

2023 年中国珠宝行业发展报告



中国珠宝玉石首饰行业协会

2024 年 3 月



关于本报告的说明

编制单位：中国珠宝玉石首饰行业协会

编制目的：本报告是中国珠宝玉石首饰行业协会对上一年度行业经济运行情况进行系统调研分析之结果，用于本协会会员单位、行业企业内部交流，不公开出版发行。

数据信息：本报告数据信息来源于：（1）政府部门、专业机构的公开数据；（2）编制单位通过调研自行采集的行业企业或相关单位的信息；（3）编制单位自有数据库历史资料。

鉴于相关原始数据采集、统计和测算方法及其他因素，（1）本报告一些数据或观点、结论可能与业者个体实际感受存在某种程度的偏差；（2）编制单位无法承诺本报告中所有数据信息均能一一回溯并与市场个体的相关指标互相验证；（3）在报告编纂过程中，基于实际情况，编者可能会对行业上一年度或过往的某些历史数据进行修正。

关于版权：本报告版权归其编制单位中国珠宝玉石首饰行业协会所有。未经版权所有者书面同意，任何单位或个人不得复制本报告用于公开出版或其他商业目的。只有基于评论或报道宣传之目的，可以部分引用本报告内容和数据图表，但必须注明引文出处和它的版权所有者。

致 谢：上海钻石交易所、中国黄金协会、中国黄金报社、世界黄金协会、国际铂金投资协会、浙江省珍珠行业协会等国内外专业机构为本报告提供了数据支持。

邮 箱：gaccyb@jewellery.org.cn



目 录

前 言	1
一、2023 年中国珠宝行业总体发展状况	4
1. 珠宝零售市场：逆势上扬，市场规模创新高	4
3. 全国珠宝零售门店：头部品牌加速扩张，港股增长步伐放缓	11
4. 人力资源方面：技能需求变革，就业机会增长	12
5. 珠宝电商：增速超 40%，成为行业新的增长极	12
6. 创新：研发活动趋于谨慎，但动力不减	13
二、2023 年我国主要珠宝品类市场发展情况	14
1. 黄金市场发展概况	14
2. 钻石市场发展概况	15
3. 玉石市场发展概况	15
4. 彩色宝石市场发展概况	16
5. 珍珠市场发展概况	17
6. 铂金市场发展概况	17
7. 白银市场发展概况	18
三、2023 年珠宝上市公司发展情况	19
1. A 股上市公司	19
2. 港股上市公司	20
四、趋势展望及 2024 年关注重点	22
1. 强弱项、补短板，促进市场均衡发展和消费持续繁荣	22
2. 集中力量做强、做大、做长珍珠、培育钻石等民族产业	23
3. 加强珠宝电商领域的自律规范建设，为可持续健康发展保驾护航	23
4. 加强珠宝特色产业基地建设，推动产业集群间共生一体化发展	24



前 言

今年的《政府工作报告》指出，2023年，面对多重困难挑战交织叠加，我国经济波浪式发展、曲折式前进，实现了经济总体回升向好，国内生产总值增长5.2%，居世界主要经济体前列；现代化产业体系建设取得重要进展，科技创新实现新的突破，改革开放向纵深推进……不仅实现了全年预期发展目标，许多方面还出现积极向好变化。

在此背景下，2023年，我国珠宝产业取得了怎样的成绩，存在哪些不足和短板？在阔步前行的路途上又面对着怎样的艰难险阻，经历了怎样的跌宕起伏？肩负着我国珠宝行业“深化改革的推动者、高质量发展的引领者、诚信自律的维护者、社会责任的建设者”的重大责任和历史使命，中国珠宝玉石首饰行业协会于每年的春暖花开之季，乘着全国两会的东风，会定期发布《中国珠宝行业发展报告》（以下简称《报告》），是代表全行业慎始如终交出的一份完整答卷。

《2023年中国珠宝行业发展报告》的调研与编纂工作，自启动之日起，就将“贴近实质、探寻本质、把握规律”作为最高指导原则。经过为期三个多月的深入调研、大量的数据采集和系统的分析比对，《报告》对我国珠宝行业2023年总体发展状况、各细分领域的具体情况，以及显现的年度特征、问题和原因予以了较为清晰的呈现。

回顾过去的一年，珠宝市场虽然较往年振荡有所加剧，但全年依然实现了14%的高增长，市场规模一举站上了8000亿元的关键点位，距离万亿级的超大规模目标再进一步。诚然，如



此显著的成绩与一些珠宝业者的切身感受可能存在某种程度的偏差，也可能与市场某一隅的现实状况不完全吻合。但我们认为，出现总体与局部的落差、细分市场之间的差异、过去与当下的反差，并非数据打架或逻辑本身的谬误，而是其表象之下隐伏着一个更深刻的问题，即珠宝行业周期性和结构性问题在近几年正逐渐叠加、并存。

显然，如果这个判断成立，那么珠宝行业未来的发展可能面临更加纷繁复杂的局面。而这无疑需要我们用更多的办法、尽最大的努力，由表及里地去触摸构成市场发展与变化的内在肌理，去探寻推动增长的本质因素和内生动力。唯有如此，才能让《报告》和数据更真实地反映实际、指导实践，从而更进一步廓清市场迷雾，扫清行业困惑，明晰前进方向。

本《报告》编写组

2024年3月



劈波斩浪稳健增长 扬长补短向“新”而行

——2023 年中国珠宝行业发展报告

2023 年，是全面贯彻党的二十大精神开局之年，是三年新冠疫情防控转段后经济恢复发展的一年。面对复杂严峻的国际环境和艰巨繁重的国内改革发展稳定任务，在以习近平总书记为核心的党中央的坚强领导下，在全国上下共同努力下，我国经济顶住压力砥砺前行，总体恢复向好，高质量发展扎实推进，全面建设社会主义现代化国家迈出坚实步伐。

国家统计局发布的 2023 年经济社会发展数据显示，我国全年国内生产总值（GDP）超过 126 万亿元，比上年增长 5.2%，实现了 5%左右的预期目标。我国对世界经济增长贡献率有望超过 30%，仍是全球经济增长重要引擎。

全年全国居民人均可支配收入 39218 元，比上年增长 6.3%，扣除价格因素，实际增长 6.1%，与经济增长基本同步。全年全国居民人均消费支出 26796 元，比上年增长 9.2%，扣除价格因素，实际增长 9.0%，名义和实际增速分别快于上年 7.4 和 9.2 个百分点，消费市场持续恢复回升。

回顾过去的一年，我国珠宝行业面对市场较为剧烈的振荡，积极调整策略，控风险、保增长；紧紧聚焦新兴消费群体、新观念、新需求，强弱项、补短板；注重量的合理增长和质的稳步提升，市场规模一举突破 8000 亿元大关，进出口贸易持续强劲，创新研发更趋稳健，上市公司盈利水平进一步提高，电商渠道成为新的增长极，市场应变更加灵敏。全行业经受住了大



风大浪的严峻考验，高质量发展进入了行稳致远的新航程。

一、2023 年中国珠宝行业总体发展状况

2023 年，我国珠宝行业稳步增长，主要表现为：零售市场及进出口均创历史新高、主要品类市场表现差异明显、上市公司营收大幅改善、珠宝电商增势强劲、创新研发趋于审慎但动力不减。具体来看：

