

行業概覽

本節及本文件其他章節所載資料及統計數據摘錄自我們委託弗若斯特沙利文就[編纂]獨立編製的行業報告。此外，除另有註明外，若干資料乃基於、源自或摘錄自不同政府機關及內部組織的出版物、市場統計數據提供商、與多個中國政府機構的溝通或其他獨立第三方來源。我們認為該等資料及統計數據的來源屬適當，並已合理審慎地摘錄及轉載該等資料。我們並無理由相信該等資料及統計數據屬虛假或具誤導性，或遺漏任何事實致使該等資料及統計數據屬虛假或具誤導性。來自政府官方來源、文件或聲明的資料及統計數據未經本公司、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]或彼等各自的任何董事、顧問及聯屬人士或參與[編纂]的任何其他人士或各方獨立核實，且並無就其準確性發表任何聲明。有關本行業風險的討論，請參閱本文件「風險因素」一節。

中國珠寶市場概覽

珠寶是一種貴重、天然或人造材料，經加工後用於佩戴裝飾。珠寶可能因其材料特性、圖案或有意義的符號而受到賞識。中國珠寶市場由2018年的人民幣5,800億元穩步增長至2023年的人民幣8,200億元，複合年增長率為7.2%，主要是由於購買力不斷提高及對日常佩戴的需求多樣化。展望未來，由於中國公民的購買力不斷提高，預計中國珠寶市場於2023年至2028年將以6.8%的複合年增長率增長，於2028年底前達到總銷售收入人民幣11,400億元。

2018年至2028年(估計)中國珠寶市場按銷售收入劃分的市場規模

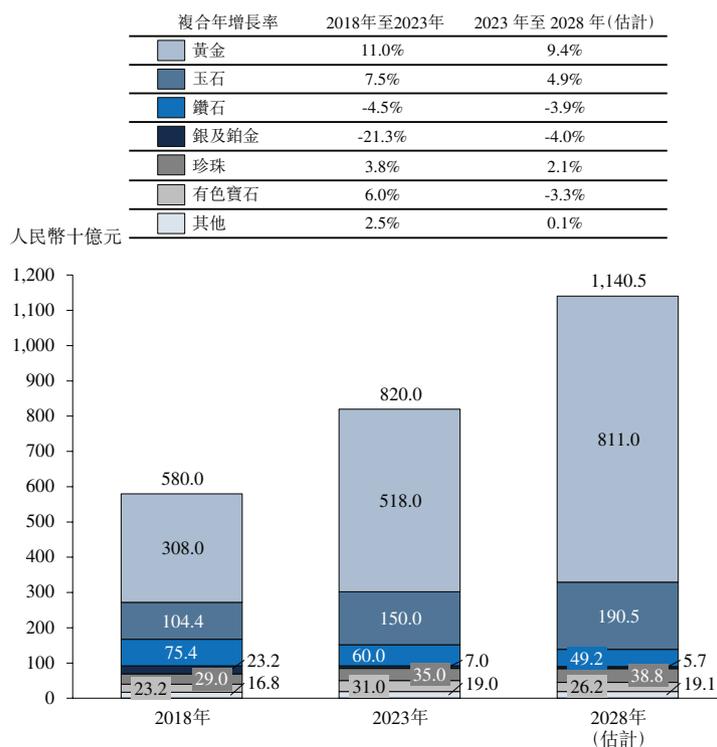


資料來源：中國珠寶玉石首飾行業協會、弗若斯特沙利文

行業概覽

按材料分類，珠寶可分為黃金珠寶、玉石珠寶、鑽石珠寶、銀及鉑金珠寶、有色寶石珠寶、珍珠珠寶及其他。下圖載列於所示期間按材料劃分的中國珠寶市場的歷史及預測市場規模。

2018年至2028年（估計）中國珠寶市場按材料劃分的市場規模



資料來源：中國珠寶玉石首飾行業協會、弗若斯特沙利文

黃金有家庭繁榮的吉祥含義，因此在中國流行了數千年。此外，黃金作為貴金屬的性質亦使黃金產品具有投資價值。黃金產品由於其歷久不衰的文化意義，於2023年在中國珠寶市場佔據63.2%的最大份額。2023年黃金珠寶市場的銷售收入為人民幣5,180億元，佔珠寶市場的63.2%，預計2028年將達到人民幣8,110億元，按9.4%的複合年增長率增長。在可預見的未來，預計黃金產品將繼續成為中國消費者中最受歡迎的珠寶品類。

