

2022 中国珠宝行业发展报告



中国珠宝玉石首饰行业协会

2023 年 3 月



目 录

| | |
|---|----|
| 一、国内宏观经济环境 | 1 |
| 二、2022 年中国珠宝行业发展状况 | 2 |
| (一) 行业基本情况 | 2 |
| 1. 珠宝零售市场：消费承压，总量依然稳守高位 | 2 |
| 2. 珠宝行业进出口：进出口双增长，国际贸易活跃 | 5 |
| 3. 全国珠宝零售门店：渠道资源进一步向头部品牌集中 | 7 |
| 4. 人力资源供给：为稳就业做出积极贡献 | 8 |
| 5. 珠宝电商：保持两位数高增长 | 8 |
| 6. 创新驱动：专利量 20%以上高增幅，创新动力足成效实 | 9 |
| (二) 主要品类市场发展情况 | 10 |
| 1. 黄金市场发展概况 | 10 |
| 2. 钻石市场发展概况 | 11 |
| 3. 玉石市场发展概况 | 12 |
| 4. 彩色宝石市场发展概况 | 14 |
| 5. 珍珠市场发展概况 | 14 |
| 6. 铂金市场发展概况 | 15 |
| 7. 白银市场发展概况 | 16 |
| (三) 上市公司发展情况 | 16 |
| 1. A 股上市公司 | 17 |
| 2. 港股上市公司 | 20 |
| 三、趋势展望与重点工作 | 21 |
| 1. 将“促消费、保增长、强信心”作为珠宝行业的中心工作和首要任务 | 22 |
| 2. 着力推动珠宝产业数字化转型提档加速 | 22 |
| 3. 充分发挥科技创新对行业的支撑引领作用，助力行业高质量发展 .. | 23 |
| 4. 集中力量做强、做优、做大珍珠和培育钻石等民族产业 | 24 |



顶住压力守住基线 疫情大考不输本色

——2022 中国珠宝行业发展报告

刚刚过去的 2022 年，面对风高浪急的国际环境和艰巨繁重的国内改革发展稳定任务，以习近平同志为核心的党中央团结带领全国各族人民迎难而上，全面落实疫情要防住、经济要稳住、发展要安全的要求，加大宏观调控力度，实现了经济平稳运行、发展质量稳步提升、社会大局保持稳定，我国发展取得来之极为不易的新成就。

回顾过去的一年，面对多重不利因素，我国珠宝行业积极应对、攻坚克难，一手抓疫情防控，一手抓管理增效，顶住了风险冲击的压力，守住了市场大盘的基准线，全行业保持平稳发展的良好态势；内需外贸展现较强韧性，研发创新、品牌竞争力显著增强，电商数智化新业态蓬勃发展，产业高质量发展深入推进。

一、国内宏观经济环境

国家统计局发布的 2022 年经济社会发展数据显示，我国全年国内生产总值（GDP）超过 121 万亿元，物价水平保持总体稳定，进出口总值首次突破 40 万亿元关口。

2022 年全国居民人均可支配收入 36883 元，比上年名义增长 5.0%，扣除价格因素实际增长 2.9%，与经济增长基本同步。全年全国居民人均消费支出 24538 元，比上年名义增长 1.8%，扣除价格因素实际下降 0.2%，占可支配收入 66.5%。2022 年，面对经济运行中出现的超预期因素冲击，我国消费市场恢复略有放缓，但



继续保持恢复态势，消费市场韧性犹在、潜力较大。

二、2022 年中国珠宝行业发展状况

（一）行业基本情况

2022 年，我国珠宝行业总体承压，主要表现为：金银珠宝零售总额略有下降、主要品类销量有涨有跌、企业经营压力加大、进出口稳中有增、珠宝电商增势强劲、消费升级与分层加剧演化。具体来看：

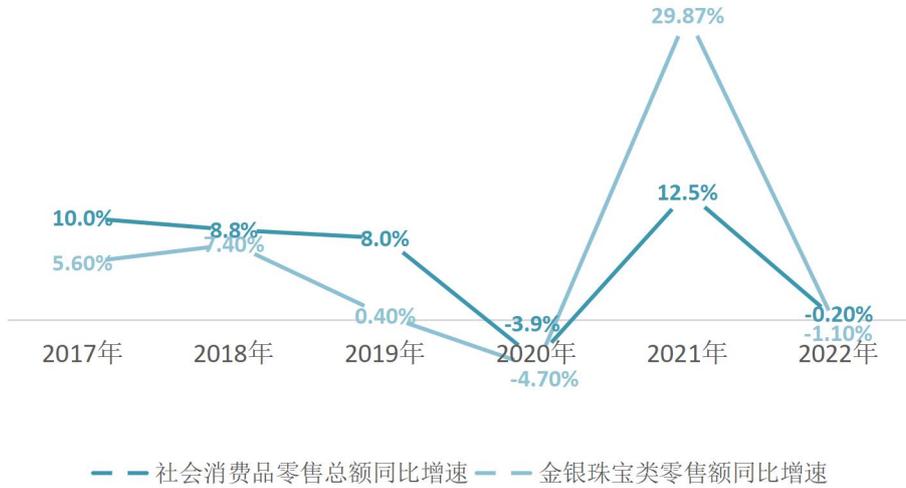
1. 珠宝零售市场：消费承压，总量依然稳守高位

国家统计局数据显示，2022 年，社会消费品零售总额为 43.97 万亿元，比上年下降 0.2%。其中，限额以上单位金银珠宝零售总额为 3014 亿元，同比下降 1.10%，但零售总额依然保持在 3000 亿元以上的高位。

横向看，相比化妆品类 4.5%和服装鞋帽针纺织品类 6.5%的降幅，金银珠宝类表现得更为稳健；从绝对值看，2022 年 3014 亿元的零售总额仍高于疫情前三年平均 2778 亿元的水平，表明珠宝零售市场已从 2020 年的历史低值快速恢复至正常水平。

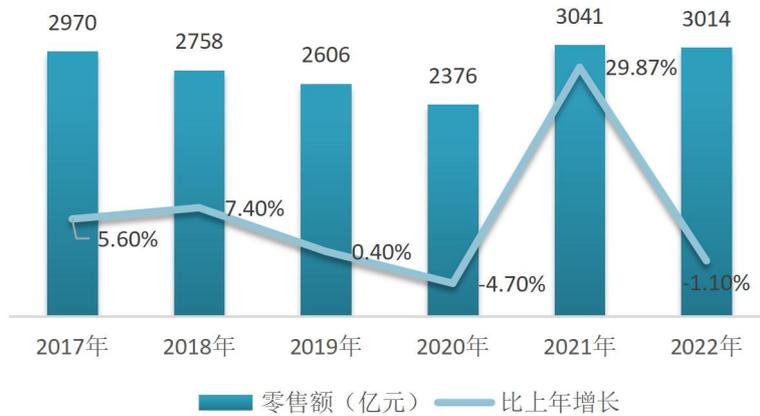


图 1. 2017-2022 年社会消费品与金银珠宝类零售额增速



(数据来源：国家统计局)

