北京专业珠宝市场 282

第四章 珠宝电子商务 291

蓬勃发展的珠宝电子商务行业 291

- 钻石小鸟 九钻

第五篇 珠宝品牌之光 302

第一章 品牌终端博弈 303

抢占先机 终端为王 303

第二章 南部沿海经济区 306

- 爱迪尔 伯爵 豪雅 金大生 金尔曼 金嘉利 晶永恒
君力 卡蒂尼 流行石语 梦雅恒 欧特尔 千禧福
瑞麒 斯兰亭 兆亮 周大金 周新新 皇室太古
美时钻 卓尔 金雅艺 雅福 TTF 金至尊
● 宝兴金庄 朝阳 峰记 华昌 金福徕 梦美迪 泰立



2009

中国

珠宝

品牌

之光

年鉴

目 录



CONTENTS

第三章 东部沿海经济区	322
● 地质人 华友 九洲 龙凤缘 千年 瑞峰 善源 天宝坊 天孚 旭日 伊莲 悦灵 浙地 美晶	
第四章 北部沿海经济区	329
● 大雄 戴梦得 帝恩 东方晓鸣 瑰宝 国华商场 恒昌 金玉翠福 南洋恒信 欧罗普 千叶 玉石林	
● 爱亿生 福人楼 翰林艺雕 金辉 蓝天 赛菲尔 梦金园 齐鲁 鑫玉泰 鑫源 招金银楼 圣迪尔	
第五章 东北经济区	341
● 东祥 鑫奉 六桂福	
第六章 中部经济区	343
● 宝瑞源 亨得利 金豪 金星 晶元 三星地质 尚韵 世纪情 银星 英特纳 玉顺行 星光 天世源 天鑫洋	
第七章 西部经济区	350
● 爱恋 恒吉祥 六喜 云地矿 玉玲珑 怡泰祥	
第六篇 行业规范自律	354
<hr/>	
第一章 行业标准	355
一、珠宝行业标准化建设稳步推进	355
二、珠宝玉石及其饰品标准	359
三、贵金属及其饰品标准	361
四、国家有关部门规定及标准	363
第二章 行业自律	364
一、行业自律助推行业发展	364
二、中国珠宝玉石首饰行业自律公约	368
三、中国珠宝（钻石）电子商务行业自律公约	371
四、放心示范店工程	373
五、信用评价体系工程	386
六、天然翡翠证明商标	389
七、中国珍珠真品标志	390

第三章 市场检测	392
一、珠宝质检规范行业发展	392
二、珠宝首饰商品品质抽查	398
三、国家珠宝玉石质量监督检验中心	401
四、实验室能力验证	403
第四章 珠宝评估	408
一、珠宝首饰评估的现状	408
二、珠宝评估与行业发展俱进	413
 第七篇 科教宣传展览	 418
<hr/>	
第一章 科研教育	419
一、珠宝教育任重道远	419
二、珠宝专业教育现状	425
三、珠宝首饰设计现状分析	429
四、玉石雕刻人才的培育	437
五、珠宝行业学术交流活活动	441
六、珠宝行业科研工作进展	444
第二章 行业宣传	451
一、珠宝文化推广十年随笔	451
二、行业媒体推动产业发展	458
三、珠宝行业平面媒体	462
四、珠宝行业网络媒体	467
第三章 珠宝展览	470
一、备受关注的专业珠宝展	470
二、珠宝企业如何利用好珠宝展	476
三、上海国际珠宝首饰展览会	481
四、深圳国际珠宝展	486
五、中国国际珠宝展	489
 后 记	 496



光辉的足迹 美好的前景

孙文盛

对美的追求是人类进步的动力,对情感的表达是人类永恒的主题,对财富的拥有是人类繁衍生息的基础。珠宝则是综合了这三种要素的重要产品之一。珠宝是悠久历史文明和重要文化艺术的独特载体。自古以来,珠宝就深受人们的喜爱,人们赋予珠宝各种美好的象征意义,出于良好的祝愿和祈盼而乐于佩戴和馈赠珠宝。

我国珠宝文化源远流长,丰富多彩。随着社会经济的发展,越来越多的人喜欢并且有条件拥有珠宝,点缀生活,享受快乐。我国珠宝业不断跃上新台阶,为促进国民经济平稳较快发展、建设社会主义和谐社会和丰富人民群众精神文化生活,做出了自己的贡献。