行業概覽

中國黃金珠寶市場

緒言

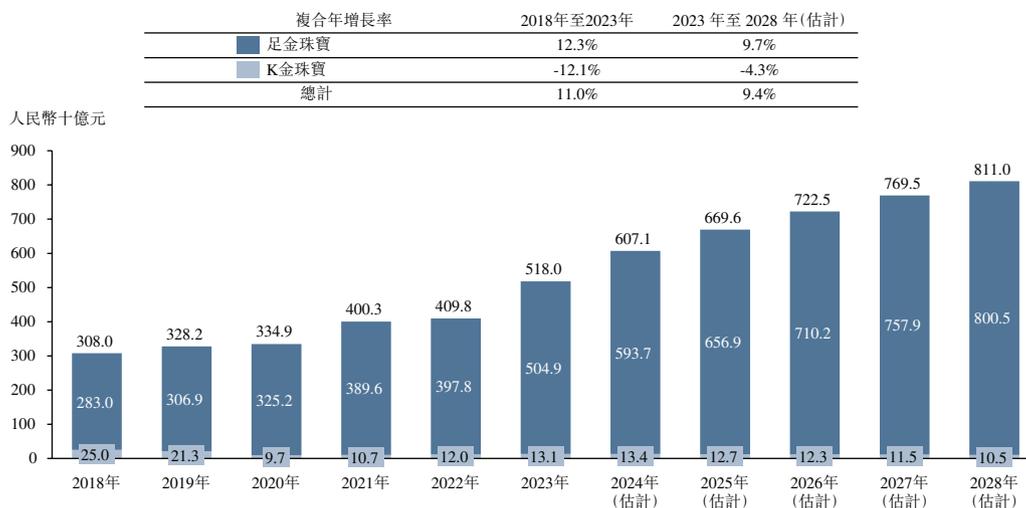
黃金珠寶以黃金為主要原材料。按銷售收入計，黃金珠寶的市場規模由2018年的人民幣3,080億元整體增長至2023年的人民幣5,180億元，複合年增長率為11.0%。2020年COVID-19疫情爆發及後續的管控措施自2020年以來阻礙了線下銷售的增長。展望未來，由於消費升級及年輕化消費群體的興起，黃金珠寶市場預計將繼續以複合年增長率9.4%的速度增長，於2028年達到人民幣8,110億元。

足金珠寶

就黃金純度而言，黃金珠寶可分為足金（黃金純度達99.0%及以上）及K金（通常指由黃金和其他金屬混合製成的合金，其含金量相等於或低於22K(91.6%)或甚至18K(75.0%)）。2023年足金珠寶市場規模為人民幣5,049億元，佔黃金珠寶市場的97.5%。隨著消費升級及對高品質黃金珠寶製品的需求不斷增加，預計2028年足金珠寶市場規模將進一步增長至人民幣8,005億元，佔黃金珠寶市場的98.7%，複合年增長率為9.7%。

下圖載列於所示期間按黃金純度劃分的中國黃金珠寶市場的歷史及預測市場規模。

2018年至2028年（估計）中國黃金珠寶市場按銷售收入劃分的市場規模



資料來源：中國珠寶玉石首飾行業協會、中國黃金協會、弗若斯特沙利文

行業概覽

中國黃金珠寶消費量呈波動趨勢，由2018年的736.3噸至2023年的706.5噸，2018年至2023年期間的複合年增長率為-0.8%，主要由於2020年及2022年疫情的廣泛影響。此外，經濟下行壓力導致整體消費疲軟，從而導致2019年消費量下降。考慮到消費者對黃金珠寶愈來愈偏好，預計黃金珠寶的消費量將穩步增長，到2028年將達到898.0噸，2023年至2028年的複合年增長率為4.9%。

下圖載列於所示期間中國黃金珠寶的過往及預測消費量。



資料來源：中國珠寶玉石首飾行業協會、中國黃金協會、弗若斯特沙利文

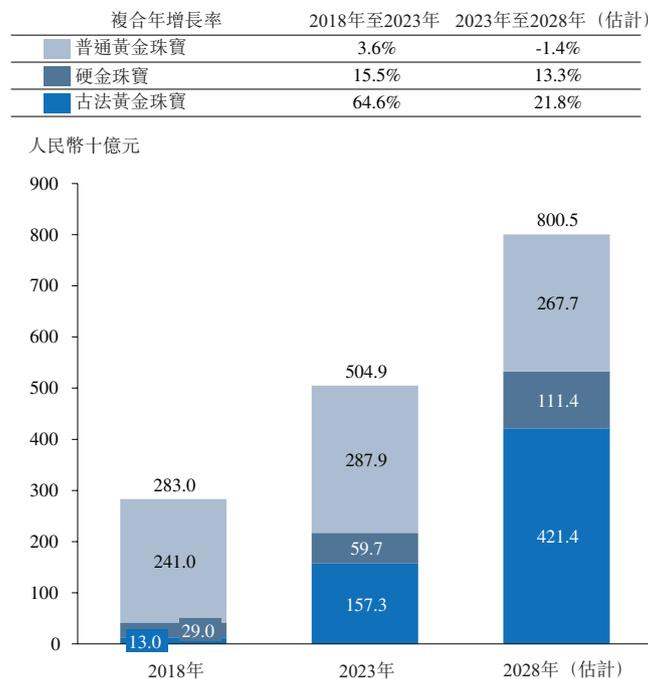
行業概覽

黃金珠寶加工技術

足金珠寶按加工技術可分為古法黃金珠寶、硬金珠寶及普通黃金珠寶。古法黃金珠寶為設計富蘊文化內涵的足金，經特殊的中國傳統技術(包括錘揲、鑿刻、鏤空、花絲、鑲嵌及燒藍)加工而成。由於所有的古法黃金珠寶均需要手工製作，部分加工步驟需要熟練工匠手工製作，古法黃金珠寶的生產通常較普通黃金珠寶更為昂貴及耗時。硬金珠寶具有高強度、輕巧的特點，主要採用電鑄方式生產，通過提高金含量、pH值、工作溫度、有機發光劑含量、電鑄溶液攪拌速度等方式可提高黃金的硬度和耐磨性。普通黃金珠寶是指通過常規加工技術(包括沖壓、車花、拋光等)而成的純金。該等技術現時可完全由自動機器完成。普通黃金珠寶通常容易變形且產品類型單一。

