

2025-2031年中国饰品行业 分析与未来发展趋势报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2025-2031年中国饰品行业分析与未来发展趋势报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202410/470211.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

目前，我国饰品行业形成已经形成规模较大、门类齐全的产业，产品的的多样化不断提升，生产企业数量不断增多。2024年，我国饰品行业市场规模达3468亿元。

经过多年的发展，我国饰品行业形成了以贵金属饰品为主的市场状况。目前行业内的产品同质化程度较高，领先企业主要通过加强设计感、品牌形象缔造等方式形成了一定程度的竞争优势。未来，随着客户对于产品类别与档次的变化，行业整合将不断加强，领先企业的市场份额将逐步提升。

随着2024年全国区域性新冠肺炎疫情恢复后经济的复苏，支持性消费政策带来新的发展机遇，饰品行业或将呈现出较强的增长态势。预计2025-2031年我国饰品行业市场规模年复合增长率（CAGR）为4.75%，到2024年我国饰品行业市场规模将达到4657亿元。

中企顾问网发布的《2025-2031年中国饰品行业分析与未来发展趋势报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第1章：饰品行业综述及数据来源说明

1.1饰品行业界定

1.1.1饰品的界定

1.1.2饰品的分类

1.1.3《国民经济行业分类与代码》中饰品行业归属

1.2本报告研究范围界定说明

1.3本报告数据来源及统计标准说明

1.3.1本报告权威数据来源

1.3.2本报告研究方法及统计标准说明

第2章：中国饰品行业宏观环境分析（PEST）

2.1中国饰品行业政策（Policy）环境分析

2.1.1中国饰品行业监管体系及机构介绍

（1）中国饰品行业主管部门

（2）中国饰品行业自律组织

2.1.2中国饰品行业标准体系建设现状

- (1) 中国饰品行业标准体系建设
- (2) 中国饰品行业现行标准汇总
 - 1) 中国饰品行业现行国家标准汇总
 - 2) 中国饰品行业现行行业标准汇总
 - 3) 中国饰品行业现行地方标准汇总
 - 4) 中国饰品行业现行团体标准汇总
- (3) 中国饰品行业现行标准分析
- 2.1.3中国饰品行业国家层面发展相关政策规划汇总
 - (1) 中国饰品行业国家层面发展相关政策汇总
 - (2) 中国饰品行业国家层面发展相关规划汇总
- 2.1.4中国饰品行业国家层面重点政策解析
 - (1) 关税政策
 - (2) 消费税政策
 - (3) 增值税政策
- 2.1.5中国饰品行业政策强度分析
- 2.1.6政策环境对饰品行业发展的影响总结
- 2.2中国饰品行业经济（Economy）环境分析
 - 2.2.1中国宏观经济发展现状
 - (1) 中国GDP及增长情况
 - (2) 中国居民消费价格（CPI）
 - (3) 中国社会消费品零售情况
 - (4) 中国对外贸易出口情况
 - 2.2.2中国宏观经济发展展望
 - (1) 国际机构对中国GDP增速预测
 - (2) 国内机构对中国宏观经济指标增速预测
 - 2.2.3中国宏观经济发展对饰品行业的影响
- 2.3中国饰品行业社会（Society）环境分析
 - 2.3.1中国饰品行业社会环境分析
 - (1) 中国人口性别结构
 - (2) 中国居民人均可支配收入
 - (3) 中国居民人均消费支出及结构
 - 1) 中国居民人均消费支出

