

中国翡翠行业现状深度研究与投资趋势预测报告 (2025-2032年)

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国翡翠行业现状深度研究与投资趋势预测报告（2025-2032年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202501/740647.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

前言：

翡翠为珠宝第二大品类，市场占比仅次于黄金。短视频和直播电商的兴起、发展，使得翡翠文化得到了更好地传播，翡翠产品流通速度加快，为行业带来新的增长点。珠宝翡翠的投资属性是影响消费者购买决策的第二因素，随着高净值人群的增加，高端翡翠市场将迎来更多关注。未来，我国翡翠行业将持续健康发展：18-34岁年龄阶段人群为翡翠饰品消费主力，在年轻消费力的推动下，翡翠行业将朝创新化方向发展；翡翠产业作为一个以诚信立基的产业，其健康发展高度依赖于各环节参与者对诚信体系的坚守和维护，随着国家及相关销售平台不断出台相关监管政策，未来我国翡翠行业将趋向规范化。

一、翡翠为珠宝第二大品类，在珠宝首饰市场中占据重要地位

翡翠是在地质作用下形成的达到玉级的石质多晶集合体，主要由硬玉或硬玉及钠质（钠铬辉石）和钠钙质辉石（绿辉石）组成，可含有角闪石、长石、铬铁矿、褐铁矿等。

随着经济持续快速增长和人均可支配收入水平不断提高，国内翡翠市场空间广阔，目前在珠宝中已占据重要地位。近年来国内翡翠市场占珠宝的比重持续提升，目前已成为珠宝第二大品类。根据数据，2022年我国翡翠市场占比达15.78%，较2020年的14.80%提升0.98个百分点，仅次于黄金（57%）。

数据来源：观研天下数据中心整理

数据来源：观研天下数据中心整理

二、短视频和直播电商不断渗透，为翡翠行业带来新增长点

短视频和直播电商的兴起、发展，使得翡翠文化得到了更好地传播，翡翠产品流通速度加快，为行业带来新的增长点。根据数据，2019-2023年我国直播电商用户渗透率由29.27%提升至54.67%，短视频用户渗透率由72%提升至98.4%。

数据来源：观研天下数据中心整理

2017-2023年我国翡翠线上交易规模由1050亿元增长至2950亿元，年复合增长率为18.8%。

数据来源：观研天下数据中心整理

三、高净值人群增加，高端翡翠将迎来增长机遇

消费者选择珠宝翡翠受多种因素影响，除自我佩戴外，珠宝翡翠的投资属性成为影响消费者购买决策的第二因素，占比达49%。

数据来源：观研天下数据中心整理

高端翡翠近年来价格一路走高，以手镯为例，百万级以上翡翠手镯2023年价格涨幅在15%-30%左右，成为珠宝玩家投资回报率最高的品类。高端翡翠作为资源性产品，天然具有保值、增值的金融属性，产量的持续走低，价格的一路攀升，引发了珠宝界、时尚界、金融界、收藏界的高度关注和真金白银的价值追捧。随着高净值人群的增加，高端翡翠市场将迎来更多关注，精品翡翠的稀缺性将进一步推高其价值。

数据来源：观研天下数据中心整理

根据数据，2021年仅有27%的高端投资者选择投资收藏珠宝翡翠，至2023年年这一比重增长至59%，增幅达118%。

数据来源：观研天下数据中心整理

四、我国翡翠行业发展趋向创新化、规范化

1.创新化

从消费年龄看，18-34岁年龄阶段人群对生活品质有较高要求，具有一定的购买能力和消费潜力，是翡翠饰品消费主力，2023年占比63%，其中18-24岁、25-29岁、30-34岁消费者占比分别为19%、21%、23%。18-34岁年龄阶段人群成长于互联网普及时代，对国潮文化和事物更易接受。在年轻消费力的推动下，翡翠行业的发展必须打破传统题材的束缚，融入现代流行文化元素，同时在寓意上进行创新，创造出更符合当代年轻人价值观的文化内涵。

数据来源：观研天下数据中心整理

2.规范化

翡翠行业整体向好，然而借货跑路、售假等不良现象依然时有发生，严重损害了翡翠行业形象，影响翡翠行业的可持续发展。翡翠产业作为一个以诚信立基的产业，其健康发展高度依赖于各环节参与者对诚信体系的坚守和维护。政府方面，2014年以来，国家对翡翠行业的发展的重视程度提高，相继出台相关政策引导行业发展；销售平台方面，2024年各大电商平台针对珠宝行业相继出台新政、完善自身规则，在建立健全直播市场长效监管机制的同时，形成了一套成熟的翡翠直播品控管理体系。例如，抖音明确规定了商品发布及宣传要求细则、视频号要求翡翠在发货前必须提交质检服务中心进行质量检测、淘宝将“先鉴后发”纳入珠宝行业商家标准等要求，从产品质检、流程合规各方面保障消费者权益。在多方的共同努力之下，我国翡翠行业将趋向规范化。