下圖載列於所示期間按加工技術劃分的中國足金珠寶市場的歷史及預測市場規模。

2018年至2028年(估計)中國足金珠寶市場按加工技術劃分的市場規模



資料來源：中國珠寶玉石首飾行業協會、中國黃金協會、弗若斯特沙利文

行業概覽

中國古法黃金珠寶市場

緒言

古法黃金珠寶指一種將現代設計與中國古典文化相結合，具有色彩溫潤、外觀精美或其他古代宮廷金飾特徵，並應用至少兩種及以上中國黃金協會發佈的《古法金飾品》團體標準（「**團體標準**」）中規定的中國傳統手工黃金製造工藝的純金珠寶。中國黃金協會於2001年經原國家經貿委及民政部聯合批准成立。根據弗若斯特沙利文的資料，其為中國黃金行業唯一的全國性法人組織，獲市場參與者廣泛認可。此外，經弗若斯特沙利文確認，其大部分成員為知名的行業參與者，包括黃金勘探、經營、加工、物流及投資企業、研究機構以及與黃金行業相關的其他機構。該團體標準由中國黃金珠寶行業的17名市場參與者起草。根據弗若斯特沙利文的資料，儘管違反團體標準並無法律後果，但自發佈以來已獲得業內廣泛認可，並具有指導意義。根據團體標準，用於製造古法黃金珠寶的技術主要包括錘揲、鑿刻、鏤空、花絲、鑲嵌及燒藍。消費者可通過觀察該產品的外觀，輕鬆辨別及識別該等黃金珠寶產品是否真正採用該等技術製成。

老鋪黃金是國內率先推廣古法黃金珠寶概念的品牌，並最早從事傳統工藝黃金珠寶的品牌化運營。自老鋪黃金於2009年推廣該概念起，古法黃金珠寶以其形態精緻、涵義雋永和文化內涵，從推出起便在珠寶市場掀起一股時尚熱潮。

隨著工藝的提高，鑲嵌鑽石和寶石的古法黃金珠寶應運而生，並逐漸在市場上流行。足金鑲嵌加工通常需要複雜的工藝，原因為黃金純度越高，黃金越軟，在鑲嵌過程中亦更容易劃花或彎曲黃金。同時，不專業的工藝可能會導致鑲嵌珠寶被擠壓變形，從而使寶石鬆動脫落。現時，市場上大多數鑲嵌產品均是K金鑲嵌產品，原因為K金的耐用性簡化了鑲嵌過程。根據弗若斯特沙利文的資料，老鋪黃金是市場上第一家開發足金鑲嵌產品的公司，引領了黃金珠寶業務的發展趨勢。

行業概覽

下圖載列於所示期間中國古法黃金珠寶歷史及預測市場規模。

2018年至2028年（估計）中國古法黃金珠寶市場按銷售收入劃分的市場規模



資料來源：中國珠寶玉石首飾行業協會、中國黃金協會、弗若斯特沙利文

行業概覽

古法黃金珠寶按銷售收入計的市場規模由2018年的人民幣130億元飆升至2023年的人民幣1,573億元，複合年增長率為64.6%。儘管受COVID-19疫情影響而導致2022年中國部分線下黃金珠寶零售店暫時性及區域性停業，但由於2017年至2022年市場的強勁增長抵銷了疫情的影響，主要因為古法黃金珠寶在年輕一代的受歡迎程度提高、消費者偏好升級，及在面臨不確定性時，黃金經常被視為避險投資，所以古法黃金珠寶市場於2022年仍保持正增長。近年來，古法黃金珠寶憑藉吉祥文化意義和美學設計吸引了年輕消費者的目光。由於主流消費群體轉向年輕一代和消費者偏好升級，古法黃金珠寶市場預期將於2028年達人民幣4,214億元，2023年至2028年複合年增長率為21.8%。與2018年至2023年相比，2023年至2028年古法黃金珠寶市場成長放緩，主要因為於2018年至2023年期間，古法黃金珠寶市場處於初始階段且市場規模的基數相對較小，因此具有強勁增長潛力且增長速度更快；當2023年古法黃金珠寶市場進入成熟期且市場規模達到一定水平時，已觸及大量潛在客戶，預計致使2023年至2028年市場增長率放緩，然而於該期間，市場規模的絕對值預計仍將強勁增長。

在一線城市，古法黃金珠寶市場的市場規模從2018年的人民幣51億元增至2023年的人民幣251億元，2018年至2023年的複合年增長率為37.8%，且預期於2028年達到人民幣627億元，2023年至2028年的複合年增長率為20.1%。於2023年，一線城市的人均可支配收入為人民幣80,999元，帶來較高的購買力及消費水平。