2) 中国居民消费结构变化

(4) 中国居民消费变化

1) 对国产品牌的倾向性更高

2) 中国消费升级演进历程

3) 中国消费变革的八大趋势

4) 新世代消费力提升

5) 男性饰品消费情况

(5) 中国居民消费渠道情况

1) 网上零售额逐年增长

2) 线上渠道成为主要购物渠道

2.3.2 社会环境对饰品行业发展的影响总结

2.4 中国饰品行业技术 (Technology) 环境分析

2.4.1 中国饰品行业技术生命周期

2.4.2 中国饰品行业科研创新成果

(1) 中国饰品行业专利申请及授权情况

(2) 中国饰品行业专利公开情况

(3) 中国饰品行业热门申请人情况

(4) 中国饰品行业热门技术分析

2.4.3 技术环境对饰品行业发展的影响总结

第3章：全球饰品行业发展现状调研及市场趋势洞察

3.1 全球饰品行业发展历程介绍

3.2 全球饰品行业发展现状及市场规模体量分析

3.2.1 全球饰品市场规模体量状况

3.2.2 全球饰品产品结构状况

3.3 全球饰品行业区域发展格局及重点区域市场研究

3.3.1 全球饰品行业区域发展格局

(1) 全球饰品行业各大洲发展格局

(2) 全球饰品产业资源区域发展格局

(3) 全球饰品行业细分领域发展格局

3.3.2 全球饰品行业重点区域分析

(1) 日本饰品行业发展状况分析

1) 日本饰品行业市场发展概况

- 2) 日本饰品行业产品结构
- 3) 日本饰品行业竞争格局
- (2) 欧洲饰品行业发展状况分析
- 1) 英国饰品行业发展状况分析
- 2) 意大利饰品行业发展状况分析
- 3.4全球饰品行业市场竞争格局及重点企业案例研究
- 3.4.1全球饰品市场区域集中度状况
- 3.4.2全球饰品行业市场竞争梯队
- 3.4.3全球饰品行业兼并重组状况
- (1) 重点企业兼并重组事件汇总解读
- (2) 重点地区兼并重组状况
- 3.4.4全球饰品行业重点企业案例
- (1) Tiffany蒂芙尼
- 1) 企业基本信息
- 2) 企业运营状况
- 3) 企业饰品产品布局状况
- 4) 企业饰品营销模式分析
- 5) 企业饰品业务在华布局
- (2) Pandora潘多拉
- 1) 企业发展历程及基本信息
- 2) 企业运营状况
- 3) 企业饰品业务布局状况
- 4) 企业饰品业务销售网络布局
- 5) 企业饰品业务市场地位及在华布局
- (3) LVMH集团
- 1) 企业发展历程及基本信息
- 2) 企业运营状况
- 3) 企业饰品业务布局状况
- 4) 企业饰品业务销售网络布局
- 5) 企业饰品业务市场地位及在华布局
- 3.5全球饰品行业发展趋势预判及市场前景预测
- 3.5.1全球饰品行业发展趋势预判

3.5.2全球饰品行业市场前景预测

3.6全球饰品行业发展经验借鉴

第4章：中国饰品行业市场供需状况及发展痛点分析

4.1中国饰品行业发展历程

4.2中国饰品行业进出口分析

4.2.1中国饰品行业进出口贸易概况

4.2.2中国饰品行业进口贸易状况

（1）饰品行业进口贸易规模

（2）饰品行业进口产品结构

（3）饰品行业进口来源地

4.2.3中国饰品行业出口贸易状况

（1）饰品行业出口贸易规模

（2）饰品行业出口产品结构

（3）饰品行业出口目的地

4.2.4中国饰品行业进出口贸易影响因素及发展趋势

（1）中国饰品行业进出口贸易影响因素

（2）中国饰品行业进出口贸易发展趋势预判

4.3中国饰品行业市场主体类型及入场方式

4.4中国饰品行业市场供给状况规模及特征

4.4.1中国饰品行业市场企业数量状况

（1）按市场注册企业

（2）按规模以上企业

4.4.2中国饰品行业代表企业供给能力分析

4.5中国饰品行业市场需求状况

4.5.1中国饰品行业代表性企业销量状况

4.5.2中国饰品行业代表性企业销售收入状况

4.6中国饰品行业主要运营指标分析

4.6.1主要经济效益指标分析

4.6.2主要盈利能力指标分析

4.7中国饰品行业价格水平状况

4.8中国饰品行业市场规模体量分析

4.9中国饰品行业市场痛点分析

第5章：中国饰品行业运营和营销模式分析

5.1饰品行业主要运营分析

5.1.1名创优品模式

（1）名创优品运营模式

- 1) 运营模式——“零售伙伴”加盟模式
- 2) 产品开发模式——自有加三方团队，快速创新
- 3) 生产模式——深度合作优质供应商
- 4) 营销模式——与知名IP联名提升品牌形象