1. 珠宝零售市场：逆势上扬，市场规模创新高

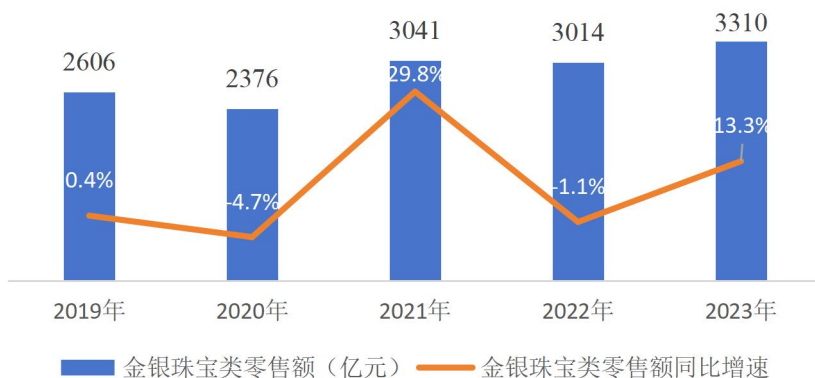
国家统计局数据显示，2023 年社会消费品零售总额 471495 亿元，比上年增长 7.2%。其中，限额以上单位金银珠宝类零售额 3310 亿元，同比增长 13.3%，创历史新高（见图 1）。

2023 年以来，随着经济社会全面恢复常态化运行，扩内需、促消费政策发力显效，消费潜力不断释放。其中，金银珠宝类的消费增速处于领跑地位。横向看，2023 年限额以上单位金银珠宝类零售额增速位居除餐饮外的全部社消品首位，远高于社会消费品零售总额 7.2% 的平均水平（见图 2）。纵向看，2023 年限额以上单位金银珠宝类零售额增速居于近十年来第二高位（见图 3），仅次于 2021 年 29.8% 的增速。

在经济增长放缓或不确定性增加的背景下，人们更加趋于理性消费、更加重视家庭资产配置的安全可靠。上述数据进一步表明，相对于其他消费品，金银珠宝不仅能美化生活，其较强的财富保值、分散投资风险、守护财产安全的功能也受到了越来越多消费者的认可。另一方面，珠宝行业在款式设计、工艺材质、文化营销、消费体验等方面不断加大力度，也成为消费增长的重要驱动力。

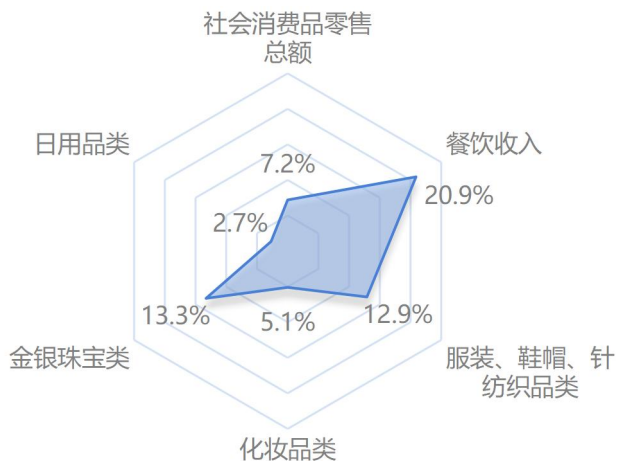


图 1. 2019–2023 年限额以上金银珠宝类零售额及其增长速度



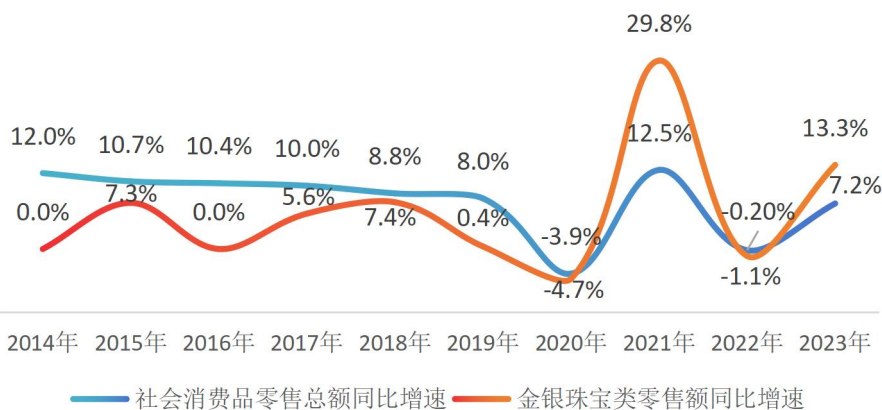
(数据来源: 国家统计局)

图 2. 2023 年部分消费类型零售额同比增幅



(数据来源: 国家统计局)

图 3. 2014–2023 年社会消费品零售总额及限额以上金银珠宝类零售额增速



(数据来源: 国家统计局)



市场总规模方面：根据中宝协对珠宝行业全品类综合统计，按销售额计算，2023年我国珠宝玉石首饰产业市场规模约8200亿元，同比增长14%（见图4）。其中，黄金产品市场规模约5180亿元，约占整个珠宝市场的63%；钻石产品市场规模约为600亿元，占比约8%；玉石产品市场规模约为1500亿元，占比约18%；彩色宝石产品市场规模约为310亿元，占比约4%；珍珠产品市场规模约为350亿元，占比约4%；铂金及白银产品市场规模约为70亿元，占比约1%；流行饰品及其他品类市场规模共计约190亿元，占比约2%（见图5）。

图4. 2019-2023年中国珠宝首饰产业市场规模（单位：亿元）

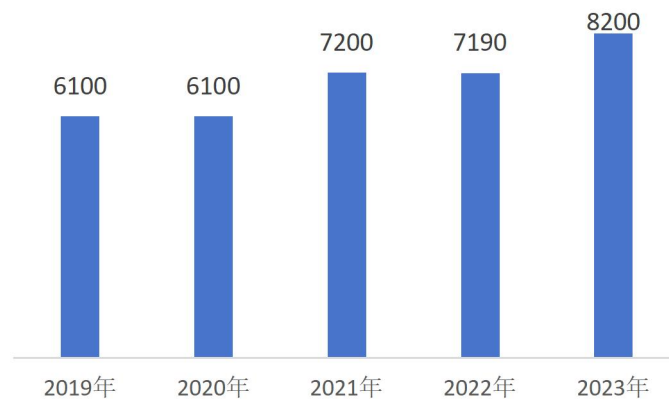
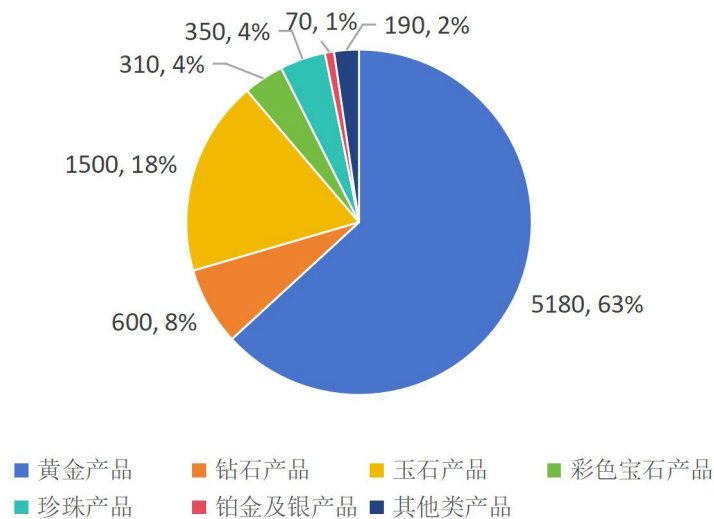