在新一線城市，古法黃金珠寶市場的市場規模從2018年的人民幣23億元增至2023年的人民幣340億元，複合年增長率為72.0%，且預期於2028年達到人民幣987億元，2023年至2028年的複合年增長率為23.7%。於2023年，新一線城市的人均可支配收入為人民幣55,921元，其居民的購買力相對較高，成長潛力也較大。隨著古法黃金珠寶在新一線城市的滲透率持續提高，預計未來市場將快速成長。

在省會城市（不包括一線及新一線城市）*，中國古法黃金珠寶市場於2023年的規模約為人民幣139億元。隨著古法黃金珠寶在該等城市的受歡迎程度不斷提高，市場規模預計將於2028年達到人民幣317億元，2023年至2028年的複合年增長率為17.9%。儘管該等城市的高端購物中心仍然較少，但是由於省會城市為全省的政治經濟中心，其

* 省會城市（不包括一線及新一線城市）包括瀋陽、石家莊、太原、長春、哈爾濱、福州、南昌、濟南、海口、貴陽、蘭州、西寧、呼和浩特、南寧、拉薩、銀川及烏魯木齊。

行業概覽

經濟實力雄厚且具備潛在的購買力，因此，古法黃金珠寶市場未來仍具有巨大的成長潛力。於2023年，該等省會城市的人均可支配收入為人民幣41,585元，高於全國平均人民幣39,218元。此外，省會城市高端購物中心的古法黃金珠寶品牌的主要競爭對手數量目前仍然相對較少，為新進入者在該等城市提供較大空間。

古法黃金珠寶市場的市場趨勢及驅動因素

年輕化的消費群體：古法黃金珠寶滿足20至30歲年輕人的審美及保值需求。古法黃金珠寶以其精美的外觀、吉祥的寓意和豐富的文化內涵，在珠寶市場上掀起一股盛行的時尚風，而這些特色對年輕消費群體特別具有吸引力。古法黃金珠寶將吸引更多年輕消費群體。年輕一代將逐漸成為未來古法黃金珠寶的主要消費群體。

更多元化及個性化的珠寶產品：中國消費者追求更多元化及個性化的珠寶。款式新穎、文化內涵獨特的珠寶產品將會更受消費者歡迎。未來，珠寶品牌將繼續創新，打造產品差異化，贏取整個市場的青睞。此外，古法黃金珠寶的工藝能夠兼容較複雜的設計，足以精準地滿足顧客表達自我的需求及通過創意設計實現內在感受，因此高淨值人群對定製古法黃金珠寶的需求亦在激增。

黃金與其他珍貴材料的融合：隨著技術的進步，黃金珠寶品牌將不斷創新更多與其他珍貴材料(如鑽石、綠松石、珍珠及有色寶石)相結合的古法黃金產品。例如，鑲鑽古法黃金珠寶結合了傳統與現代美學，產品推出市場隨即廣受歡迎。隨著技術不斷提升，未來在材料組合方面將有更多創新和嘗試。

「國潮」日漸流行：近年來，隨著「國潮」在年輕人中日漸流行，年輕一代更多人開始注意傳統中華品牌。古法黃金珠寶設計精美，文化內涵豐富且工藝精緻，因此被視為中國傳統文化的代表之一。古法黃金珠寶品牌目前在中國珠寶市場備受青睞，之前則由外國珠寶品牌長期獨領風騷。隨著年輕消費者對融入中國傳統工藝及文化的國內品牌及產品的興趣激增，預計古法黃金珠寶市場將會增長。

行業概覽

古法黃金珠寶行業的機會與挑戰

隨著消費升級，以及消費者對高品質、多元化、個性化黃金珠寶產品的需求不斷增加，古法黃金珠寶市場可望快速成長。此外，隨著網絡的普及和消費者對網絡購物的接受程度不斷提高，珠寶公司亦積極拓展線上銷售及推廣渠道，為古法黃金珠寶市場帶來更多機會。

然而，黃金珠寶市場競爭激烈。黃金珠寶品牌需要不斷提高產品品質及服務水平以吸引並留住消費者。黃金珠寶品牌需要打造品牌形象，並在品牌與目標客戶之間建立連結。此外，古法黃金珠寶市場亦開始出現設計、生產、營銷的同質化現象。黃金珠寶品牌需要不斷跟進新技術，創新新產品業態，滿足消費者對高品質及個性化產品的需求，並建立品牌壁壘。

競爭格局

於2023年，在古法黃金珠寶市場，老鋪黃金按古法黃金珠寶銷售收入計佔有2.0%份額。於2023年，中國古法黃金珠寶的市場規模為人民幣1,573億元。來自五大黃金珠寶品牌所產生的古法黃金珠寶產品總收入約為人民幣724億元，在整個市場中佔有46.1%份額。按收入計，老鋪黃金在中國古法黃金珠寶市場排名第七。於古法黃金珠寶市場的前十大參與者中，老鋪黃金是唯一專注於古法黃金珠寶產品的品牌和採用自營模式經營全部線下門店的僅有三個品牌之一。