图 2. 2017-2022 年金银珠宝类零售额及其增长速度



(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，2022年，我国珠宝玉石首饰产业市场规模约7190亿元，与上一年基本持平。其中，黄金产品市场规模约4100亿元，



钻石产品市场规模约为 820 亿元，玉石市场规模 1470 亿元，彩色宝石产品市场规模约为 280 亿元，珍珠产品市场规模约为 240 亿元，铂金及白银产品市场规模约为 90 亿元，流行饰品及其他品类产品市场规模共计约为 190 亿元。

图 3. 2020-2022 年中国珠宝首饰行业市场规模（单位：亿元）

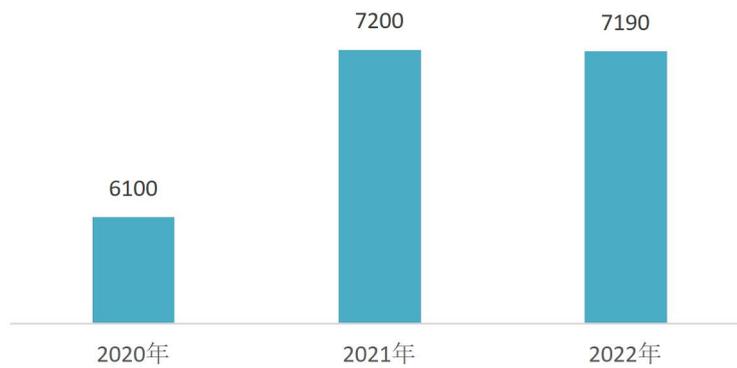


图 4. 2022 年中国珠宝首饰行业市场细分品类占比图

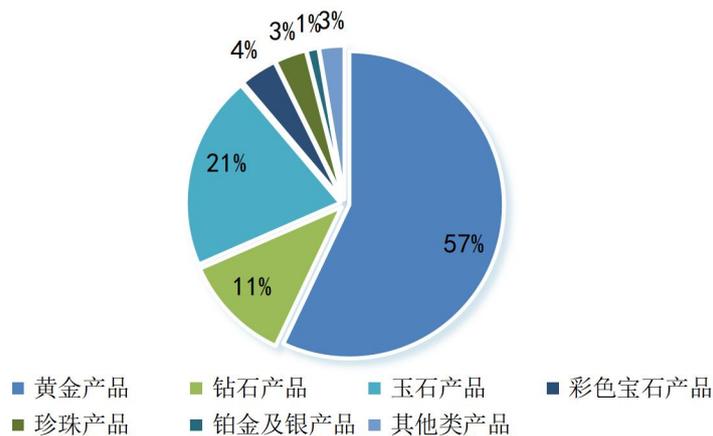
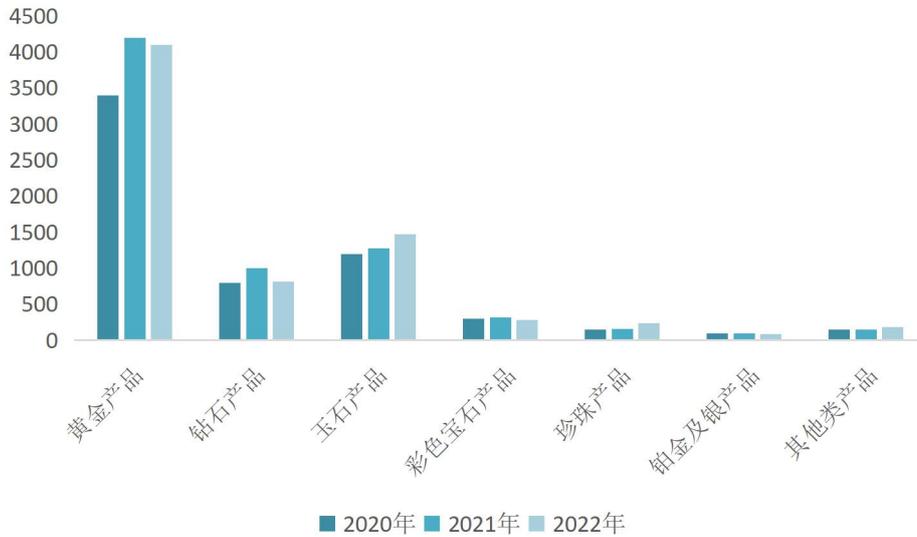




图 5. 2020-2022 年中国珠宝首饰行业细分品类市场规模（单位：亿元）



总体而言，抗疫三年，面对超预期因素冲击，珠宝行业的自我修复能力超出预期、市场大盘既稳又实的基本面未变、产业链韧性经受住了考验、消费牵引创新驱动的动力机制得到了验证、潜力大后劲足的发展态势得到进一步巩固，为今后几年珠宝行业巩固、提升、实现高质量发展夯实基础。

2. 珠宝行业进出口：进出口双增长，国际贸易活跃

海关总署的数据显示，2022年我国珠宝行业进出口总额为1338亿美元，同比增长25.3%。其中，出口总额为301亿美元，同比增长2.7%；进口总额为1037亿美元，同比增幅为33.9%。可以看出，我国珠宝行业的进出口在2021年实现由负转正且高增长的基础上，2022年依旧保持着进出两旺的强劲势头，这表明我国珠宝行业在国际供应链上的优势和地位依旧比较牢固。



表 1. 2014-2022 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% |

（数据来源：海关总署）

分品类看，2022 年我国的黄金进口额以 62.13% 的同比大幅增长，依然占据中国珠宝行业进口额首位，达到 766.54 亿美元，占全部品类进口额的 73.92%；镶嵌首饰是我国珠宝行业出口最多的品类，出口额达 156.24 亿美元，占出口总额的 51.91%；宝石或半宝石进口则增幅最大，达 203.04%。