图5. 2023年中国珠宝首饰行业市场细分品类市场规模（单位：亿元）及占比





2. 珠宝国际贸易：进出口双增，再创历史新高

海关总署数据显示，2023年我国珠宝行业进出口总额为1453.34亿美元，同比增长8.62%，创历史新高（见表1）。其中，出口总额为313.28亿美元，进口总额为1140.06亿美元，分别增长4.08%和9.94%，连续三年实现出口进口双增长。可以看出，我国珠宝行业在全球市场上的竞争力仍然强劲，在国际供应链中的地位依然稳固。

表1. 2014-2023年中国珠宝行业进出口数据统计（单位：亿美元）

年份	类别	出口		进口		进出口	
		总额	同比	总额	同比	总额	同比
2014	天然或养殖珍珠、宝石或半宝石、贵金属、包贵金属及其制品；仿首饰；硬币	632.01	25.7%	418.94	128.1%	1050.95	53.15%
2015		309.09	-51.09%	968.02	131.06%	1277.11	21.52%
2016		219.20	-28.6%	799.40	-17.2%	1018.60	-20.24%
2017		179.83	-17.3%	652.50	-17.7%	832.33	-18.29%
2018		197.32	9.7%	780.53	19.6%	977.85	17.48%
2019		204.33	3.7%	602.72	-22.7%	807.05	-17.47%
2020		184.41	-10.5%	317.50	-47.5%	501.91	-37.81%
2021		293.34	59.1%	774.17	143.9%	1067.51	112.69%
2022		300.97	2.7%	1037.01	33.9%	1337.98	25.34%
2023		313.28	4.08%	1140.06	9.94%	1453.34	8.62%

（数据来源：海关总署）

分品类来看，一些主力品类的进出口表现差异较大（见表2）。其中，2023年我国黄金进出口额均实现两位数增长，进口额增至919.16亿美元，依然占据各珠宝品类进口额的首位，占比达80.62%，比上一年度增长6.7个百分点。值得注意的是，宝石或半宝石近年来进口出现剧烈振荡，2021年至2022年进口额均



大幅增长，2023 年则出现近 73% 的大幅下滑；人工宝石出口额和进口额在连续多年增长后，2023 年有所回落，分别下降 25.69% 和 8%；铂金品类（含电子、汽车等工业用铂金）出口增幅最大，达 453.33%。

表 2. 2019-2023 年中国各珠宝品类进出口数据统计（单位：亿美元）

商品	出口						进口					
	2019 总值	2020 总值	2021 总值	2022 总值	2023 总值	同比	2019 总值	2020 总值	2021 总值	2022 总值	2023 总值	同比
黄金	8.20	35.43	31.46	32.81	38.91	18.59%	437.22	114.17	472.79	766.54	919.16	19.91%
钻石	16.75	11.07	22.74	22.17	19.35	-12.72%	77.91	59.45	98.87	84.77	59.72	-29.55%
银	13.41	24.69	37.44	27.67	30.5	10.23%	10.67	13.67	17.05	11.12	11.76	5.76%
铂	0.86	2.82	0.14	0.15	0.83	453.33%	36.68	79.76	100.11	76.50	63.99	-16.35%
珍珠	0.37	0.16	0.40	0.56	0.49	-12.5%	0.3	0.21	0.60	0.73	0.52	-28.77%
宝石或半宝石	0.98	0.58	0.89	1.73	1.74	0	5.59	3.66	15.13	45.85	12.51	-72.72%
人工宝石	2.62	4.01	7.09	8.37	6.22	-25.69%	1.42	1.52	1.77	2.00	1.84	-8%
镶嵌首饰	132.29	79.86	144.86	156.24	143.49	-8.16%	23.84	36.83	57.26	42.36	52.88	24.83%
金银器	2.02	2.55	4.5	2.68	3.87	44.4%	0.18	0.12	0.14	0.15	0.25	66.67%
仿首饰	18.8	16.49	36.12	41.07	47.17	14.9%	4.45	3.40	3.55	3.31	3.08	-6.95%
各类贵金属、贱金属材料	1.51	2.96	3.75	3.13	2.11	-32.59%	0.78	0.64	0.57	0.53	0.42	-20.75%
其他制品及硬币	4.94	3.77	3.95	4.36	18.59	326.38%	3.67	4.07	6.33	3.14	13.93	343.63%
总计	204.33	184.41	293.34	301	313.28	4.08%	602.72	317.5	774.17	1037	1140.06	9.94%

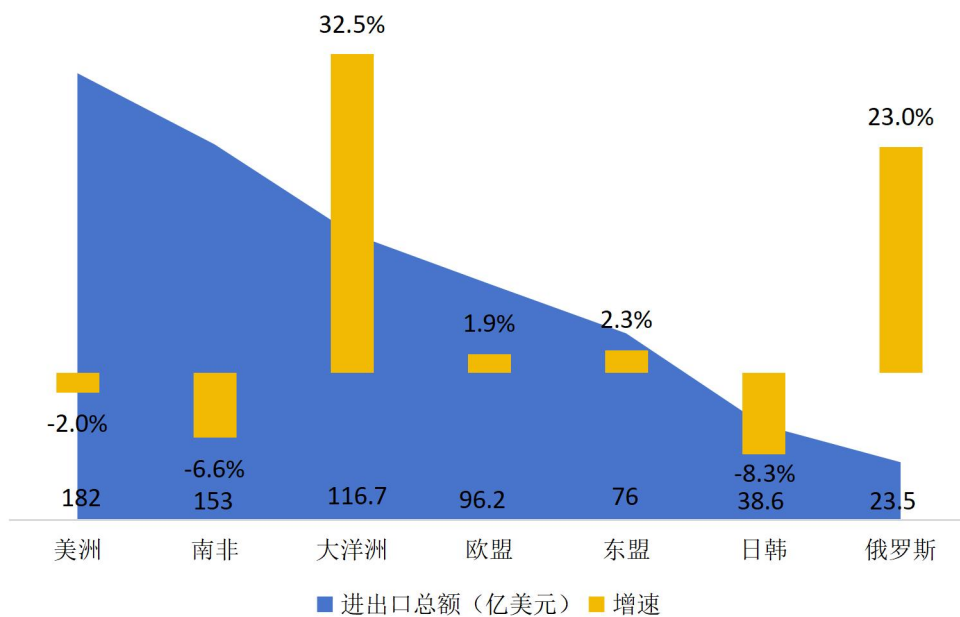
（数据来源：海关总署）

从贸易伙伴来看，美洲（主要为美国、加拿大、智利、巴西、阿根廷）、南非、大洋洲（主要为澳大利亚、新西兰）、欧盟、东盟和日本、韩国、俄罗斯等国家和地区是我国珠宝行业重要的贸易伙伴。2023 年，我国对美洲进出口总额高达 182 亿美元，受进口额小幅下滑影响，进出口总额同比下降 2%；与



欧盟的双边贸易依旧保持稳定，实现 1.9% 的小幅增长；对东盟的出口增幅由上一年的 91.3% 回落至 2023 年的 33.3%；与大洋洲各国双边贸易持续走高，进出口总额同比大涨 32.5% 至 116.7 亿美元。从单一国家来看，南非依然是我国珠宝进口的主要贸易国，进口额虽有 6.6% 的小幅下降，但贸易总额依然保持在 150 亿美元以上，总体稳定；而同为亚洲的日韩两国与我国的珠宝贸易则呈相反走势，进出口自 2021 年起连续下降至 2023 年的 38.6 亿美元，同比下滑 8.3%；与俄罗斯的双边贸易均实现正增长，进出口总额涨幅达 23.0%。（见图 6-图 8）