下表載列於2023年五大古法黃金珠寶品牌及老鋪黃金銷售古法黃金珠寶產品所分別產生的預計收入及市場份額：

按2023年中國銷售古法黃金珠寶收入計五大古法黃金珠寶品牌

排名	公司	預計古法黃金 珠寶收入 (人民幣十億元)	市場份額 (%)
1	A公司 ⁽¹⁾	31.0	19.7
2	B公司 ⁽²⁾	17.3	11.0
3	C公司 ⁽³⁾	9.1	5.8
4	D公司 ⁽⁴⁾	8.6	5.7
5	E公司 ⁽⁵⁾	6.1	3.9
	小計	72.4	46.1
7	老鋪黃金	3.2	2.0

資料來源：上市公司年報、弗若斯特沙利文

行業概覽

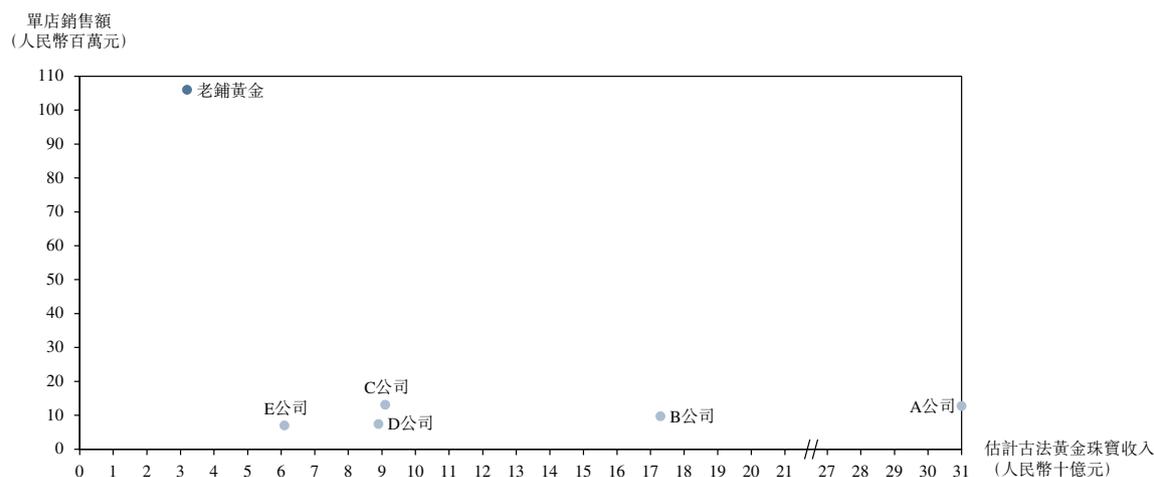
附註：

- (1) A公司為中國的珠寶品牌，成立於1929年，於2022年擁有7,655間線下門店。該公司主要從事銷售鑲寶石珠寶、鉑金／K金產品、黃金產品及手錶。該公司為一家於香港聯交所上市的公司，其於2023年的總收入估計為人民幣1,055億元。
- (2) B公司為中國老字號品牌之一，成立於1848年，於2023年擁有5,994間線下門店。該公司主要從事珠寶及黃金業務、文房及工藝品。該公司為一家於上海證券交易所上市的公司，根據其年報，其於2023年的總收入為人民幣714億元。
- (3) C公司為中國的黃金珠寶公司，成立於2010年，於2023年擁有4,257間線下門店。該公司主要從事黃金珠寶的銷售及金條加工。該公司為一家於上海證券交易所上市的公司，根據其年報，其於2023年的總收入為人民幣564億元。
- (4) D公司為一家中國綜合集團公司，成立於1987年，於2023年擁有4,994間線下門店。該公司主要經營珠寶時尚、食品飲料、美容保健、鐘錶、百貨等業務。該公司為一家於上海證券交易所上市的公司，根據其年報，其於2023年的總收入為人民幣581億元。
- (5) E公司為中國的黃金珠寶品牌之一，成立於2000年，於2023年擁有2,852間線下門店。該公司主要從事黃金珠寶產品的加工、零售、回收等業務。該公司為一家非上市公司。

於黃金珠寶市場，老鋪黃金於2022年及2023年按單店銷售額計排名中國主要黃金珠寶品牌首位。於2023年，中國黃金珠寶市場的市場規模為人民幣5,180億元。於2023年，老鋪黃金在中國黃金珠寶市場佔有0.6%份額。

儘管古法黃金珠寶市場競爭激烈，老鋪黃金實施差異化業務策略，在品牌定位、產品主題和銷售網絡方面遙遙領先。下圖說明按2023年中國銷售古法黃金珠寶收入計五大古法黃金珠寶品牌的競爭格局和老鋪黃金的獨特市場地位：