表 2. 2019-2022 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 | 同比 | 2019 总值 | 2020 总值 | 2021 总值 | 2022 总值 | 同比 |
| 黄金 | 8.20 | 35.43 | 31.46 | 32.81 | 4.29% | 437.22 | 114.17 | 472.79 | 766.54 | 62.13% |
| 钻石 | 16.75 | 11.07 | 22.74 | 22.17 | -2.51% | 77.91 | 59.45 | 98.87 | 84.77 | -14.26% |
| 银 | 13.41 | 24.69 | 37.44 | 27.67 | -28.1% | 10.67 | 13.67 | 17.05 | 11.12 | -34.78% |
| 铂 | 0.86 | 2.82 | 0.14 | 0.15 | 7.14% | 36.68 | 79.76 | 100.11 | 76.50 | -23.58% |



| | | | | | | | | | | |
|-------------|---------------|---------------|---------------|------------|-------------|---------------|--------------|---------------|-------------|--------------|
| 珍珠 | 0.37 | 0.16 | 0.40 | 0.56 | 40% | 0.3 | 0.21 | 0.60 | 0.73 | 21.67% |
| 宝石或半宝石 | 0.98 | 0.58 | 0.89 | 1.73 | 94.38% | 5.59 | 3.66 | 15.13 | 45.85 | 203.04% |
| 人工宝石 | 2.62 | 4.01 | 7.09 | 8.37 | 18.05% | 1.42 | 1.52 | 1.77 | 2.00 | 12.99% |
| 镶嵌首饰 | 132.29 | 79.86 | 144.86 | 156.24 | 7.86% | 23.84 | 36.83 | 57.26 | 42.36 | -26.02% |
| 金银器 | 2.02 | 2.55 | 4.5 | 2.68 | -40.44% | 0.18 | 0.12 | 0.14 | 0.15 | 7.14% |
| 仿首饰 | 18.8 | 16.49 | 36.12 | 41.07 | 13.7% | 4.45 | 3.40 | 3.55 | 3.31 | -6.76% |
| 各类贵金属、贱金属材料 | 1.51 | 2.96 | 3.75 | 3.13 | -16.53% | 0.78 | 0.64 | 0.57 | 0.53 | -7.02% |
| 其他制品及硬币 | 4.94 | 3.77 | 3.95 | 4.36 | 10.38% | 3.67 | 4.07 | 6.33 | 3.14 | -50.39% |
| 总计 | 204.33 | 184.41 | 293.34 | 301 | 2.7% | 602.72 | 317.5 | 774.17 | 1037 | 33.9% |

(数据来源: 海关总署)

总体而言,我国珠宝行业强劲的进出口,也为全球珠宝贸易的活跃和国际供应链的稳定,做出了重要贡献。

3. 全国珠宝零售门店: 渠道资源进一步向头部品牌集中

截至2022年6月30日,A股15家上市公司共计开设门店22268家,较2021年末合计净增440家;其中豫园股份净增268家,迪阿股份净增91家,老凤祥2023年3月发布快报显示,截至2022年末共有5609家门店(含海外门店15家),全年净增664家。港股方面,周大福截至年末在内地共开设7016家门店,较2021年末净增1514家;六福集团截至年末在内地共2999家门店,较2021年末净增316家。

表3. A股上市公司2022年中报披露的门店数量

| 公司名称 | 2020.12.31 | | 2021.06.30 | | 2021.12.31 | | 2022.6.30 | |
|------|------------|------|------------|------|------------|------|-----------|------|
| | 总店数 | 全年净增 | 总店数 | 半年净增 | 总店数 | 全年净增 | 总店数 | 半年净增 |
| 老凤祥 | 4450 | 557 | - | - | 4945 | 495 | 5055 | 110 |
| 周大生 | 4189 | 178 | 4257 | 68 | 4502 | 313 | 4525 | 23 |
| 豫园股份 | 3367 | 608 | 3648 | 281 | 3981 | 602 | 4249 | 268 |
| 中国黄金 | 3160 | 229 | - | - | 3721 | 561 | 3749 | 28 |



| | | | | | | | | |
|------|-------|------|-------|------|-------|------|-------|------|
| 潮宏基 | 995 | 24 | 1003 | 8 | 1076 | 81 | 1098 | 22 |
| 爱迪尔 | 947 | -231 | 778 | -169 | 740 | -207 | 609 | -131 |
| 明牌珠宝 | 872 | -33 | 880 | 8 | 930 | 58 | 1001 | 71 |
| 莱绅通灵 | 587 | -69 | - | - | 546 | -41 | 519 | -27 |
| 萃华珠宝 | 511 | 7 | 509 | -2 | 516 | 5 | 512 | -4 |
| 迪阿股份 | 353 | 51 | 375 | 22 | 461 | 108 | 552 | 91 |
| 金一文化 | 217 | -54 | 170 | -47 | 146 | -71 | 126 | -20 |
| 曼卡龙 | 170 | 9 | 181 | 11 | 206 | 36 | 209 | 3 |
| 菜百股份 | 48 | 10 | - | - | 58 | 10 | 64 | 6 |
| 合计 | 19866 | 1286 | 11801 | 180 | 21828 | 1950 | 22268 | 440 |

表 4. 周大福、六福集团、周生生 2022 年中/末在内地门店数量

| 公司名称 | 2021. 12. 31 | 2022. 6. 30 | | 2022. 12. 31 | |
|------|--------------|-------------|------|--------------|------|
| | 总店数 | 总店数 | 半年净增 | 总店数 | 全年净增 |
| 周大福 | 5502 | —— | —— | 7016 | 1514 |
| 六福集团 | 2683 | —— | —— | 2999 | 316 |
| 周生生 | 775 | 803 | 28 | —— | —— |

由中宝协、珠宝玉石首饰国检集团联合推出的《2022 中国黄金珠宝品牌建设白皮书》统计显示，2016 年以来，我国珠宝行业前十大品牌整体市场占有率由 34% 升至 37.7%，行业集中度持续提高。

4. 人力资源供给：为稳就业做出积极贡献

2022 年全国珠宝从业人员数量近 400 万人，其中线下零售终端相关从业人员规模约为 85 万人。

据不完全统计，2022 年，学历教育珠宝专业相关院校为行业输送人才 1 万人以上。珠宝相关专业毕业生就业率较高，剔除升学深造的学生，其他人员就业率达 95% 以上。珠宝行业实现高质量发展的重点在于培养人才、留住人才、用好人才，需要进一步理顺院校、社会力量与企业三者之间的人才输送通道。