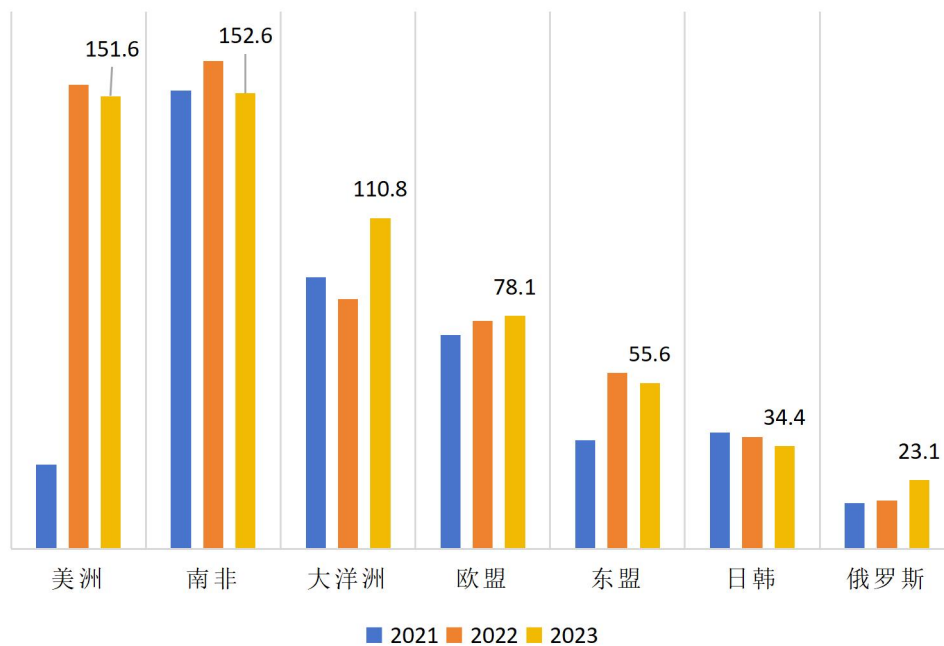
图 6. 2023 年中国-部分国家和地区金银珠宝类商品进出口数据



（数据来源：海关总署）

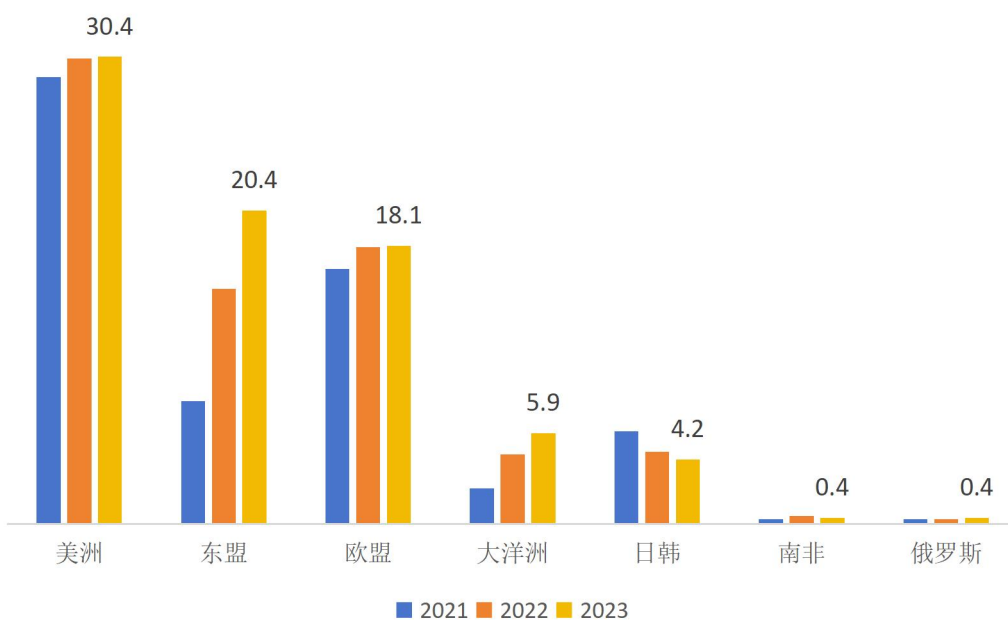


图 7. 2021-2023 年中国-部分国家和地区金银珠宝类商品进口数据（单位：亿美元）



（数据来源：海关总署）

图 8. 2021-2023 年中国-部分国家和地区金银珠宝类商品出口数据（单位：亿美元）



（数据来源：海关总署）



3. 全国珠宝零售门店：头部品牌加速扩张，港股增长步伐放缓

截至 2023 年 6 月 30 日，A 股 13 家上市公司共计开设门店 23632 家，较 2022 年末合计净增 446 家，与上一年同期增量 440 家基本持平，其中，仅豫园股份上半年就净增店铺 327 家。根据部分已公布的 2023 年末数据，周大生和潮宏基门店数量增幅均远超上一年度。其中，周大生突破 5000 家，共有门店为 5106 家，全年净增 490 家；潮宏基共有门店 1404 家，全年净增 246 家。（见表 3）

港股方面，周大福和六福集团 2023 年全年门店增量均有所放缓。其中，周大福截至年末在内地共开设 7501 家门店，较 2022 年末净增 485 家；六福集团截至年末在内地共有 3266 家门店，较 2022 年末净增 267 家。（见表 4）

表 3. A 股上市公司 2023 年中报及年度业绩预报披露的门店数量

公司名称	2022. 6. 30		2022 年末		2023. 6. 30		2023. 12. 31	
	总店数	半年净增	总店数	全年净增	总店数	半年净增	总店数	全年净增
老凤祥	5055	110	5609	664	5631	22	—	—
周大生	4525	23	4616	114	4735	119	5106	490
豫园股份	4249	268	4565	584	4892	327	—	—
中国黄金	3749	28	3642	-79	3660	18	—	—
潮宏基	1098	22	1158	82	1218	60	1404	246
明牌珠宝	1001	71	975	45	1013	38	—	—
莱绅通灵	519	-27	507	-39	464	-43	—	—
萃华珠宝	512	-4	509	-7	484	-25	—	—
迪阿股份	552	91	688	227	676	-12	—	—
曼卡龙	209	3	210	4	209	-1	—	—
菜百股份	64	6	70	12	74	4	—	—
*ST 金一	126	126	127	-19	114	-13	—	—
*ST 爱迪	609	-131	510	-230	462	-48	—	—
合计	22268	440	23186	1358	23632	446	—	—



表 4. 周大福、六福集团、周生生 2023 年中/末在内地门店数量

公司名称	2022. 6. 30		2022. 12. 31		2023. 6. 30		2023. 12. 31	
	总店数	半年净增	总店数	全年净增	总店数	半年净增	总店数	全年净增
周大福	——	——	7016	1514	——	——	7501	485
六福集团	——	——	2999	316	——	——	3266	267
周生生	803	28	874	99	911	37	——	——

4. 人力资源方面：技能需求变革，就业机会增长

随着珠宝行业的不断增长，特别是零售门店数量的增加和线上销售渠道的扩展，对专业销售、市场营销、首饰设计、宝石鉴定和加工制造等领域专业人才的需求持续增长，也为人才就业创造了更多机会。

另一方面，由于新技术、新模式不断涌现，对专业人才也提出了更多的技能要求。特别是，包括 3D 打印、人工智能设计、数控制造、电商运营等在内的新科技在珠宝行业的应用日益广泛和深入，对复合型技能人才的需求也越来越大；同时，面对消费者日益高涨的个性化、高品质和迅速迭代变化的需求，对行业产品设计、品牌管理、销售、客户维护等传统岗位也提出了更高的要求。