我国翡翠行业相关政策	时间	政策	发布部门	主要内容	
《海南自有贸易港鼓励类产业目录(2020年本>》	2021.01			国家发展改革委	
将宝玉石加工和珠宝首饰镶嵌制造列为海南自由贸易港新增鼓励类产业。	2022.09				
《关于新时代推进品牌建设的指导意见》		指出，加快构建适宜品牌发展的产业生态和制度环境，健全品牌发展法律法规，完善市场监管。不断完善品牌建设支持政策			

，鼓励企业加大品牌建设投入、建立品牌管理体系、提高品牌培育能力。 2022.01

《关于深圳建设中国特色社会主义先行示范区放宽市场准入若干特别措施的意见》

国家发展改革委、商务部 支持深圳发挥珠宝玉石产业集聚优势，建设深圳国际珠宝玉石综合贸易平台，选取具有丰富珠宝玉石交易经验的企业牵头，联合国内外知名珠宝玉石企业共同打造集玉石、彩宝、珍珠等珠宝玉石原料及成品一般贸易、拍卖、商品会展、设计研发、加工制造、检测评估、人才职业教育、信息技术服务、金融服务等于一体的国际性珠宝玉石产业中心。 2023.02 《质量强国建设纲要》中共中央、国务院 到2025年，质量整体水平进一步提高，中国品牌影响力稳步提升，人民群众质量获得感、满意度明显增强，质量推动经济社会发展的作用更加突出，质量强国建设取得阶段性成效。 2023.12

《关于支持横琴粤澳深度合作区放宽市场准入特别措施的意见》 国家发展改革委 创新发展澳门特色品牌产业。支持境内外珠宝玉石企业集团、机构在合作区开展珠宝玉石加工、鉴定、展览、交易等业务。

资料来源：观研天下整理

各大电商平台翡翠相关新政

平台

日期

政策名称

政策组别

抖音

1月25日

《虚假宣传:虚假促销玩法违规编则》

针对创作者在短视频/直播/图文推广商品过程中，以“清仓”。“低价商品”等福利/活动信息诱骗消费者互动参与，实际为虚假信息、未兑现，无法兑现或违反法律法规/平台规则的违规营销内容，

2月8日

《[珠宝文玩]商器发布及宣传旗则》

规定商品发布及宣传要求，涉及店铺命名、商品发布、闪购、创作者昵称，商品和内容宣传规范等，违规将依规处罚。

4月16日

《[珠宝文玩]行业准禁售商品细则》

明确准售商品种类，包括珠宝玉石、贵金属等，同时列出禁售情形，如有色衬底翡翠等。旨在规范商家经营，保护消费者权益，

7月15日

《[违规营销-违规估价鉴宝]实施细则》

明确“违规估价鉴宝”规则，编创作者无资质对珠宝玉石等收藏类商品鉴定或提供服务的误导

行为，包括宣传鉴宝服务、出现鉴宝行为等情形，违现将依情节轻重扣分，还会采取多种处罚及管控措施。

8月30日

《关于明确翡翠玉石纹裂瑕疵标准的规则优化》

优化翡翠玉石纹裂瑕疵标准规则，涉及开单卡、直撿宣传、瑕疵属性选择等方面。商家要如实披露瑕疵，通免“瑕疵描述不符”违规，否则将面临减少曝光，封禁账号等处罚，平台还将专项治理低质商品。

11月20日

《创作者[价格违规-虚构被比较价]实施细则》

新增若被比较价格为实际到手价20倍以上属虚构被比较价规定，明确被比较价格定义、证明材料要求，规范宣传方式及违规处理措施，以保护消费者权益，规范商家经营。

视频号

4月11日

《视频号橱窗[珠宝玉石]商品准禁售细

部分珠宝类目商品需经质检中心质检发货，细则明确适用范围、准售商品(如天然未处理翡翠等)。禁售商品(如原石,处理宝石等)及常见问答，商家需合规经营，禁售商品不得出现于直播间。

8月23日

《视频号橱窗[珠宝首饰]类目定向准入和清退标准》

视频号升级珠宝首饰类直播定向准入管理规则。明确适用范围、资质要求(含品牌等标准及材料上传说明)、预警和清退标准、资费规定，平台将依标准监测商家，后续还会调整准入标准。