5. 珠宝电商：保持两位数高增长

据国家统计局数据显示，2022年全国网上零售额为13.79万亿元，同比增长4%。其中，实物商品网上零售额为11.96万亿元，同比增长6.2%，占社会消费品零售总额的比重为27.2%。2022年商务部对重点电商平台监测数据显示，在18类监测商品中，8类商品销售额增速超过两位数，其中金银珠宝品类增速达27.3%。

据中宝协统计，2022年，线上珠宝首饰销售总额约为2350亿元，同比增长27%。其中，抖音平台珠宝品类销售额为600多亿元，同比增长1倍；京东为201亿元，同比增加40.24%；天猫平台为274.6亿元，同比下降9.01%。

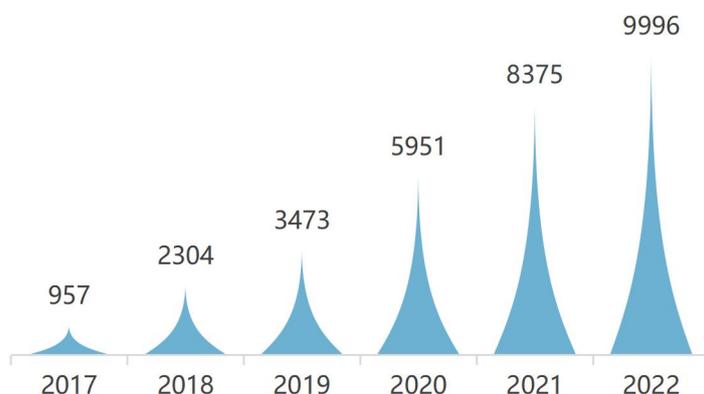
总体来看，因疫情反复而导致社会面活动受到抑制的环境下，珠宝电商的强劲增长一定程度上对冲了线下渠道增长乏力的被动局面。

6. 创新驱动：专利量20%以上高增幅，创新动力足成效实

通过对多个专利数据库的检索分析，2022年我国珠宝行业有关的外观设计、发明和实用新型三类别的有效专利总数突破1万件，达到11202件，较2021年同比增长20%。其中外观设计专利9996件，同比增长19%；发明和实用新型专利1206件，同比增长27%。

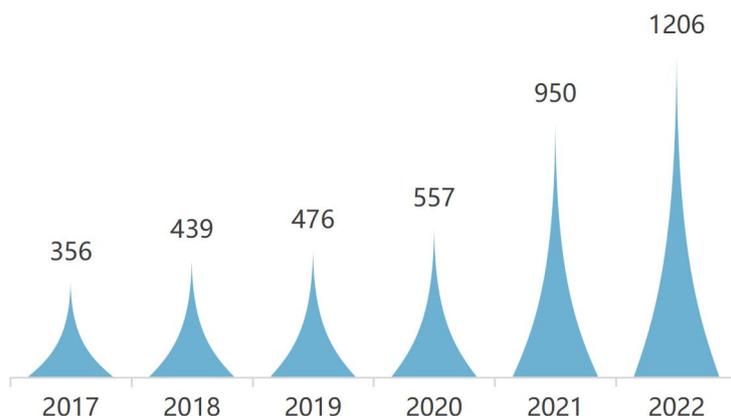


图 6. 2017-2022 年珠宝首饰类外观设计专利数量



(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)

图 7. 2017-2022 年珠宝首饰类发明与实用新型专利数量



(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) 主要品类市场发展情况

1. 黄金市场发展概况

据中宝协统计, 2022 年, 我国黄金产品市场规模约为 4100 亿元, 同比下降 2.4%。

2022 年, 全国黄金消费量 1001.74 吨, 同比下降 10.63%。其中, 黄金首饰消费量为 654.32 吨, 同比下降 8.01%; 金条及金币



消费量 258.94 吨，同比下降 17.23%。受 2021 年同期增幅 44.99% 高基数的影响，2022 年黄金首饰消费量虽出现 8.01 个百分点的下降，但仍略低于疫情前 2019 年 8.16% 的降幅，这表明，继 2021 年迅速反弹回升后，2022 年我国金饰消费市场向正常水平回归的态势得到进一步的巩固。

2013 年以来，中国一直保持着全球最大黄金消费国地位。从历史数据看，1992 年至 2022 年，中国市场金饰需求的年均增长率为 5%；2022 年，中国市场在全球金饰总需求中占比超过 27%。

2. 钻石市场发展概况

据中宝协统计，2022 年，我国钻石产品市场规模约为 820 亿元，同比下降 18%。

上海钻石交易所的数据显示，2022 年，上海钻交所钻石交易总额为 44.24 亿美元，同比下降 37.5%；钻石交易量为 665.65 万克拉，同比减少 13.8%。其中，一般贸易项下成品钻进口量 148.47 万克拉，钻石进口额为 19.07 亿美元，同比下降 34.8%。从绝对值看，钻石交易额和进口额分别超过 2019 年的 42.35 亿美元和 18.51 亿美元的水平。

随着钻石库存水平的进一步降低，疫情后国际交往、贸易合作恢复活跃的推动下，我国钻石进口和消费有望快速复苏。

培育钻石方面：经过前两年的爆发式增长，2022 年培育钻石供需矛盾开始显现，产能扩充、供给过剩导致培育钻石价格下跌，引起市场较大振荡。

2022 年，全球培育钻石产能约为 2000 万克拉，其中我国培育



钻石产能约为 900 万克拉，占全球生产量的 40%-50%，仍是培育钻石第一生产大国。因培育钻石产能扩张远大于需求增长，自 2022 年 3 月起，培育钻石毛坯价格下降幅度较大，与此同时，裸钻的批发价格也出现大幅下滑。

国际方面，印度在全球钻石切磨环节占比 90%以上，且正在加大对培育钻石的投资，2022 年印度完成安装设备 4500 台，其培育钻石产能全球占比已提升至 15%；美国培育钻石的消费约占全球的 80%，欧美经济衰退也将导致培育钻石需求的放缓。