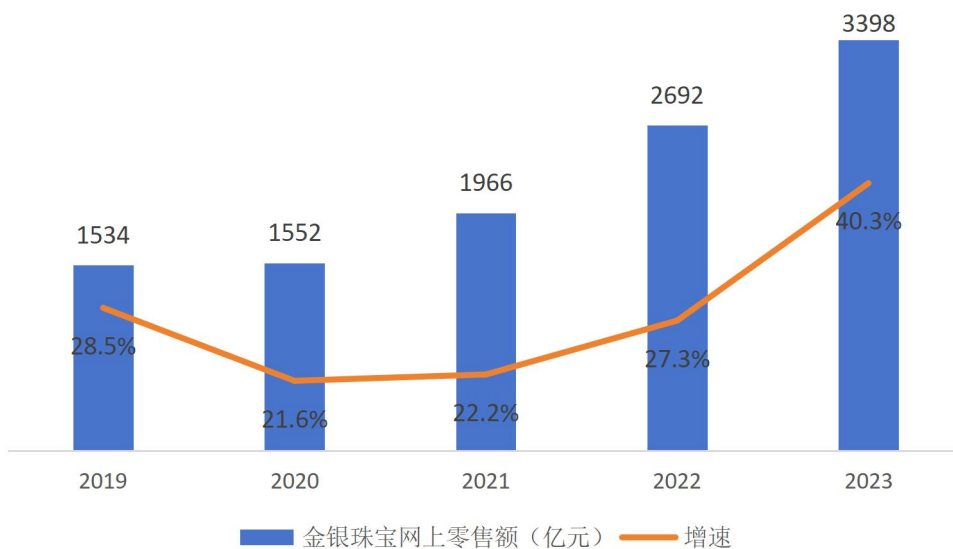
5. 珠宝电商：增速超 40%，成为行业新的增长极

2023 年，我国珠宝电商销售额约为 3398 亿元，同比增长 40.3%（见图 9）。国家统计局数据显示，2023 年全国网上零售额达 15.4 万亿元，同比增长 11%。其中，实物商品网上零售额为 13 万亿元，同比增长 8.4%，占社会消费品零售总额的比重为 27.6%。在商务部重点监测的 18 类商品中，2023 年有 6 类商品零售额增速超过两位数，其中金银珠宝类商品以 40.3% 的增速领先于其他商品。值得注意的是，近五年来，金银珠宝类商品网



上零售额年均增速达 28.0%，远高于线下实体店的增速，显示了强劲且充沛的活力，成为驱动珠宝行业近几年持续增长的重要引擎。

图 9. 2019–2023 年金银珠宝类商品网上零售额及增速



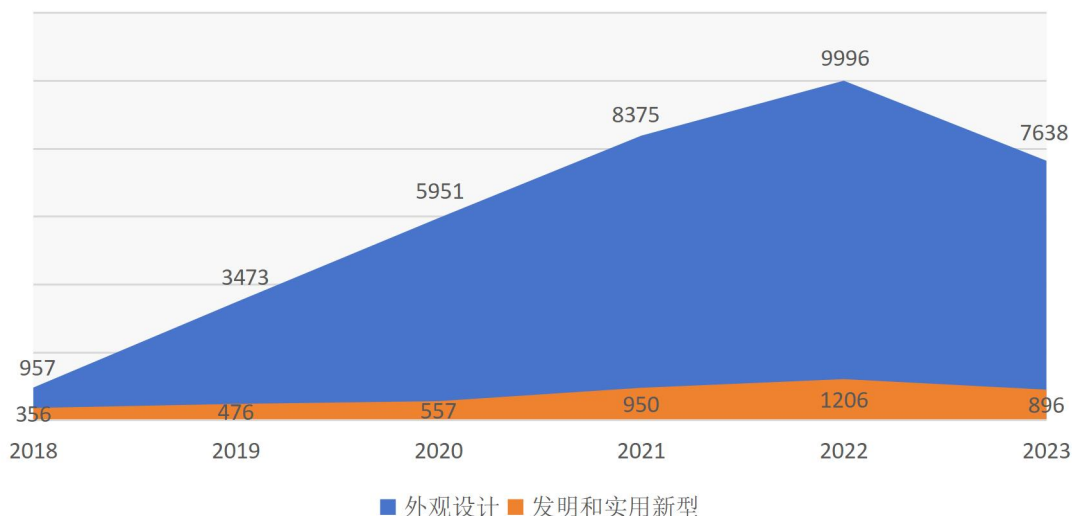
(根据商务大数据监测数据整理)

6. 创新：研发活动趋于谨慎，但动力不减

通过对多个专利数据库的检索分析，2023 年我国珠宝行业有关的外观设计、发明和实用新型三种类别的有效专利总数较上一年度下降 23.82%，为 8534 件，但总量仍高于过去 5 年的平均值，依然稳居高位。其中，外观设计专利 7638 件，同比下降 23.59%；发明和实用新型专利 896 件，同比下降 25.70%（见图 10）。这在一定程度上表明，珠宝企业基于当下的生产经营压力和对未来的预期，对创新研发的投入趋于审慎；同时，这也符合创新强度与行业发展周期基本同频的规律，在经历了连续多年的高增长之后，珠宝行业可能正进入一个调整修复期，在转向高质量发展进程中，创新不仅要数量，更要质量。



图 10. 2018-2023 年珠宝首饰类外观设计、发明和实用新型专利数量



(数据来源：中国知识产权网专利申请云服务平台、专利汇、企知道)

二、2023 年我国主要珠宝品类市场发展情况

1. 黄金市场发展概况

据中宝协统计，2023 年我国黄金产品市场规模约为 5180 亿元，同比增长约 26%。

据中国黄金协会统计，2023 年我国自产和进口原料黄金共计 519.289 吨，同比增长 4.31%。在需求方面，2023 年，我国黄金消费量 1089.69 吨，同比增长 8.78%，其中，黄金首饰 706.48 吨，同比增长 7.97%；金条及金币 299.60 吨，同比增长 15.70%；工业及其他用金 83.61 吨，同比下降 5.50%。

上海黄金交易所 Au9999 黄金全年加权平均价格较上一年上涨 14.97%，达 449.05 元/克，创历史新高，这也是全年黄金产品市场规模大幅增长的重要带动因素。

世界黄金协会有关报告指出，在金价屡创新高的情况下，2023 年全球金饰需求量仅增加了 3 吨，但受益于中国经济复苏和金饰需求强劲，使得全球金饰市场在金价高企和印度同比下



降 6%的情况下仍保持了总体平稳，显示了惊人的韧性，这也让中国成为全球黄金市场最重要的增长驱动引擎。

2. 钻石市场发展概况

据中宝协统计，2023 年我国钻石产品市场规模约为 600 亿元，同比下降约 27%。

根据上海钻交所海关统计数据，2023 年 1-12 月上海钻交所钻石交易总额 31.09 亿美元，同比减少 29.7%；钻石交易量 1077.12 万克拉，较去年同比增长 61.8%。其中一般贸易项下成品钻进口量 84.11 万克拉，同比上年减少 47.7%；进口额 7.91 亿美元，同比下降 58.5%。

IDEX 国际钻石指数显示，国际成品钻石价格指数在 2022 年 3 月达到十多年来的最高点之后开始下跌，至 2023 年 11 月已从峰值下跌了 32%，之后开始企稳回升。其中，大克拉、高品质的钻石价格相对稳定，而稀有的彩钻在过去十年其价格一直在上涨。总体而言，尽管出现了短期波动，但钻石价格仍处于历史较高水平。