淘宝

3月15日

《淘宝网珠宝首饰行业管理规范》

新增贵金属类目准入及清退要求，加入一物一证服务及缴纳特殊额度保证金，修改商品发布要求及对应违规处理，提升珠宝首饰商品品质，切实加强商品的规范性发布管理，保护消费者和卖家的合法权益。

10月16日

《新增“先鉴后发”作为淘宝珠宝行业商家标准》

新增“先鉴后发”为珠宝行业商家标准，涉及商品在发货前需先经过专业鉴定，确保品质与描述相符，以保障消费者权益，提升购物体验，增强消费者对珠宝商品的信任度。

9月10日

《淘宝网“安心鉴”服务规范》

《淘宝网“安心鉴”服务规范》变更内容，包括调整珠宝检测服务商准入资质、检测收费标准

。

小红书

9月

《珠宝玉石类行业管理规范》

对于贵金属、珠宝玉石的商品，需提供具有CMA或CNAS资质的第三方质检机构出具的贵金属/珠宝玉石鉴定证书。

9月

《珠宝玉石商品发布及宣传规范》

新增珠宝玉石类[商品发布规范]、[内容宣传规范]，涉及禁售商品、贵金属纯度克重规范,商品信息要求及内容宣传要求等。

9月

《珠宝玉石类售后争议处理细则》

珠宝玉石类目售后争议处理细则细化，降低消费者投诉提高满意度。

10月

《珠宝玉石低劣质商品专项治理公告》

针对珠宝玉石商家展开低劣质商品治理，明确低劣质商品的定义、违规场景及平台处理措施

。

资料来源：观研天下整理（zlj）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国翡翠行业现状深度研究与投资趋势预测报告（2025-2032年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。