所谓珠宝,泛指宝石、玉石、贵金属经过雕琢、加工而成的首饰或工艺品。具体说,宝石包括天然宝石、有机宝石、人工宝石。自然界中发现的矿物有3800多种,可做天然宝石原料的仅有230多种,而常见的也只有20多种,其中,尤以钻石、红蓝宝石、祖母绿和金绿宝石等最为珍贵。有机宝石主要包括珍珠、珊瑚、琥珀等。人们通常所说的“珠光宝气”,“珠”就是指珍珠,“宝”则是指“宝石”。人工宝石是由人工制造的用作首饰及装饰的材料,如合成红蓝宝石、合成水晶、合成立方氧化锆等。玉石中,和田白玉、翡翠、岫岩玉、独山玉和寿山石、巴林石、青田石、昌化石等最受钟爱。经冶炼而成的黄金、铂金、钯金、白银等贵金属以及铜、锡、锌等贱金属,不仅直接加工就可成为首饰或工艺品,而且大量用于珠宝玉石镶嵌,从而成为镶嵌首饰或工艺品。随着社会多元文化的发展和珠宝文化的创新,珠宝玉石及贵金属首饰、饰品的范围也在不断扩大。

从行业的角度说,我们把从事珠宝玉石、金属首饰及饰品材料生产、设计、加工、销售及配套服务的职业统称为珠宝玉石首饰行业,简称为珠宝行业。把珠宝玉石、金属首饰和饰品材料生产、设计、加工、销售及配套服务等环节总称为珠宝玉石首饰产业,简称为珠宝产业。



下面，就让我们稍微系统地梳理一下珠宝产业的过去、现在和将来。

一、历史

珠宝从一个侧面记录着历史的变迁、社会的发展和文明的进步。从古至今，我国珠宝产业大体上主要经历三大发展历程。

（一）古老灿烂的珠宝业

中国的珠宝业源远流长，古老而灿烂。中国是世界上最早使用玉石并将其用于装饰目的的国度，中华玉文化的历史几乎和华夏文明的历史一样久远。我国还是世界上最早发现并采集珍珠的国家。贵金属首饰的历史最早也可以追溯到3000年以前。在长达几千年的历史中，玉石黄金珠宝作为身份地位财富的象征，一直受到人们的推崇和追逐。

远古时期，我们的祖先为了战胜天敌，获取食物，就已经懂得使用石头制造出石斧、石刀等简单的工具，并利用兽牙、贝壳、骨管、鸵鸟蛋壳、石珠等制作串饰。随着他们对石头的观察和了解，逐渐把一些认为是美的石头与一般的石头加以区别，并多用于非生产性的活动，这就是最早的玉了。《说文解字》云：“玉石之美，有五质……”。玉是一种天然矿产。玉材有两种，即角闪石类和辉石类，前者亦称软玉，包括透闪石玉、蛇纹石玉等；后者亦称硬玉，如翡翠。

在距今约8000年的兴隆洼文化遗址中，出土了一件软玉耳环，说明那个时候的人们就开始用玉加工成装饰物了。玉器作为财富和地位的标志，在原始社会的良渚文化、红山文化中表现突出。江西新干县出土了一件商代的“玉羽人”挂件，上面的三联套环是由一块玉材掏雕而成的，足见当时玉雕技艺的高超。

玉文化也随之兴盛起来。我国古代盛行“君子比德以玉”的传统，春秋时期孔子提出“玉有十一德”，汉朝许慎所说“玉有五德”。玉便成了人们宠爱并可传家的宝。而且古时人们还将玉用作崇拜的图腾、祭祀的贡品。历经数千年，我国玉石文化底蕴深厚。

陕西李静训墓出土的隋代镶金边白玉杯，造型、制作均很精美，表明隋代已经有了很精湛的玉器制作工艺和技术。

唐代社会经济的发展和文化艺术的兴盛，开启了玉器和玉饰的繁荣时代。玉料精美，更具玩赏性，重视美学鉴赏意义，是唐代玉器和饰物的特点。

到了宋代，城市经济的繁荣，促进了玉器业的进一步兴盛及民间琢玉业的发展。这个时期，玉的消费对象已不完全是皇室成员、达官贵族和文人雅士，普通百姓也开始拥有，并因此出现了平民化的世俗题材的玉器。专琢花鸟型玉器的玉作在宋代特别盛行，艺术成就非常高。