培育钻石：2023 年，我国培育钻石产能与上一年基本持平，约为 900 万克拉。值得注意的是，随着培育钻石全球产能的不断提高，近两年培育钻石市场面临着激烈的价格竞争压力。从 2016 年开始，培育钻石价格出现直线下滑，已从 2016 年相当于天然钻石的 80%，下降到 2023 年 10%以下的水平。

3. 玉石市场发展概况

据中宝协统计，2023 年我国玉石产品市场规模约为 1500 亿元，同比增长约 2%。



2023年，玉石产品价格几乎全线上涨，普通玉料价格相对稳定，涨幅较小，而优质上等玉料价格涨幅显著。以高端翡翠手镯为例，百万元以上的高端货品，其价格涨幅在15%-30%左右。缅甸公盘作为翡翠行业的“风向标”，其行情走势对中国翡翠行业的影响至关重要。2023年，因疫情关闭三年后重启的缅甸公盘，其春、秋两季总计竞拍翡翠原石6195份、成交约4543份（成交总金额约20.78亿元），相较于2019年竞拍14784份、成交11158份（成交金额约75.57亿元），供应量和成交金额分别下跌58.09%和72.5%，由此可见，上游原石的出货量下降导致市场供需紧张的情况进一步加剧。

在电商渠道，玉石翡翠类商品的销售额继续稳步增长，成为玉石市场增长的重要引擎。虽然退货率居高不下且客单价低，但总体而言，相较于其他品类，玉石翡翠在电商渠道占有庞大体量，且火热旺盛的势头依然不减。

4. 彩色宝石市场发展概况

据中宝协统计，2023年我国彩色宝石市场规模约为310亿元，同比增长约11%。

根据中泰彩色宝石价格指数，过去一年，我国彩色宝石市场总体呈上扬态势，但市场的两极分化则日趋明显。优质、高端的彩色宝石由于其资源短缺、较高的投资避险优势，导致市场供不应求的局面进一步加剧，其价格涨幅较大；中低端彩色宝石虽然由于悦己型消费需求增加和电商直播的带动，其需求量不断增加，但总体上价格相对稳定。

分品类看，红宝石中，“鸽血红”颜色依然占据主导地位，



其价值持续受到市场认可，价格持续上涨。对于蓝宝石，蓝色系列蓝宝石依然占据市场主流地位，且其份额不断扩大；值得注意的是，彩色蓝宝石虽然所占份额较低，但其增速显著加快。高品质祖母绿需求强劲，以3克拉以内的为主流。尖晶石作为一个色彩丰富的宝石品种，深受人们喜爱，其中红色尖晶石多年来一直需求强劲，而顶级品质的尖晶石，由于供应无法满足不断增长的需求，导致其价格持续上涨。水晶随着直播、跨境电商等渠道的快速崛起，市场表现更加活跃。

5. 珍珠市场发展概况

据中宝协统计，2023年我国珍珠市场规模约为350亿元，同比增长约46%。

近三年来，珍珠市场规模持续增长，三年平均增速为34.2%。价格方面，淡水珠普通品类价格上涨幅度达30%-50%，而更受市场欢迎的一些品类，其售价甚至上涨80%；颜色方面，白色依然占主导，市场占比进一步增加至88%；直径大小方面，2023年以小尺寸为主，其中4mm-8mm珍珠占比高达43%，小于4mm的米珠也显著增加。总体来看，受益于全球珍珠市场逐步升温，中国作为全球最大的珍珠市场之一，近年来线上线下全渠道销售的持续走高，在全球珍珠市场上可谓“风景独好”。

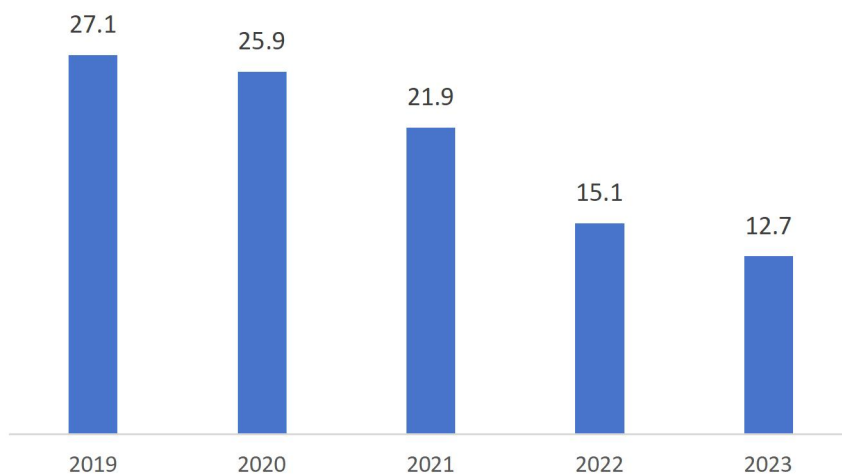
6. 铂金市场发展概况

中宝协结合国际铂金投资协会等相关机构的数据统计，2023年，我国铂金消费量为12.7吨，下降约16%（见图11），全球占比也下降至22%，按销售额计算为34.3亿元，下降约12%。2023年，全球铂金首饰需求则同比下降3%，为57.5吨（见图



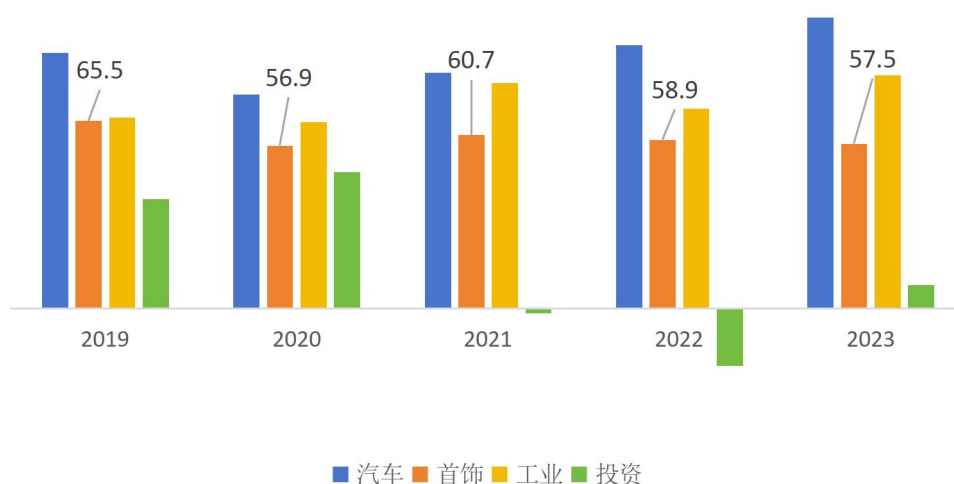
12)。

图 11. 2019–2023 年中国铂金首饰需求（单位：吨）



（数据来源：国际铂金投资协会）

图 12. 2019–2023 年全球铂金需求分布（单位：吨）



（数据来源：国际铂金投资协会）

7. 白银市场发展概况

2023 年，我国银饰市场规模较上一年度显著增长，销售额约为 36 亿元。2023 年，全球银饰及银器需求量同比下降 28% 至 6874 吨。其中，全球除印度之外的国家 2023 年银饰需求量略有