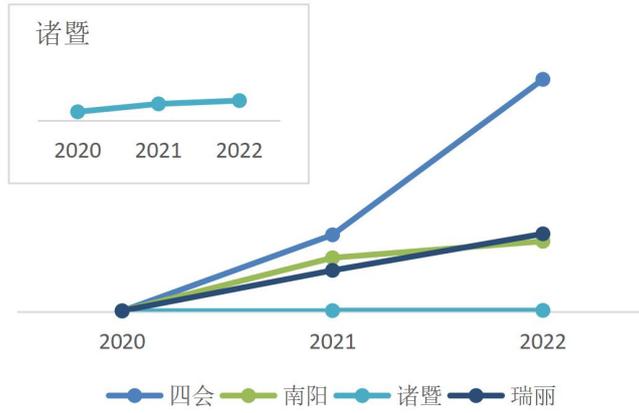
3. 玉石市场发展概况

据中宝协统计，2022 年，我国玉石产品市场规模约为 1470 亿元，同比增长 15%。

2022 年，在整个玉石市场的增长中，电商起主导作用。四会、平洲、镇平、瑞丽四个以玉石为主的电商平台销售呈迅猛增长态势。NGTC 有关数据显示，2020-2022 年翡翠收样量大幅上升，年增幅分别为 81.2%、109.4%和 102.1%，表明翡翠市场近三年取得放量增长；和田玉收样量整体趋势与翡翠的情况较为一致，也表现为以 2019 年为低点的前低后高走势，这表明和田玉近三年也获得了较大的市场增量。

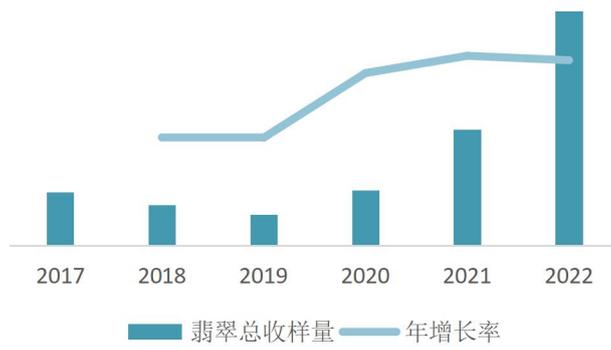


图 8. 2020-2022 年 NGTC 在电商平台的收样量



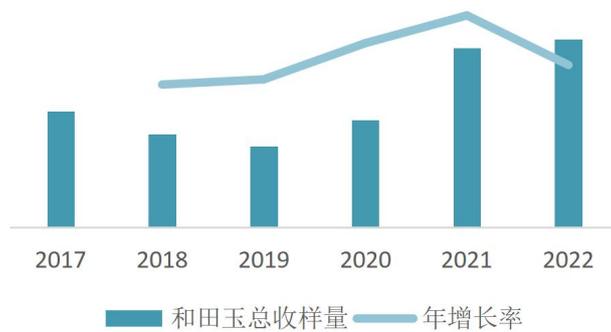
(数据来源: NGTC)

图 9. 2017-2022 年 NGTC 翡翠总收样量及年增长率



(数据来源: NGTC)

图 10. 2017-2022 年 NGTC 和田玉总收样量及年增长率



(数据来源: NGTC)



综合分析，玉石市场的强劲表现，主要有赖于传统文化的复兴和国潮的兴盛对玉石文化的大力加持。

4. 彩色宝石市场发展概况

据中宝协统计，2022年，我国彩色宝石产品市场规模约为280亿元，同比下降约11%。

2022年，彩色宝石市场的显著特点是“价涨量跌”。彩宝价格普遍上涨，低端宝石品类价格相对稳定，中高端宝石价格涨幅明显，且品质越高、涨幅越大。红宝石、蓝宝石、祖母绿三大名贵宝石依然是消费热点，特别是因其具有较好的投资价值，越来越受到高净值人群的追捧。

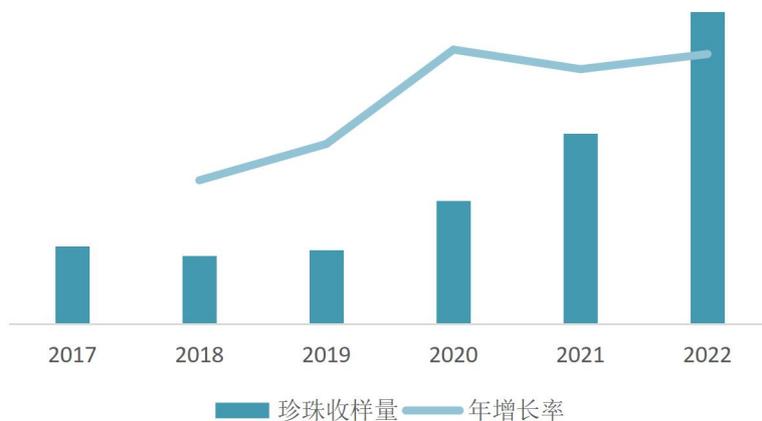
5. 珍珠市场发展概况

据中宝协统计，2022年，我国珍珠产品市场规模约为240亿元，同比增长50%。

2022年，彰显东方美学的珍珠，在各珠宝品类中表现亮眼。特别是直播电商的兴起，带动了珍珠消费的迅速走热，交易量明显增加，并且珍珠价格普遍上涨。NGTC收样数据显示，近几年珍珠产品总收样量整体呈逐年上涨态势，2020年的增长率达66.3%，2022年收样总量达到新高峰，进一步表明珍珠市场在经济下行的不利形势下走出了—一个独立行情。



图 11. 2017-2022 年 NGTC 珍珠收样量和年增长率

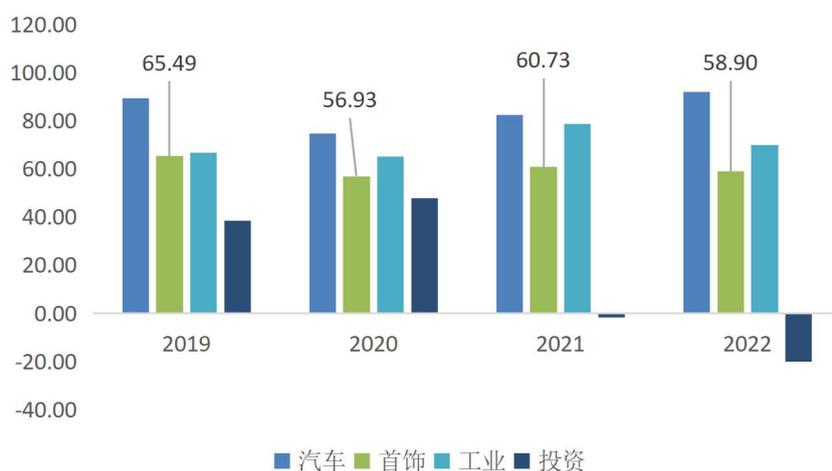


(数据来源: NGTC)

6. 铂金市场发展概况

铂金首饰方面, 2022 年, 全球铂金首饰需求同比下降 3%, 为 58.9 吨, 跌至过去 10 年的最低水平。中国铂金首饰需求连续下滑, 2022 年下滑 31% 至 15.05 吨, 全球占比也下降至 25.6%。