老鋪黃金及按中國銷售古法黃金珠寶收入計五大古法黃金珠寶品牌的競爭格局（2023年）



資料來源：上市公司年報、弗若斯特沙利文

行業概覽

附註：

- (1) 單店銷售額指公司的珠寶收入總額除以珠寶門店數。相較於A公司、B公司、C公司、D公司及E公司，老鋪黃金的單店銷售額非常高，主要是因為其零售店數遠少於同業而取得了出色的銷售業績，這是由於本公司採用全自營業務模式，而且主要於一線城市、客戶購買力較高的高端購物中心及／或本地知名商業中心營運零售店，而同業開設的零售店數量則遠超本公司，其中包括於一、二線城市、甚至包括三、四線城市的自營店及加盟店。
- (2) A公司為中國的珠寶品牌，成立於1929年，於2023年擁有7,885間線下門店。該公司主要從事銷售鑲寶石珠寶、鉑金／K金產品、黃金產品及手錶。該公司為一家於香港聯交所上市的公司，根據其年報，其於2023年的總收入估計為人民幣1,055億元。
- (3) B公司為中國老字號品牌之一，成立於1848年，於2023年擁有5,994間線下門店。該公司主要從事珠寶及黃金業務、文房及工藝品。該公司為一家於上海證券交易所上市的公司，根據其年報，其於2023年的總收入為人民幣714億元。
- (4) C公司為中國的黃金珠寶公司，成立於2010年，於2023年擁有4,257間線下門店。該公司主要從事黃金珠寶的銷售及金條加工。該公司為一家於上海證券交易所上市的公司，根據其年報，其於2023年的總收入估計為人民幣564億元。
- (5) D公司為一家中國綜合集團公司，成立於1987年，於2023年擁有4,994間線下門店。該公司主要經營珠寶時尚、食品飲料、美容保健、鐘錶、百貨等業務。該公司為一家於上海證券交易所上市的公司，根據其年報，其於2023年的總收入估計為人民幣581億元。
- (6) E公司為中國的黃金珠寶品牌之一，成立於2000年，於2023年擁有2,852間線下門店。該公司主要從事黃金珠寶產品的加工、零售、回收等業務。該公司為一家非上市公司。
- (7) 按中國2022年古法黃金珠寶收入計，A、B、C、D及E公司為古法黃金珠寶市場的五大參與者。按2023年中國銷售古法黃金珠寶的收入計，A、B、C、D及E公司的市場份額分別為19.7%、11.0%、5.8%、5.7%及3.9%。

此外，門店的位置對品牌定位至關重要。截至2024年4月，老鋪黃金在中國十大高端購物中心的覆蓋率為80%，在中國黃金珠寶品牌中排名第一。下圖概述主要珠寶品牌在中國十大高端購物中心的覆蓋率：

珠寶品牌		截至2024年4月主要珠寶品牌在中國十大高端購物中心的覆蓋率
1	寶格麗	100%
2	卡地亞、梵克雅寶、斐登	90%
3	老鋪黃金、周大福、蒂芙尼、Chaumet	80%
4	周生生	70%
5	Qeelin、何方珠寶、寶詩龍、APM Monaco	60%

資料來源：公開數據、弗若斯特沙利文

行業概覽

附註：

- * 一家購物中心若達到所需的高端奢侈品牌矩陣，可視為「高端」，即前五大奢侈時尚品牌至少三家進駐該購物中心。該排名由多個奢侈品牌排行榜組成，包括《福布斯》(一個著重商業、投資、科技、創業、領導力及生活方式的美國商業雜誌)公佈的「2023線上最受歡迎奢侈品牌TOP10」、《LUXE Digital》(一個專注於奢侈時尚、旅遊、文化及商業的電子雜誌)公佈的「線上最受歡迎奢侈品牌」及品牌價值顧問公司(每年於各分部發佈全球品牌排行榜的品牌價值評估和諮詢機構)公佈的「2023全球高檔和奢侈品牌排行」。根據弗若斯特沙利文的資料，中國十大高端購物中心為北京SKP、南京德基廣場、北京國貿商城、上海國金中心中心、上海恒隆廣場、杭州大廈、杭州萬象城、西安SKP、廣州太古匯及成都國際金融中心。

下表載列截至2024年4月三大黃金珠寶品牌在一線城市及新一線城市高端購物中心分別所佔的比例：

黃金珠寶品牌		在一線城市 高端購物中心的 覆蓋率
1	周大福／周生生	100%
2	老鋪黃金	50%
3	菜百	25%

黃金珠寶品牌		在新一線城市 高端購物中心的 覆蓋率
1	周大福	66.7%
2	周生生	60.0%
3	老鋪黃金	33.3%

資料來源：各品牌的公開資料及官方網站、弗若斯特沙利文。

附註：

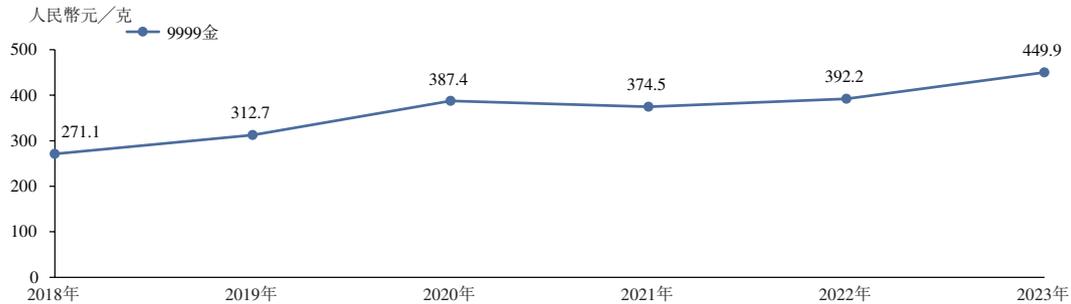
- * 在相關分級城市的高端購物中心的覆蓋率指品牌已覆蓋高端購物中心的該分級城市數量除以同一分級城市總數。例如，在一線城市，老鋪黃金已進駐北京及上海的高端購物中心，覆蓋率為兩個一線城市除以一線城市總數(4個)，即50%。