上涨，而银器需求则有所下降。

三、2023 年珠宝上市公司发展情况

1. A 股上市公司

2023 年前三季度，12 家目前处于平稳经营状态的 A 股珠宝上市公司营收总额为 1896.65 亿元，同比增长 17.11%（见图 13）。利润方面，2023 年前三季度 A 股珠宝类上市公司归属于股东净利润总计为 77.16 亿元，同比增长 33.96%，而上一年利润增幅则为-18.36%（见图 14），充分说明珠宝上市公司的盈利状况大幅改善，品牌溢价能力进一步提高。值得注意的是，2023 年，12 家珠宝上市公司中有 10 家利润实现正增长，其中，豫园股份、萃华珠宝同比分别增长 186.14%和 167.76%，菜百股份、明牌珠宝同比增幅均超 60%。

图 13. A 股珠宝上市公司 2019 年-2023 年前三季度营业收入（亿元）及对比

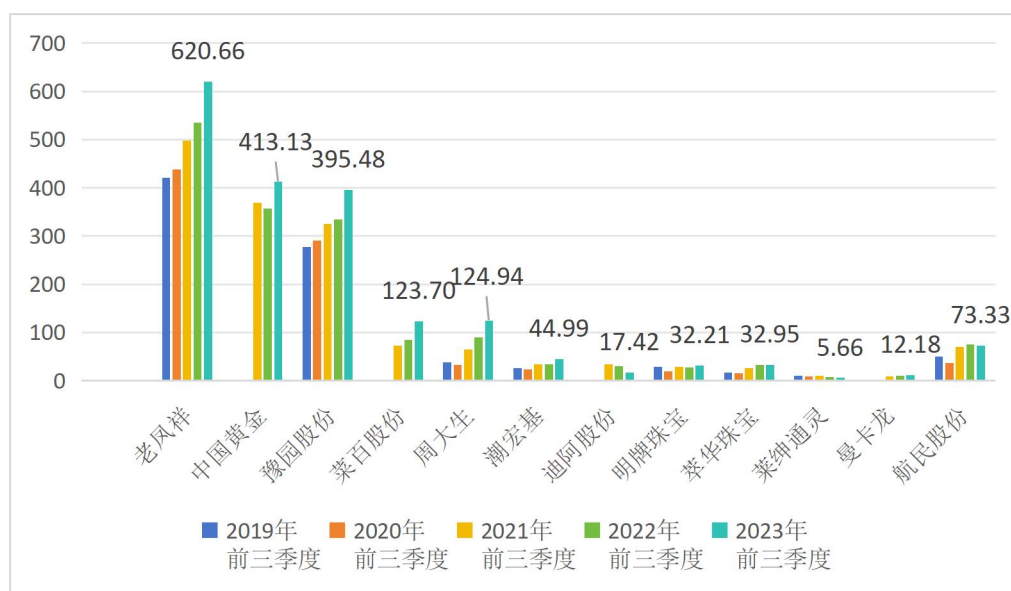
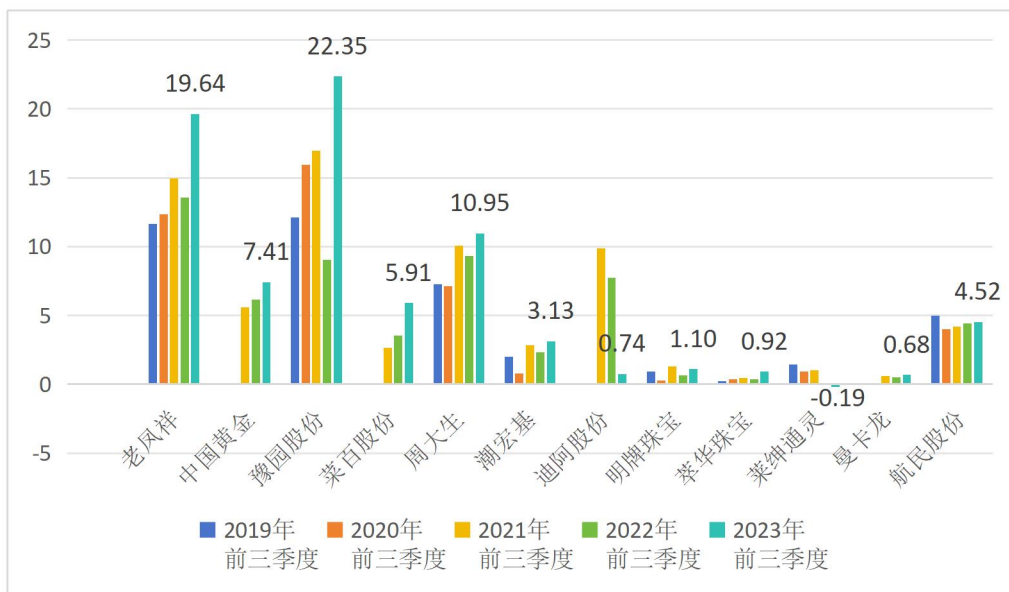




图 14. A 股珠宝上市公司 2019 年-2023 年前三季度归属于上市公司股东的净利润对比
(单位: 亿元)



截至 2024 年 3 月 19 日, 从已发布 2023 年全年业绩预报的企业来看, 8 家企业中有 6 家盈利实现正增长 (见表 5), 归属于上市公司股东的净利润大幅上涨。其中, 明牌珠宝、萃华珠宝增幅达 200% 左右。

表 5. A 股业绩预报企业 2019 年-2023 年归属于上市公司股东的净利润及同比增长率

公司简称	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年 (预报)	同比
老凤祥	14.08	15.86	18.76	17	22.14	30.23%
菜百股份	4.02	3.62	3.64	4.6	6.7~7.35	45.61%~59.74%
潮宏基	0.81	1.4	3.51	1.99	3.2~4	60.70%~100.88%
迪阿股份	2.64	5.63	13.02	7.29	0.6~0.9	-91.72%~-87.6%
明牌珠宝	0.58	-2.57	1.37	-1.63	1.5~2.2	192.29%~235.35%
萃华珠宝	0.37	0.29	0.34	0.48	1.2~1.69	151.01%~253.50%
莱绅通灵	1.52	1.04	0.38	-0.40	-0.76	-90%
曼卡龙	0.65	0.64	0.7	0.54	0.76~0.87	40%~60%

2. 港股上市公司

港股三大珠宝上市公司 2023 上半财年营业收入均实现正增



长，营业收入总额为 700.12 亿港元，同比增长 12.6%，增速加快 10 个百分点；利润方面，在上一年同比下降 6.39% 的情况下，港股企业 2023 上半财年归属股东应占溢利平均为 63.21 亿港元，同比增长 41.5%。总体而言，港股上市公司整体表现与 A 股上市公司基本一致。

图 15. 港股部分珠宝上市公司 2019/2020-2023/2024 上半财年营业收入对比
(单位：亿港元)