图 12. 2019-2022 年全球铂金需求分布 (单位: 吨)



(数据来源: 世界铂金投资协会)



图 13. 2018-2022 年中国铂金首饰需求（单位：吨）



（数据来源：世界铂金投资协会）

图 14. 2014-2022 年各国铂金首饰需求（单位：吨）



（数据来源：世界铂金投资协会）

7. 白银市场发展概况

2022 年，中国的白银消费量较 2021 年增长 3%，达到 8254 吨。但银饰制品市场规模较上年却有所下降。

（三）上市公司发展情况

根据上市公司截至本报告截稿前已披露的数据显示，A 股上市公司 2022 年前三季度和港股上市公司 2022 年上半财年营收总额均实现增长，表明在多重因素的冲击下，上市公司表现出较强的



抗压能力和明显的市场优势。

1. A 股上市公司

2022 年前三季度，A 股 15 家珠宝类上市公司营收总额为 1635.28 亿元，同比 2021 年提高 3.89%。利润方面，2022 年前三季度 A 股珠宝类上市公司归属于股东净利润总计 50.71 亿元，同比下降 18.75%。

表 5. A 股珠宝上市公司 2019 年-2022 年前三季度营业收入及同比增长率

单位：亿元

| 公司简称 | 2019 年 前三季度 | 同比 | 2020 年 前三季度 | 同比 | 2021 年 前三季度 | 同比 | 2022 年 前三季度 | 同比 |
|--------|----------------|---------|----------------|---------|----------------|---------|----------------|---------|
| 老凤祥 | 421.29 | 15.41% | 438.67 | 4.12% | 497.86 | 13.50% | 535.38 | 7.54% |
| 中国黄金 | 268.17 | — | 233.27 | -13.01% | 369.20 | 58.27% | 356.90 | -3.33% |
| 豫园股份 | 270.82 | 35.76% | 290.68 | 7.33% | 322.31 | 10.88% | 334.28 | 2.99% |
| 莱百股份 | — | — | 48.82 | — | 72.60 | 48.71% | 85.26 | 17.44% |
| 周大生 | 38.10 | 7.59% | 33.49 | -12.11% | 64.73 | 93.30% | 89.37 | 38.05% |
| 潮宏基 | 26.69 | 10.38% | 23.17 | -13.10% | 34.49 | 48.87% | 33.81 | -1.98% |
| 迪阿股份 | — | — | 14.99 | — | 34.11 | 127.54% | 30.43 | -10.79% |
| 明牌珠宝 | 29.26 | -14.51% | 19.99 | -31.68% | 28.69 | 43.50% | 27.78 | -3.16% |
| 萃华珠宝 | 17.58 | -7.84% | 16.13 | -8.28% | 26.06 | 61.56% | 32.38 | 24.26% |
| 金一文化 | 77.13 | -29.11% | 25.74 | -66.63% | 25.00 | -2.87% | 13.13 | -47.49% |
| 莱绅通灵 | 10.23 | -22.79% | 8.82 | -13.84% | 10.87 | 23.23% | 7.75 | -28.68% |
| 曼卡龙 | 6.73 | — | 5.80 | -13.74% | 8.75 | 50.80% | 10.82 | 23.63% |
| 爱迪尔 | 16.07 | 6.84% | 8.60 | -46.51% | 5.83 | -32.18% | 2.05 | -64.82% |
| 航民股份 | 50.43 | -13.52% | 36.80 | -27.02% | 70.37 | 91.21% | 75.32 | 7.03% |
| *ST 金洲 | 11.43 | -88.94% | 10.82 | -5.37% | 0.94 | -91.35% | 0.62 | -33.61% |
| 合计 | 1243.93 | 27.57% | 1215.79 | -2.26% | 1571.81 | 29.28% | 1635.28 | 4.04% |