行業概覽

主要原材料價格走勢

上海黃金交易所買賣的最高純度級別的足金(9999金)及鑽石是老鋪黃金的主要原材料。

中國黃金(9999金)價格趨勢



資料來源：上海黃金交易所、弗若斯特沙利文

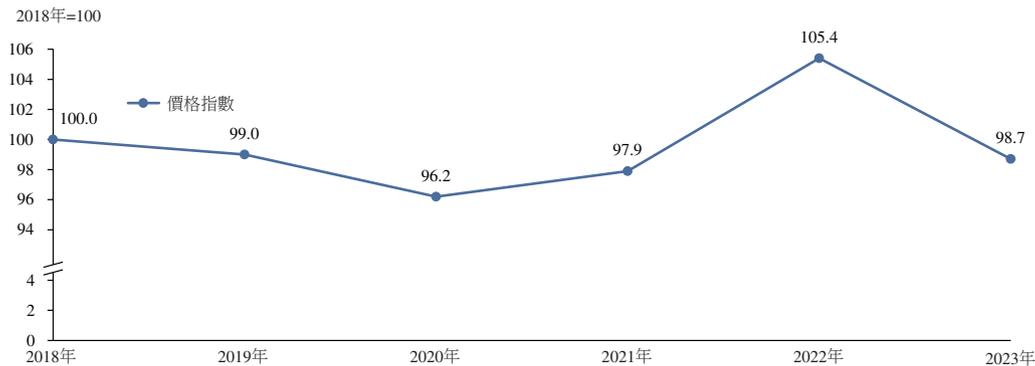
中國的黃金價格與國際黃金價格呈正相關，而國際市場的大部分黃金價格以美元計價。由於國內市場供應短缺並因此進口大量黃金，中國的黃金價格高於國際黃金價格，增添了現貨價格的實物交付、倉儲、地稅、本地貨幣兌換為美元等成本。老鋪黃金的產品售價增長與中國黃金價格的上升走勢大體一致。

中國9999金的年均現貨價格呈總體上升趨勢，由2018年的人民幣271.1元/克升至2023年的人民幣449.9元/克，歸因於多種因素，包括全球政治及經濟環境的波動、黃金需求強勁，尤其是珠寶行業。特別是2020年，因爆發COVID-19疫情，國際經濟環境面臨諸多不確定性。黃金作為避險資產，受到投資者的歡迎。此外，由於地緣政治衝突及通脹上升，推高黃金需求以對沖風險，黃金現貨價格於2023年創下人民幣449.9元/克的歷史新高。

對黃金珠寶公司而言，金價上漲表明黃金珠寶公司的存貨相應升值。此外，黃金價格的持續上漲將激發消費者的投資熱情，推高黃金珠寶產品的需求。在客戶對黃金「買漲」理念的推動下，黃金珠寶的需求很可能會隨著金價上漲而增加。

行業概覽

2018年至2023年全球鑽石價格指數



資料來源：Diamond Search Engine、弗若斯特沙利文

大部分原材料開採於俄羅斯、澳洲、加拿大、南非等地。受俄烏戰爭影響，作為全球最大鑽石出口國之一的俄羅斯被美國及歐洲列入制裁名單，導致2022年第一季度以來全球鑽石供應短缺。儘管鑽石價格因短期短缺而上漲，但實驗室培育鑽石 (LGD) 的快速發展導致了2023年鑽石價格下降，因為實驗室培育鑽石可以大量生產並以更低的價格出售。

香港及澳門古法黃金珠寶市場

香港及澳門對傳統黃金珠寶均有根深蒂固的鑒賞文化。這種對黃金珠寶的喜愛不單在於其美學價值，還在於其象徵意義。黃金珠寶通常被視為財富、繁榮及好運的象徵，使其在當地文化中受到高度重視。此外，遊客（尤其是來自中國的遊客）是香港及澳門古法黃金珠寶市場的重要推動力，因為香港及澳門的古法黃金珠寶定價較中國更為優惠。香港及澳門的領先古法黃金珠寶品牌為周大福、六福及周生生。香港及澳門兩地的古法黃金珠寶市場均相對飽和，這是由於其作為本地品牌的在地優勢及累積的良好聲譽。於2023年，香港及澳門的古法黃金珠寶市場規模為139億港元及45億港元，且將預計於2023年至2028年分別以16.0%及19.3%的複合年增長率增長。

新加坡古法黃金珠寶市場

鑒於新加坡大多數人是華裔，新加坡的時尚潮流深受中國市場影響。隨著古法黃金珠寶在中國的流行，受互聯網平台廣泛傳播資訊的影響，新加坡消費者亦開始關注這種精緻且文化豐富的黃金珠寶產品。此外，由於古法黃金品質優良、設計典雅，加上其細緻的中國傳統工藝，新加坡各大黃金珠寶公司近年陸續推出多種古法黃金產品系列以吸引顧客。新加坡古法黃金珠寶市場相對集中，其中領先黃金珠寶品牌包括SK Jewelry、周大福及寶興珠寶。新加坡的古法黃金珠寶市場在近年興起，2023年市場規模為85.8百萬美元，預計於2023年至2028年將按23.4%的複合年增長率增長。