明代玉器形成了追求精雕细琢和装饰美的艺术风格。到明代晚期，玉器的商品化也得到空前发展。

清代由于相继打通缅甸翡翠进入中原的路线及和田玉内运的通道，玉器工艺得以迅速发展，出现了我国古代玉器史上最为昌盛的时代。明清两代，和田玉牌的制作和佩戴蔚然成风，达到鼎盛。

我国素有“玉石之国”的美誉，作为文化载体的玉器真实地记录了中华文明诞生、延续和发展的整个历史进程。我国著名地质学家章鸿钊在《石雅》一书中写道：“夫玉之为物虽微，使能即而说焉，则凡民族之往返与文化之所传嬗，皆得于是征之。”玉石雕琢技艺精湛，国宝级作品层出不穷。北京故宫博物院、台湾故宫博物院、中国珍宝馆等珍藏了大量国宝。玉石雕刻出来的作品，材质珍贵，设计巧妙，加工精良，内涵丰富，是玉石自然天成之美与大师雕琢技艺之精的巧妙结合。

在春秋战国时代，我国有了开采、使用珍珠的记载。广西合浦珍珠在秦代就开始进贡皇帝，到了汉代，以采集珍珠为生的就有数千人，采珠的鼎盛时期是明代，仅弘治12年就采珠大约800千克。



在北京、河南、河北、山西等地发掘的商代墓葬中，除了玉器，还开始有了金器，同时还发现了黄金首饰。唐代，我国金银器很繁荣，已从装饰品发展到各式各样的生活用品。据《唐六典》记载，唐时金加工方法就有十几种之多，即销金、披金、镀金、研金、拍金、泥金、缕金、捻金、钹金、圈金和贴金等，用这些技艺生产了大量巧夺天工的首饰用品，显示了唐朝时期金匠的超凡工艺。尤其值得一提的是，丝绸之路在开启我国对外贸易的同时，也使我国的文化艺术汲取了域外的营养。唐代的金银器就已经借鉴了当时西方特别是波斯的工艺。

清朝后期，外国侵略军两次攻进北京，圆明园和清宫的玉器珍宝被疯狂掠夺。随着我国封建王朝的灭亡，一些珠宝、玉器流落民间，主要为皇家所属的珠宝、玉器制造工匠也完全转向了民间。清末及民国时期，一些“银楼”和首饰作坊开始在社会上出现，珠宝首饰成为当时贤达贵人追捧的一种时尚。

（二）快速增长的珠宝业

新中国成立以后，玉器、牙雕、花丝镶嵌等传统手工业，经公私合营由小作坊变成了工厂，不仅促进了民族传统技艺的传承，还培育了一批工艺美术大师。在高度集中的计划经济时代，珠宝首饰作为国家专控产品，由各级政府组织专供出口产品（或创汇或作礼品）的生产与销售，黄金、珠宝、玉器、古玩等在国内市场上几乎看不到消费者和收藏者。

党的十一届三中全会开启了我国改革开放的历史新时期。经过30多年的努力，我国成功地实现了从高度集中的计划经济体制到充满活力的社会主义市场经济体制，从封闭、半封闭到全方位开放的伟大转折。在这个过程中，我国珠宝首饰零售市场悄然启动，生产加工企业也逐渐出现并增多。这期间，黄金率先进入市场并一度独占绝对优势。统计表明，1982年底，当时全国有金银珠宝和玉雕产品生产

企业95家，拥有职工20,800人，年产值9509万元，半数以上产品用于出口。其中，金银珠宝首饰企业38个，年产值为7911万元，出口额4539万元。

20世纪80年代末，我国珠宝产业进入了一个快速增长的时期。人们对珠宝首饰需求量骤然增加。除了传统的金银首饰以外，红蓝宝石、钻石及铂金等镶嵌首饰大量涌入国内市场。此时，众多珠宝首饰镶嵌企业应时而起，大大小小的零售企业应运而生，一些大型综合商场纷纷开设了珠宝柜台，新成立的各种珠宝企业犹如雨后春笋。