图 15. A 股珠宝上市公司 2019 年-2022 年前三季度营业收入对比（单位：亿元）

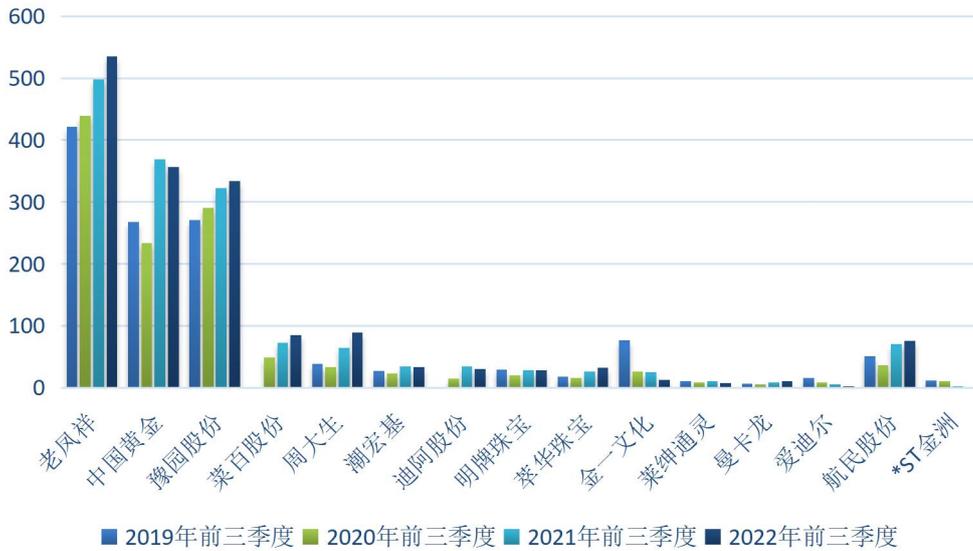


表 6. A 股珠宝上市公司 2019 年-2022 年前三季度归属于上市公司股东的净利润及同比增长率

单位：亿元

| 公司简称 | 2019年 前三季度 | 同比 | 2020年 前三季度 | 同比 | 2021年 前三季度 | 同比 | 2022年 前三季度 | 同比 |
|-------|---------------|-----------|---------------|----------|---------------|---------|---------------|-----------|
| 老凤祥 | 11.66 | 18.01% | 12.33 | 5.73% | 14.98 | 21.55% | 13.56 | -9.49% |
| 中国黄金 | 2.45 | --- | 3.29 | 34.57% | 5.58 | 69.54% | 6.14 | 9.95% |
| 豫园股份 | 12.39 | 9.02% | 15.88 | 28.15% | 18 | 13.39% | 9.03 | -46.79% |
| 菜百股份 | --- | --- | 2.63 | --- | 2.66 | 1.14% | 3.56 | 34.04% |
| 周大生 | 7.27 | 22.31% | 7.12 | -2.07% | 10.06 | 41.20% | 9.31 | -7.48% |
| 潮宏基 | 1.99 | -12.80% | 0.8 | -59.34% | 2.85 | 253.09% | 2.35 | -17.64% |
| 迪阿股份 | --- | --- | 3.11 | --- | 9.9 | 218.36% | 7.73 | -22.00% |
| 明牌珠宝 | 0.91 | 6.93% | 0.29 | -67.55% | 1.3 | 340.97% | 0.63 | -51.23% |
| 萃华珠宝 | 0.23 | -25.72% | 0.36 | 55.40% | 0.46 | 30.12% | 0.35 | -25.60% |
| 金一文化 | 0.68 | 545.76% | -4.45 | -754.95% | -3.18 | 28.58% | -4.54 | -42.57% |
| 莱绅通灵 | 1.44 | -32.41% | 0.93 | -35.49% | 1.02 | 9.91% | 0.04 | -96.05% |
| 曼卡龙 | 0.51 | --- | 0.55 | 8.36% | 0.61 | 10.92% | 0.50 | -18.58% |
| 爱迪尔 | 0.52 | 32.68% | 0.27 | -48.61% | 0.14 | -47.99% | -1.84 | -1415.62% |
| 航民股份 | 4.98 | 10.11% | 3.99 | -19.87% | 4.21 | 5.41% | 4.44 | 5.66% |
| *ST金洲 | -21.38 | -1169.66% | -25.89 | -21.07% | -5.15 | 80.11% | -0.55 | 89.32% |
| 合计 | 23.65 | -34.56% | 21.21 | -10.32% | 63.44 | 199.10% | 50.71 | -20.07% |



图 16. A 股珠宝上市公司 2019 年-2022 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 2023 年 3 月 10 日，从已发布 2022 年全年业绩预报的企业来看，营业收入方面，多数企业 2022 年比 2021 年同期有一定幅度的增长；净利润方面，发布业绩预报的 7 家企业中有 2 家实现盈利，但增幅有所下降。

表 7. 已预报企业 2019 年-2022 年营业收入及同比增长率

单位：亿元

| 公司简称 | 2019 年 | 2020 年 | 同比 | 2021 年 | 同比 | 2022 预 | 同比 |
|--------|--------|--------|---------|--------|---------|---------------|---------------|
| 老凤祥 | 496.29 | 517.22 | 4.22% | 586.91 | 13.47% | 630.10 | 7.36% |
| 明牌珠宝 | 34.29 | 25.10 | -26.82% | 35.82 | 42.73% | 34.5-35 | -3.69~-2.29% |
| 金一文化 | 106.81 | 38.96 | -63.52% | 29.51 | -24.26% | 18-20 | -39%~-32.23% |
| 曼卡龙 | 8.97 | 8.09 | -9.81% | 12.53 | 54.90% | 16.11 | 28.63% |
| *ST 金洲 | 42.34 | 3.78 | -91.07% | 0.99 | -73.72% | 1.1-1.6 | 11.11%~61.62% |
| 合计 | 688.70 | 593.15 | -13.87% | 655.76 | 12.24% | 699.81-702.81 | 5.11%~5.57% |



表 8. A 股业绩预报企业 2019 年-2022 年归属于上市公司股东的净利润及同比增长率

单位：亿元

| 公司简称 | 2019年 | 2020年 | 同比 | 2021年 | 同比 | 2022 预报 | 同比 |
|-----------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------------|-----------------------|
| 老凤祥 | 14.08 | 15.86 | 12.64% | 18.76 | 18.30% | 17 | -9.38% |
| 明牌珠宝 | 0.58 | -2.57 | -544.94% | 1.37 | 153.27% | -0.95~ -1.4 | -169.36% ~ - 202.21% |
| 金一文化 | 0.62 | -25.6 | -4231.30% | -12.89 | 49.64% | -19.5~ -28 | -51.28%~-117.22% |
| 曼卡龙 | 0.65 | 0.64 | -1.95% | 0.7 | 10.43% | 0.54 | -22.83% |
| 爱迪尔 | -3 | -15.71 | -424.06% | -7.12 | 50.47% | -7.6~ -9.8 | -6.74~-37.64% |
| *ST 金洲 | -62.77 | 0.45 | 100.72% | -15.25 | -3482.54% | -0.6~-0.9 | 94.1%~96.07% |
| 莱绅通灵 | 1.52 | 1.04 | -31.56% | 0.38 | -63.14% | -0.41 | -207.89% |
| 合计 | -48.32 | -25.89 | 46.42% | -14.05 | 45.73% | -11.52~-22.97 | 18.01%~-63.49% |

(注：莱绅通灵 2022 为归属于母公司所有者的净利润)

2. 港股上市公司

港股三大珠宝上市公司 2022 上半财年营收总额为 622 亿港元，同比增长 2.64%；利润方面，港股企业 2022 上半财年归属股东应占溢利总额为 44.66 亿港元。

表 9. 港股部分珠宝上市公司 2019/2020-2022/2023 上半财年营业收入及同比增长率

单位：亿港元

| 公司简称 | 2019H | 2020H | 2021H | 2022H | 同比 |
|-----------|---------------|--------------|---------------|------------|--------------|
| 周大福 | 295.33 | 246.73 | 441.86 | 465.35 | 5.30% |
| 六福集团 | 63.05 | 33.44 | 55.91 | 55.73 | -0.30% |
| 周生生 | 95.4 | 64.03 | 108.25 | 100.92 | -7% |
| 合计 | 453.78 | 344.2 | 606.02 | 622 | 2.64% |