本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的

行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

目录大纲：

【第一部分 行业定义与监管】

第一章 2020-2024年中国翡翠行业发展概述

第一节 翡翠行业发展情况概述

一、翡翠行业相关定义

二、翡翠特点分析

三、翡翠行业基本情况介绍

四、翡翠行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、翡翠行业需求主体分析

第二节 中国翡翠行业生命周期分析

一、翡翠行业生命周期理论概述

二、翡翠行业所属的生命周期分析

第三节 翡翠行业经济指标分析

一、翡翠行业的赢利性分析

二、翡翠行业的经济周期分析

三、翡翠行业附加值的提升空间分析

第二章 中国翡翠行业监管分析

第一节 中国翡翠行业监管制度分析

一、行业主要监管体制

二、行业准入制度

第二节 中国翡翠行业政策法规

一、行业主要政策法规

二、主要行业标准分析

第三节 国内监管与政策对翡翠行业的影响分析

【第二部分 行业环境与全球市场】

第三章 2020-2024年中国翡翠行业发展环境分析

第一节 中国宏观环境与对翡翠行业的影响分析

一、中国宏观经济环境

一、中国宏观经济环境对翡翠行业的影响分析

第二节 中国社会环境与对翡翠行业的影响分析

第三节 中国对外贸易环境与对翡翠行业的影响分析

第四节 中国翡翠行业投资环境分析

第五节 中国翡翠行业技术环境分析

第六节 中国翡翠行业进入壁垒分析

一、翡翠行业资金壁垒分析

二、翡翠行业技术壁垒分析

三、翡翠行业人才壁垒分析

四、翡翠行业品牌壁垒分析

五、翡翠行业其他壁垒分析

第七节 中国翡翠行业风险分析

一、翡翠行业宏观环境风险

二、翡翠行业技术风险

三、翡翠行业竞争风险

四、翡翠行业其他风险

第四章 2020-2024年全球翡翠行业发展现状分析

第一节 全球翡翠行业发展历程回顾

第二节 全球翡翠行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲翡翠行业地区市场分析

一、亚洲翡翠行业市场现状分析

二、亚洲翡翠行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲翡翠行业市场前景分析

第四节 北美翡翠行业地区市场分析

一、北美翡翠行业市场现状分析

二、北美翡翠行业市场规模与市场需求分析

三、北美翡翠行业市场前景分析

第五节 欧洲翡翠行业地区市场分析

一、欧洲翡翠行业市场现状分析

二、欧洲翡翠行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲翡翠行业市场前景分析

第六节 2025-2032年全球翡翠行业分布走势预测

第七节 2025-2032年全球翡翠行业市场规模预测

【第三部分 国内现状与企业案例】

第五章 中国翡翠行业运行情况

第一节 中国翡翠行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国翡翠行业市场规模分析

一、影响中国翡翠行业市场规模的因素

二、中国翡翠行业市场规模

三、中国翡翠行业市场规模解析

第三节 中国翡翠行业供应情况分析

一、中国翡翠行业供应规模

二、中国翡翠行业供应特点

第四节 中国翡翠行业需求情况分析

一、中国翡翠行业需求规模

二、中国翡翠行业需求特点

第五节 中国翡翠行业供需平衡分析

第六节 中国翡翠行业存在的问题与解决策略分析

第六章 中国翡翠行业产业链及细分市场分析

第一节 中国翡翠行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、翡翠行业产业链图解

第二节 中国翡翠行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对翡翠行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对翡翠行业的影响分析

第三节 中国翡翠行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第七章 2020-2024年中国翡翠行业市场竞争分析

第一节 中国翡翠行业竞争现状分析

一、中国翡翠行业竞争格局分析

二、中国翡翠行业主要品牌分析

第二节 中国翡翠行业集中度分析

一、中国翡翠行业市场集中度影响因素分析

二、中国翡翠行业市场集中度分析

第三节 中国翡翠行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第八章 2020-2024年中国翡翠行业模型分析

第一节 中国翡翠行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节 中国翡翠行业SWOT分析

一、SWOT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国翡翠行业SWOT分析结论

第三节 中国翡翠行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第九章 2020-2024年中国翡翠行业需求特点与动态分析

第一节 中国翡翠行业市场动态情况

第二节 中国翡翠行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 翡翠行业成本结构分析

第四节 翡翠行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国翡翠行业价格现状分析

第六节 2025-2032年中国翡翠行业价格影响因素与走势预测

第十章 中国翡翠行业所属行业运行数据监测

第一节 中国翡翠行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国翡翠行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国翡翠行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十一章 2020-2024年中国翡翠行业区域市场现状分析

第一节 中国翡翠行业区域市场规模分析

一、影响翡翠行业区域市场分布的因素

二、中国翡翠行业区域市场分布

第二节 中国华东地区翡翠行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区翡翠行业市场分析

(1) 华东地区翡翠行业市场规模

(2) 华东地区翡翠行业市场现状

(3) 华东地区翡翠行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区翡翠行业市场分析

(1) 华中地区翡翠行业市场规模

(2) 华中地区翡翠行业市场现状

(3) 华中地区翡翠行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区翡翠行业市场分析

(1) 华南地区翡翠行业市场规模

(2) 华南地区翡翠行业市场现状

(3) 华南地区翡翠行业市场规模预测

第五节 华北地区翡翠行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区翡翠行业市场分析

(1) 华北地区翡翠行业市场规模

(2) 华北地区翡翠行业市场现状

(3) 华北地区翡翠行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区翡翠行业市场分析

(1) 东北地区翡翠行业市场规模

(2) 东北地区翡翠行业市场现状

(3) 东北地区翡翠行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区翡翠行业市场分析

(1) 西南地区翡翠行业市场规模

(2) 西南地区翡翠行业市场现状

(3) 西南地区翡翠行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区翡翠行业市场分析

(1) 西北地区翡翠行业市场规模

(2) 西北地区翡翠行业市场现状

(3) 西北地区翡翠行业市场规模预测

第九节 2025-2032年中国翡翠行业市场规模区域分布预测

第十二章 翡翠行业企业分析（随数据更新可能有调整）

第一节 企业一

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业二

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第三节 企业三

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第四节 企业四

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第五节 企业五

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第六节 企业六

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第七节 企业七

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第八节 企业八

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第九节 企业九

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第十节 企业十

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

【第四部分 展望、结论与建议】

第十三章 2025-2032年中国翡翠行业发展前景分析与预测

第一节 中国翡翠行业未来发展前景分析

一、中国翡翠行业市场机会分析

二、中国翡翠行业投资增速预测

第二节 中国翡翠行业未来发展趋势预测

第三节 中国翡翠行业规模发展预测

一、中国翡翠行业市场规模预测

二、中国翡翠行业市场规模增速预测

三、中国翡翠行业产值规模预测

四、中国翡翠行业产值增速预测

五、中国翡翠行业供需情况预测

第四节 中国翡翠行业盈利走势预测

第十四章 中国翡翠行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国翡翠行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国翡翠行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 翡翠行业品牌营销策略分析

一、翡翠行业产品策略

二、翡翠行业定价策略

三、翡翠行业渠道策略

四、翡翠行业推广策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202501/740647.html>