国人对玉石的喜爱之情在这个时期得到了极大的释放。玉石市场非常火爆，形成了和黄金市场分庭抗礼的局面。玉石制作工艺在这个时期也得到了极大的发展。

红蓝宝石也在此间进入我国市场，并深受我国消费者的欢迎。20世纪80年代末90年代初，红蓝宝石市场出现了令业界至今羡慕的繁荣景象。

1985年，央行批准黄金首饰上市流通，开启了我国黄金珠宝首饰市场的新时代。1990年，我国黄金首饰定点加工厂由1980年的10个，增加到96个，职工由1980年的1万多人增加到2.4万多人。1990年我国珠宝销售总额20多亿元，其中黄金首饰销售额14亿多元。2000年，我国白银取消“统购、统销”制度，白银市场放开。2002年，上海黄金交易所正式运行，黄金原料市场放开。2003年，我国央行取消了黄金饰品企业审批制度，黄金饰品市场放开。2005年，我国居民黄金投资市场放开。至此，我国珠宝首饰流通体制改革取得了重要成果。

我国钻饰市场快速发展是从1993年开始的，1995年钻石饰品销售额为20亿元，2000年达到50亿元。2000年，国家正式批准成立上海钻石交易所，一般贸易项下的钻石进口集中到了这个唯一的渠道。2006年7月1日起，国家对钻石税收政策又进行了重大调整：自上海钻石交易所销往国内市场的毛坯钻免征增值税，成品钻石进口环节增值税征17%退13%，即征即退。至此，我国一般贸易项下的钻石进口进入了一个良性的发展阶段。

铂金首饰从1994年亮相我国市场，当年我国的铂金消费量仅占世界的1%。随着铂金饰品的推广，到1998年，我国铂金首饰销售量为62万盎司，是世界第二大消费国，占世界铂金首饰市场的23%。2001年，我国铂金首饰销售量达到了130万盎司，占世界铂金首饰市场需求总量的52.8%，居世界第一。

总的来说，这个时期我国的珠宝业呈现出快速增长百花齐放的局面。不仅品种多元且市场繁荣，而且产业体系趋于完备，产业链条日渐延展、完善，产业队伍规模也相应地急剧扩大。截至2000年底，全国拥有各类珠宝企业近30,000家，从业人员200万人，年产值近千亿元。作为对时尚变化最为灵



敏的风向标，我国珠宝业30多年来的发展历程，见证了我国改革开放的伟大成就。

但是由于行业自律意识不强，监管也不到位，这个时期的珠宝业出现了一些不规范的现象，以次充好、以假乱真的情况经常出现，侵害了消费者的权益，也损害了珠宝业的健康发展。因此，加强自律和他律，促进行业规范的可持续的发展，成为中国珠宝业的当务之急。

（三）规范发展的珠宝业

随着我国社会主义市场经济体制的建立与完善，珠宝行业作为现代工商业中的一个类别逐渐形成，珠宝原料及其制品从流通体制上也逐渐步入了市场经济的轨道，传统的手工业也借助现代的机械化得以升级。玉石资源开发，珍珠养殖，人工宝石合成，首饰镶嵌加工，玉石雕刻，市场营销，教育培训，珠宝鉴定，宣传推广，珠宝产业已经成为按照规模经济和范围经济要求集成起来的行业群体，系统的产业链已经形成并在延伸。

有了这样的基础，在原地质矿产部的领导下，中国宝玉石协会于1991年正式成立，珠宝企业有了自己的行业组织。协会历尽艰辛，做了大量工作，为此后的发展打下了相当好的基础。

从1999年起，中国宝玉石协会遵循“贵在参与、重在推动”的方针，开展了系列的国石候选石推荐活动，并于2003年，将“两玉四石”（岫岩玉、和田玉和寿山石、青田石、巴林石、昌化石）方案作为推荐“中国国石”的阶段性成果。“候选国石”的推荐工作，不仅推动当地玉石产业的发展，促进了玉石业界的规范化，也弘扬了玉石文化。

2000年，中国宝玉石协会在国土资源部的支持下，坚持“服务企业、规范行业、发展产业”的宗旨，积极疏导产业政策，开展行业自律，加强品牌建设，开启了中国珠宝首饰业驰名商标和放心示范店工程，进行中国驰名商标和中国名牌的评选，有力地推动了珠宝行业的规范化。

质量检测、人才培养等配套工程得到长足的发展，也越来越规范，标准建设这个时期加速进行，促进了市场的进一步规范化。

2005年，中国宝玉石协会更名为中国珠宝玉石首饰行业协会，服务领域进一步扩大，服务质量进一步提高，引导作用进一步加强，为珠宝产业升级奠定了基础。目前，尽管珠宝玉石首饰尚未被列入国家产业的目录，但是珠宝已经成为具有一定规模、旨在提高人们生活品质的重要行业，一个产业链条比较完善并蓬勃发展的朝阳产业。