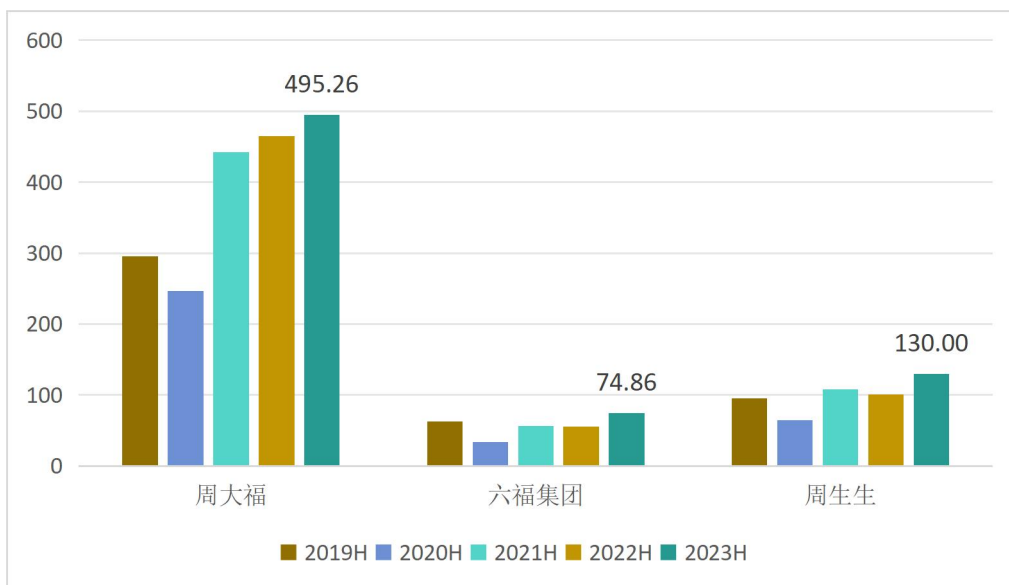
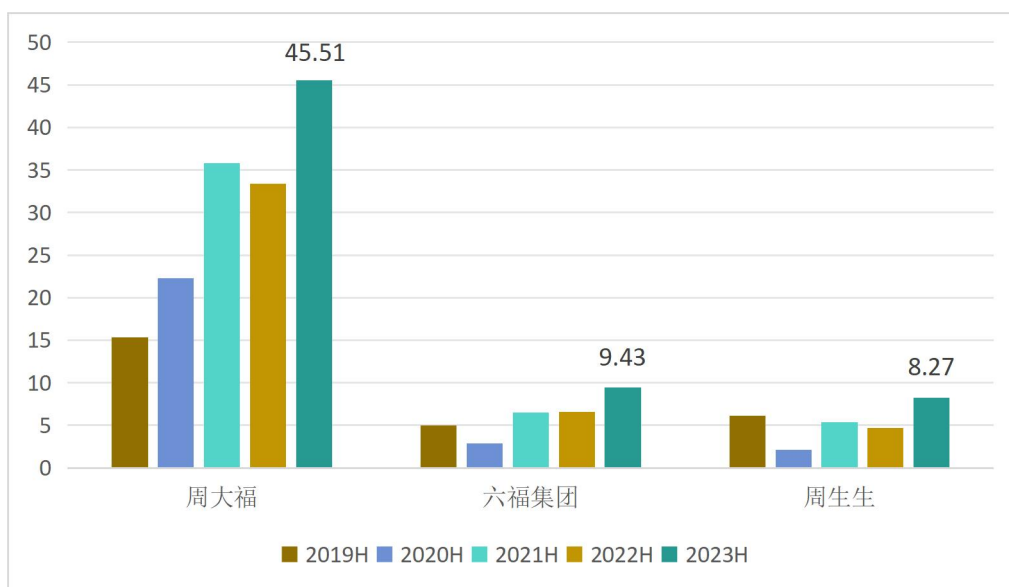


图 16. 港股部分珠宝上市公司 2019/2020-2023/2024 上半财年股东应占溢利对比
(单位：亿港元)





四、趋势展望及 2024 年关注重点

当前，我国发展进入战略机遇和风险挑战并存、不确定难预料因素增多的时期。今年，面对各种不确定风险，珠宝行业应保持总体谨慎稳健，避免盲目扩张，扎扎实实继续做好固长项、补短板、强弱项，着力在打通堵点、解决难点上下功夫；在供给侧要加快推动智能化、数字化建设，科学统筹产线布局、合理安排产能计划；在需求端要精耕细作新消费群体，在风险可控的前提下，适度超前谋划并布局符合新消费需求的创新项目或基础设施建设，着眼未来，积极培育市场新增长极。

1. 强弱项、补短板，促进市场均衡发展和消费持续繁荣

今年，珠宝行业要将“促消费、控风险、保增长”摆在更加突出的位置。针对近几年一些珠宝品类市场增速下降、线下实体店经营压力加大、资金链安全和库存风险上升等突出问题，全行业要进一步凝聚共识、形成合力、拿出切实有力举措。

一是，重塑天然钻石价值观，进一步丰富其文化内涵，加强消费者教育和引导，正本清源，推动天然钻石在新的市场格局中加快向中心地位的回归，更好地担当起利润主要贡献者的角色。

二是，以中泰彩色宝石价格体系建设为抓手，进一步提高彩宝指数对国际、国内市场趋势的科学预测和精准指导，畅通国际彩宝贸易渠道，推动彩宝产业链上下游供需平衡、价格平稳，降低各环节库存和经营风险。

三是，从设计、工艺、文化、营销等多维度持续加大黄金产品的创新研发，进一步提高其附加值，让黄金产品在发挥好



珠宝市场稳定之锚的同时，也能为珠宝行业整体提高盈利水平发挥更大作用。

四是，积极推动以高级珠宝为代表的投资收藏市场的发展。在不确定性风险与传统投资产品、主流资本市场投资收益下降相叠加的现实环境下，珠宝行业应锚定高资产净值群体的消费和投资偏好，加强对高级珠宝、名匠艺术品和贵重宝石的投资功能设计，构建并完善价值评估、交易、流通、变现等市场机制，积极有序推动高级珠宝投资收藏市场的发展。

2. 集中力量做强、做大、做长珍珠、培育钻石等民族产业

我国珠宝产业在上游原材料领域国际依存度高、话语权低，对我国珠宝产业链/供应链的安全、稳定产生不利影响。在不断提升上游原料供给安全保障力度的同时，要重点扶持发展珍珠、培育钻石等行业的国际竞争力，要充分发挥我国在珍珠和培育钻石领域强大的产能优势，通过“补链强链计划”，打造珍珠和培育钻石更高效、更有国际竞争力的产业链/供应链，将定价权、发展主导权和产业链安全牢牢掌握在我们自己的手中。

3. 加强珠宝电商领域的自律规范建设，为可持续健康发展保驾护航

近几年，珠宝线上消费的持续高涨，促使越来越多的珠宝企业和从业者转战线上平台。尤其是增势迅猛的直播电商，由于珠宝品类的非标特性、低客单价、主播话术宜激发冲动型消费、从业者良莠不齐、平台简便且低成本的退货机制等，导致珠宝电商领域的退货率和消费者投诉案件日渐增多，为珠宝电商市场的可持续健康发展埋下了巨大隐患。



对此，中宝协将联合有关机构，进一步加强珠宝电商领域的行业自律和规范化建设，重点针对主播及相关从业人员，建立职业评价体系标准，推行职业技能等级评价；针对私域电商，加强业务培训、职业道德教育和行业自律公约建设。

4. 加强珠宝特色产业集群建设，推动产业集群间共生一体化发展

目前，中宝协已在全国范围内与各地方政府共同建立了 34 个珠宝玉石特色产业集群，下一步，要根据各特色产业集群不同的资源禀赋、产业基础和当地经济社会发展条件，因业定策、因城施策，推动区域产业链再造与转型升级，推动各产业集群之间织结一条差异化、互补、共生的超长产业链、供应链。

面对今年珠宝行业艰巨的发展任务和可能超预期的风险挑战，珠宝行业一方面要更深层地融入到国家扩大内需战略中，另一方面要将稳增长与深化供给侧结构性改革有机结合起来，抓住一切有利时机，利用一切有利条件，看准了就抓紧干，要求真务实推动我国珠宝行业在新的一年里“劈波斩浪稳健增长，扬长补短向‘新’而行”！