行業概覽

東京古法黃金珠寶市場

由於經濟發展迅速及當地居民青睞精緻的黃金珠寶，加上中國黃金珠寶品牌在東京快速擴張，東京等其他亞洲城市的古法黃金珠寶市場亦正在興起。

日本與中國的文化習俗相近。於2023年，約8.7百萬名中國游客到訪日本，約佔日本所有外國遊客的34.5%。源自中國的古法黃金珠寶在日本處於發展初期。於2023年，東京的古法黃金珠寶市場規模為5.6百萬美元，預計於2028年將達到11.0百萬美元，2023年至2028年的複合年增長率為14.5%。古法黃金珠寶以其精湛的工藝及豐富的文化內涵而著稱，而目前東京古法黃金珠寶市場的主要參與者為周大福。

古法黃金珠寶市場的准入壁壘

品牌壁壘：品牌知名度及品牌規模是消費者對產品質量及相關服務信心的保證，尤其對古法黃金珠寶品牌而言更是如此。強大的品牌形象通常代表客戶的認可。然而，品牌形象和知名度的形成是黃金珠寶企業長期塑造、管理和投資的結果。對於行業新進入者而言，在短時間內樹立起品牌形象是一個巨大的挑戰。

產品設計壁壘：當今中國消費者非常重視古法黃金珠寶產品的質量、設計及文化內涵。黃金珠寶公司能否瞬間洞察市場趨勢並推出新產品線至關重要，這取決於強大的設計團隊及高效的產品設計及生產系統。然而，建立專業的設計團隊需要時間，而頂級黃金珠寶品牌的經典設計已經深入人心，這使得初創公司難以在短期內推出廣受認可的產品。

銷售渠道壁壘：建立一個完整的銷售網絡需要耗費大量時間和資源，並需要具備一支經驗豐富的管理團隊，才能在各個層面形成並維持長期穩定可靠的合作。對於奢侈品品牌而言，在頂級購物中心抓住高淨值客戶至關重要，而這些購物中心通常具有較高的進入壁壘。然而，銷售渠道的建立及管理能力對黃金珠寶市場的新進入者構成巨大挑戰。

財務壁壘：古法黃金珠寶行業需要投入大量資本，從上游的原材料採購到中游的生產加工，再到下游的銷售網絡建立。此外，原材料涉及黃金、鑽石等珍貴材料，初始財務投資巨大。因此，該行業的新進入者面臨較高的資本壁壘。

行業概覽

董事確認

董事確認，經作出合理查詢後，自弗若斯特沙利文報告日期起，市場資料並無重大不利變動，而可能導致對本節所載資料的準確性及完整性在重大方面造成限制、矛盾、失實或其他不利影響。

資料來源

就[編纂]而言，我們已委聘弗若斯特沙利文對中國黃金珠寶市場進行詳細分析並編製市場研究報告。弗若斯特沙利文為一間於1961年在美國成立的獨立全球市場研究及諮詢公司。弗若斯特沙利文提供的服務包括對多個行業進行市場評估、競爭基準分析及策略與市場規劃。就編製及使用弗若斯特沙利文報告向弗若斯特沙利文支付的協定費用為人民幣500,000元。支付該款項並非取決於我們成功[編纂]或弗若斯特沙利文報告的結果。除弗若斯特沙利文報告外，我們並無就[編纂]委託編製任何其他市場研究報告。我們已將弗若斯特沙利文報告的若干資料載入本文件，因為我們認為該等資料有助潛在投資者了解黃金珠寶市場。除另有註明外，本節的市場估計或預測代表弗若斯特沙利文對黃金珠寶市場未來發展的看法。

在編製弗若斯特沙利文報告時，弗若斯特沙利文依賴其內部數據庫、獨立第三方報告及來自知名行業組織的公開數據。如有必要，弗若斯特沙利文會聯絡業內公司，以收集及綜合有關市場、價格的資料及其他相關資料。弗若斯特沙利文已審慎收集及審閱所收集的資料，並相信編製弗若斯特沙利文報告所用的基本假設（包括用於作出未來預測的假設）屬事實、正確且無誤導性。弗若斯特沙利文獨立分析資料，但其審閱結論的準確性在很大程度上取決於所收集資料的準確性。在編製及準備研究時，弗若斯特沙利文假設相關市場的社會、經濟及政治環境於預測期內很可能仍保持穩定，從而確保黃金珠寶市場的穩定及健康發展。此外，弗若斯特沙利文乃基於以下基礎及假設進行預測：(i)全球範圍內的經濟很可能於未來十年仍保持穩定增長，及(ii)黃金珠寶市場預期將基於經濟體的宏觀經濟假設而增長。弗若斯特沙利文的研究可能會受到該等假設的準確性以及選擇一手及二手資料來源的影響。除另有註明外，本節所有數據及預測均來自弗若斯特沙利文報告。