二、现实

近年来，我国珠宝产业销售总额以年均增长率高于10%的速度发展，2009年内市场销售总额达2200亿元。除2009年外，以往年份出口年增长率也超过20%，2009年出口总额近80亿美元。截至2009年底，全国工商注册的各类珠宝企业5万多家，从业人员300多万人。其中，珠宝零售企业大约4万家，从

业人员150多万人。一批珠宝驰名品牌和名牌企业涌现出来，珠宝企业参与国际竞争的意识 and 能力不断提高。总体来看，我国珠宝玉石首饰产业稳定发展，各方面建设齐头并进，呈现出很多可喜的现象。

（一）国内消费市场繁荣

我国已经成为世界上少数几个珠宝首饰年消费额超过300亿美元的国家之一，成为全球最重要的珠宝消费市场，一些重要珠宝产品的消费均居世界前列。珠宝首饰成为继房产、汽车之后我国百姓第三大消费对象。我国是世界上最大的玉石加工及消费国，年消费量超过200亿元；珍珠年产量约1400吨，占世界珍珠年总产量的95%以上；铂金消费多年居世界第一，2009年首饰用铂金约54.5吨，占全球首饰铂金用量的71.5%；2009年黄金消费近500吨，取代印度列世界第一；钻石消费首次超过日本，位居世界第二，年消费钻石首饰总额超过250亿元。此外，白银首饰的年消费量在800吨左右，红蓝宝石、水晶、仿真首饰等产品在中国市场也大受欢迎。

管中窥豹，可见一斑。从我国珠宝零售业一些龙头企业的销售数据就可以看出2009年中国珠宝市场的火爆。上海老凤祥2009年销售额突破100亿元，黄金珠宝部分占其中80%以上，北京菜百2009年全年销售超过50亿元，再创历史新高，上海老庙2009年共销售黄金产品18吨。这些企业2009年的销售额同比均出现大幅增长。

（二）出口市场转暖回升

受国际金融危机的影响，欧美日等传统的主要珠宝市场严重萎缩，给我国珠宝产品的出口也带来了严重的冲击。2009年前三季度，我国珠宝产品出口同比下降16.2%，为近10年来首次下降。

面对不利的国际经济环境，各级政府、协会及珠宝业界上下齐心，共同应对这场严峻的考验。中宝协建言政府提高部分产品的出口退税率，为珠宝产品出口创造有利的制度和政策环境，如将流行饰品的出口退税率从5%提高到9%。地方政府为企业提供包括融资在内的各种支持，各级行业协会帮助企业搭建通往海外市场的桥梁。企业自身则通过加强创新，提高设计和工艺水平，开辟新的市场渠道，以尽力获取新的订单。

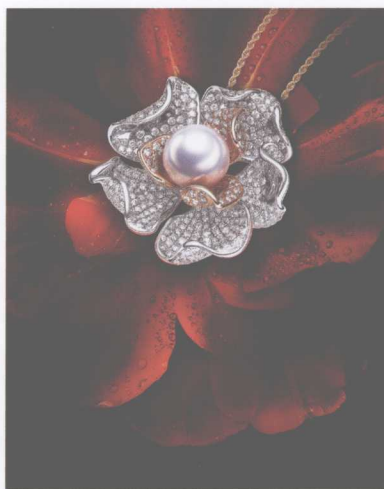
在各方面的共同努力下，我国2009年珠宝产品的出口跌幅依季度呈现逐季缩小的态势。其中，第一季度出口跌幅最深，同比下降32.2%。第二季度，出口跌幅为下降15.0%，有所收窄。第三季度已经接近与2008年同期持平，仅仅下降0.9%。也就是说，从第二季度开始，我国的珠宝产品出口已经见底回升，且速度较快。这表明，我国珠宝产品的出口市场已经在逐渐回暖，我国外向型珠宝业面临的国际环境已经有所改善。

（三）品牌建设成绩显著

品牌建设是一个行业走向成熟的必经之路。中国政府一直支持、鼓励我国珠宝行业的品牌建设，并为之创造了必要的制度环境和土壤。中国珠宝玉石首饰行业协会更是以打造行业品牌为己任，将其