图 17. 港股部分珠宝上市公司 2019/2020-2022/2023 上半财年营业收入对比（单位：亿港元）

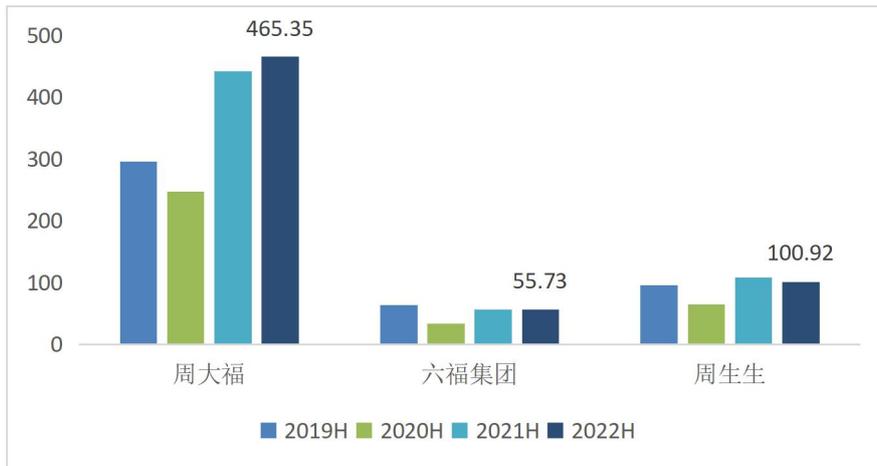


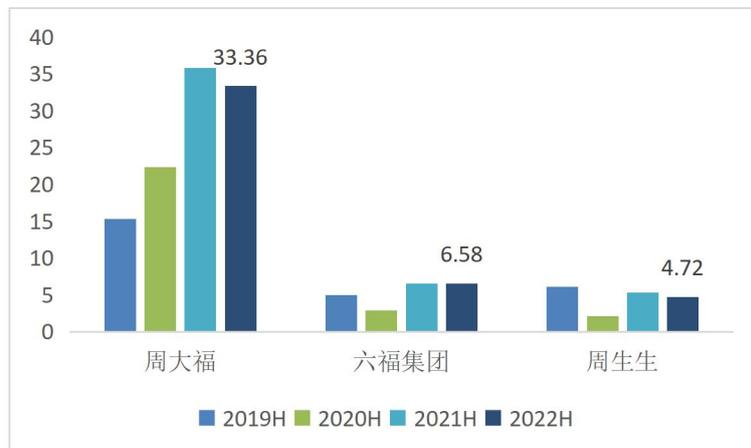
表 10. 港股部分珠宝上市公司 2019/2020-2022/2023 上半财年股东应占溢利及同比增长率

单位：亿港元

| 公司简称 | 2019H | 2020H | 2021H | 2022H | 同比 |
|------|-------|-------|-------|-------|--------|
| 周大福 | 15.33 | 22.32 | 35.81 | 33.36 | -6.84% |
| 六福集团 | 4.96 | 2.91 | 6.54 | 6.58 | 0.6% |
| 周生生 | 6.15 | 2.11 | 5.36 | 4.72 | -12% |
| 合计 | 26.44 | 27.34 | 47.71 | 44.66 | -6.39% |

图 18. 港股部分珠宝上市公司 2019/2020-2022/2023 上半财年股东应占溢利对比

（单位：亿港元）





经综合分析，2022 年头部企业营业收入增长，但利润下降，主要原因在于毛利空间小的黄金产品配货比例较高，而利润空间较大的钻石等镶嵌类产品配货比例降低，未来，随着经济形势的好转，珠宝企业应将盈利水平的进一步提升摆在更加重要的位置，要通过提高镶嵌类产品的销售占比扩大企业的利润空间，合理、可持续的盈利水平是衡量企业质量型增长、是否健康发展的重要指标。

三、趋势展望与重点工作

今年，是全面贯彻落实党的二十大精神开局之年，开局关乎全局，起步决定后程，远征始于脚下。今年，我们要紧紧围绕“稳经济、强信心、保增长、促发展”，谋划好各项工作；要加强对行业发展趋势的研判，抢抓各种积极因素求新谋变，推动珠宝行业重回增长轨道，实现新增长。

1. 将“促消费、保增长、强信心”作为珠宝行业的中心工作和首要任务

一是推动珠宝的品质消费，引领消费升级。要紧紧围绕新一代消费群体追求高品质消费和悦己型消费的特点，加大产品与文化的创新和供给；注重新消费场景的打造和新市场的开拓，尤其要重视高级珠宝的投资型需求的培育和市场建设；加强行业诚信自律建设和标准化建设，齐抓共治消费者权益保护和知识产权保护，为品质消费健全保障体系。

二是加强会展商贸平台提质升级，发挥好会展经济对促消费的加速器、放大器作用。今年，中宝协将重点办好 2 场中国国际



珠宝展、2场中国（莆田）国际黄金珠宝博览会、上海国际珠宝首饰展览会、云南国际珠宝玉石展、海南国际珠宝展，以及世界珠宝发展大会、天工玉石雕刻大赛、世界珠宝科技创新大会、科技创新大会、翡翠年会等展会、节会活动，为促进商贸流通、激活消费潜力提供助力。

三是开展“促销费、保增长、强信心”零售市场大调研活动。今年，协会将深入市场一线，聚焦零售消费的堵点、难点问题开展调查研究并推出专题调研报告，为激发珠宝消费活力、畅通供应链、推动市场增长问诊把脉。

2. 着力推动珠宝产业数字化转型提档加速

数字化是传统产业实现动力变革、效率变革和质量变革的重要抓手。珠宝产业的数字化转型是一项挑战大、周期长、新知识新技术匹配应用复杂的系统工程。要加强与相关专业机构的协同创新和技术攻关，加强跨界交流合作，大力支持珠宝企业在智慧零售、智能制造方面积极探索并树立典型；大力推动数字检测，目前国内约80%的珠宝检验检测机构进行了不同程度的数字化改造，成效显著；积极探索数字藏品在珠宝行业的应用，数字藏品被视为具有较大爆发力和发展潜力的新兴领域，目前已经有一些珠宝设计师和艺术家积极利用此技术开展数字作品设计和应用推广。

3. 充分发挥科技创新对行业的支撑引领作用，助力行业高质量发展

为深入贯彻落实党的二十大报告提出的“完善科技创新体系，



坚持创新在我国现代化建设全局中的核心地位，加快实施创新驱动发展战略，加快实现高水平科技自立自强。”我们将继续以“中国珠宝玉石首饰行业协会科学技术奖”为抓手，鼓励自主创新，鼓励攀登科学技术高峰，鼓励应用推广先进科学技术成果，促进科学研究、技术开发与珠宝产业生产建设、经济、社会发展的密切结合，促进科技成果商品化和产业化。

发挥科技型骨干珠宝企业的创新引领作用，激发企业创新热情，营造有利于科技型中小微企业成长的良好环境，争取在产品创新、设计创新、数字化转型以及新工艺新技术新材料新设备研发等方面取得新的突破，推动创新链产业链资金链人才链深度融合。

4.集中力量做强、做优、做大珍珠和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。