作为协会工作的重中之重，积极引导并推进珠宝行业的品牌建设。适应竞争的需要，企业自身的品牌意识也日益增强，重视程度不断提高，在创新文化内涵、提高工艺和设计水平方面，在营销人员培训、客户服务方面的投入越来越大。很多企业摒弃了数量扩张、粗放经营的模式，完成了向注重质量、塑造品牌的蜕变。

在业界及相关方面的共同耕耘下，我国珠宝业的品牌建设取得了可喜的成果，一大批优秀的珠宝品牌脱颖而出。截至2009年底，珠宝行业先后有50家企业的52个产品获得了中国产品质量的最高荣誉——“中国名牌产品”称号，有20多个企业商标获“中国驰名商标”荣誉，150多家企业的产品成为中国珠宝首饰业驰名品牌，还有300多家零售企业获得“放心示范店”称号。自2008年开始，中国珠宝玉石首饰行业协会获商务部授权，在珠宝行业推进信用体系评价工程，截至目前，已有30多家企业获得“3A”信用评价等级。



这些优质品牌历经市场的考验，不仅受到业界和相关管理部门的充分肯定，也得到了消费者的高度认可，在区域或全国市场所占的份额越来越大。

品牌建设有力地推动了珠宝产业健康、规范化的发展，也导致了行业集中度的不断提高。这都是一个行业走向成熟的表现。

（四）产业集群发展格局基本形成

产业集群化是世界范围内产业发展到一定阶段的必然产物。产业集群化使许多相关企业在地域上同处一地，原材料和半成品、配件、设备制造与维修、技术创新、人才培养等方面可以资源共享，相互配合，从而降低成本，提高效率。

在我国珠宝产业集聚区当地政府的大力支持下，珠宝产业逐步显现的集群化发展，已为珠宝产业提高综合竞争力，促进区域珠宝特色产业链的延伸与升级发挥了重要的作用。珠宝开发、经营逐渐跨越行业界限，建立合作联盟，实现强强联合、品牌合作。

目前，我国20个珠宝玉石首饰特色产业基地，特色鲜明，优势突出，无论是珍珠养殖、玉石雕刻还是首饰加工等，都为所在的城市或地区增添了经济和社会效益，也为珠宝产业的繁荣带来了生机。

一是以深圳罗湖、广州番禺等为代表的镶嵌加工类珠宝特色产业基地，聚集了大量的贵金属首饰镶嵌加工、钻石切磨以及配套产品生产企业，催生了一批龙头骨干企业，同时在当地政府的大力支持下，物流服务、信息服务、技术服务等配套支撑体系不断得以完善。

二是以内蒙古赤峰、辽宁阜新、辽宁岫岩、浙江青田、福州晋安、山东昌乐、江苏东海等为代表的资源依托型特色产业基地，充分依托当地的特色资源优势，发展玉石雕刻加工产业，成为当地居民就

业、致富的重要渠道。

三是以河南镇平和广东四会、平洲为代表的资源整合型特色产业基地。这些基地虽然没有玉石资源，但在当地政府的支持下，依靠人才、技术、基础设施、经营渠道的整合和资产重组，也形成了规模较大、享誉国内外的玉石雕刻加工和贸易基地。



四是以云南瑞丽、云南腾冲、福建莆田为代表的珠宝旅游型特色产业基地。这些地区依托良好的珠宝文化氛围，充分结合当地的旅游资源优势，形成了特色鲜明的珠宝旅游特色产业基地。

五是以浙江诸暨、苏州相城为代表的淡水珍珠特色产业基地。这些地区是我国淡水珍珠产业崛起和发展的直接推动者，珍珠文化底蕴深厚，珍珠养殖技术成熟，珍珠贸易活跃。

六是广西梧州的人工宝石特色产业基地。在政府的大力扶持下，广西梧州拥有了一支庞大的人工宝石切磨加工队伍，10万人的就业大军走上不断富裕的道路。

七是青岛城阳的流行饰品加工贸易特色产业基地。该地利用毗邻韩国的地理优势，大力发展以韩资为主的流行饰品加工贸易，也取得了良好的集群效应。

（五）标准化建设日趋完善

为了培育和规范珠宝玉石首饰市场，我国相继出台了一系列国家或行业标准，如《珠宝玉石 名称》、《珠宝玉石 鉴定》、《钻石分级国家标准》、《珍珠分级国家标准》、《钻石加工贸易单耗标准》及《金银饰品标识管理规定》、《首饰贵金属纯度的规定及命名方法》、《中国淡水珍珠标准样品》、《翡翠分级国家标准》等。

目前，有关方面正在进行红蓝宝石、白玉等分级标准和标样的制定工作。

这些标准的制定对于规范市场、促进和谐购销有着很重要的意义，有利于推动我国珠宝产业更加健康有序的发展。

2008年3月，全国珠宝玉石标准化技术委员正式成立，珠宝产业标准化建设将会加强，参与国际标准化交流、接轨将会加快。

在分享上述这些成就的同时，我们也要清醒地看到，我国的珠宝业仍然存在着尚需完善的地方。一是人才培养亟待加强。我国珠宝业从业人员有300多万人，其中受过正规培训的仅为1%，包括管理、设计、营销在内的各个环节的高端人才尤其十分匮乏，成为制约产业发展的瓶颈。人才培养的速度落后于市场吸纳的速度，人才培养的适用性方面，则有更多的工作要做。二是市场竞争还有不规范的地方，如低层次的价格战时常出现，由此导致了虚假打折、质价不符等现象的发生。三是我国珠宝行业标准的建

设相对于珠宝产业发展来说相对滞后。

三、未来

珠宝产业的发展，依赖于经济实力的增长、社会消费水平和信心的提高。随着科学发展观的全面落实，全面建设小康社会目标的逐步实现，我国国内珠宝市场需求将逐步增大。而随着全球贸易一体化的发展，国际与国内接轨步伐的加快，国内珠宝企业到国外拓展市场的空间也越来越大。应该说，我国珠宝产业正在面临着一个十分有利的发展机遇。

我国GDP连续多年高速增长，即使在应对国际金融危机的困难之年仍然实现了8%的增长率。2008年，我国居民存款余额21.79万亿元。2009年上半年，我国居民存款同比增幅29.66%。持续、快速增长的经济，惠及了广大的城乡居民，使得居民消费欲望和能力显著增强，这也为我国珠宝市场的繁荣和产业发展奠定了坚实的基础。我国政府为鼓励和发展珠宝玉石首饰行业，先后出台了不少有利的政策措施。关税总水平不断降低，已从2001年12月的15.3%下调到2007年的10%左右。上海钻石交易所、上海黄金交易所先后运行，黄金、白银等贵金属及其制品市场全面开放，钻石进口环节增值税大幅降低。珠宝特色产业基地政府加大对当地珠宝产业发展的扶持力度，因地制宜给了许多优惠政策。中国珠宝玉石首饰行业协会作为行业组织，积极开展调研工作，反映企业诉求，以促进珠宝产业持续、健康、快速的发展。在我国这样一个又好又快的经济发展的大环境下，在我国政府不断调整和完善产业政策的保障下，我国的珠宝产业必将保持着持续、快速增长的态势。

（一）珠宝产业国际化

随着经济全球化的不断发展，面对两种资源、两个市场，我国珠宝产业也全面走向了竞争与合作的国际化。从珠宝玉石首饰资源到珠宝首饰生产加工，从珠宝产品市场的拓展到人才、信息的交流，国际间的竞争与合作已经延伸到珠宝产业链条中各个环节。

我国钻石、祖母绿、高档红蓝宝石等宝石资源，铂金、钯金等贵金属资源都十分稀缺，市场需求基本上依赖进口。巴西的水晶、波罗的海沿岸国家的琥珀、俄罗斯的白玉、泰国的有色宝石、意大利的金饰、法属波利尼西亚的珍珠等也纷纷进入中国市场。中国珍珠产量大、质量好，人工宝石合成与切磨技术好、成本低，在国际市场极具竞争优势，出口量逐年增加。

我国珠宝业以其精湛的加工工艺和丰富的劳动力资源，成为世界珠宝的加工厂。每年仅钻石的加工贸易产值就超过10亿美元。

我国巨大的市场潜力和不断完善的市场运行机制，吸引了众多的国外珠宝企业。一些国际知名的珠宝品牌，纷纷落户我国终端市场。我国的消费者在国内就可以买到他们需要的世界顶级珠宝品牌的产品。我国一些品牌企业也不再满足于长期为国外品牌做贴牌产品，而是凭借精湛的工艺、中国元素的设