（2）名创优品关键成功因素

5.1.2BA饰物局模式

（1）BA饰物局市场定位

（2）BA饰物局运营模式

（3）BA饰物局关键成功因素

5.1.3DR钻戒模式

（1）DR钻戒饰品市场定位

（2）DR钻戒营销策略分析

（3）DR钻戒关键成功因素分析

5.1.4周大福模式

（1）周大福市场定位

（2）周大福营销战略分析

（3）周大福关键成功因素分析

5.2饰品行业新型营销模式分析

5.2.1精细珠宝新型营销模式分析

（1）直播带货+珠宝首饰

（2）IP合作+珠宝首饰

（3）KOL种草+珠宝首饰

（4）粉丝经济+珠宝首饰

5.2.2时尚饰品新型营销模式分析

（1）圈层文化+时尚饰品

（2）海量SKU+时尚饰品

（3）S2K2C模式+时尚饰品

5.3饰品行业运营和营销模式的演进及发展趋势预判

第6章：中国饰品行业市场竞争状况及融资并购分析

6.1中国饰品行业市场竞争格局

6.1.1中国饰品行业产业集群状况

（1）国内饰品产业集群分析

1) 广州四会特色产业基地

2) 广州番禺特色产业基地

3) 云南瑞丽特色产业基地

4) 云南腾冲特色产业基地

5) 山东昌乐特色产业基地

（2）国内饰品产业集群外部因素分析

1) 资源条件

2) 政府职能

3) 经济条件

（3）国内饰品产业集群内部因素分析

1) 集群内的技术创新

2) 集群内的企业素质

3) 集群的组织结构

（4）国内饰品产业集群竞争分析

6.1.2中国饰品行业企业竞争格局分析

（1）不同类别品牌竞争格局分析

（2）不同细分品类竞争格局分析

（3）不同品牌区域竞争格局分析

6.2中国饰品行业市场集中程度分析

6.3中国饰品行业波特五力模型分析

6.3.1中国饰品行业供应商的议价能力

6.3.2中国饰品行业消费者的议价能力

6.3.3中国饰品行业新进入者威胁

6.3.4中国饰品行业替代品威胁

6.3.5中国饰品行业现有企业竞争

6.3.6中国饰品行业竞争状态总结

6.4中国饰品行业投融资、兼并与重组状况

6.4.1中国饰品行业投融资发展状况

6.4.2中国饰品行业兼并与重组状况

第7章：中国饰品产业链结构及产业链上游布局状况研究

7.1中国饰品产业结构属性（产业链）分析

7.1.1中国饰品产业链结构梳理

7.1.2中国饰品产业链生态图谱

7.2中国饰品产业价值属性（价值链）分析

7.2.1中国饰品行业成本结构和价格传导机制分析

7.2.2中国饰品行业价值链分析

7.3中国饰品行业上游市场分析——金属及合金

7.3.1黄金市场

（1）黄金市场供需状况

1）黄金产量情况分析

2）黄金消费量情况分析

（2）黄金市场价格走势

（3）中国黄金发展趋势及前景

7.3.2白银市场

（1）白银矿储量与分布状况

1）白银储量分析

2）主要的银矿产区及类型

（2）中国白银供给状况

（3）中国白银需求状况

（4）中国白银价格状况

（5）白银消费需求结构状况

（6）中国白银发展趋势及前景

7.3.3合金市场

（1）合金市场概况

（2）铜合金市场分析

1）铜合金市场概况

2）铜合金进出口情况

（3）铅锡合金市场分析

1）铅锡合金性能特点

2）铅锡合金应用于饰品的优势

7.3.4中国金属及合金行业发展对饰品行业影响

7.4中国饰品行业上游市场分析——彩宝

7.4.1中国彩宝市场概述

(1) 彩宝细分市场分析

(2) 彩宝市场品种与分布

7.4.2红宝石市场分析

(1) 红宝石供给情况

(2) 红宝石需求情况

1) 红宝石优化处理需求状况

2) 红宝石重量需求状况

(3) 红宝石价格水平情况

(4) 影响红宝石价格的因素

7.4.3蓝宝石市场分析

(1) 蓝宝石供给情况

(2) 蓝宝石需求情况

1) 蓝宝石种类需求情况

2) 蓝宝石优化处理需求情况

3) 蓝宝石颜色需求情况

(3) 蓝宝石价格水平情况

(4) 影响蓝宝石价格的因素

7.4.4中国彩宝行业发展趋势及前景

7.4.5中国彩宝市场对饰品行业影响

7.5中国饰品行业上游市场分析——天然钻石

7.5.1天然钻石行业供需情况

(1) 全球天然钻石行业供给

(2) 全球天然钻石需求供给

7.5.2天然钻石进口情况分析

(1) 中国天然钻石进口规模情况

(2) 中国天然钻石进口价格走势

7.5.3天然钻石市场区域竞争情况

7.5.4中国天然钻石行业发展趋势及前景

7.5.5天然钻石市场市场对饰品行业影响

7.6中国饰品行业上游市场分析——珍珠

7.6.1中国珍珠市场供需状况

(1) 珍珠市场供给状况

(2) 珍珠市场需求状况

7.6.2珍珠市场竞争格局状况

(1) 区域竞争格局

(2) 品牌竞争格局

7.6.3中国珍珠行业发展趋势及前景

7.6.4中国珍珠市场对饰品行业影响

7.7中国饰品行业上游市场分析——其他材料

7.7.1中国水晶市场分析

(1) 水晶矿储量与分布

(2) 水晶价格走势与预测

7.7.2中国翡翠玉石市场分析

(1) 中国玉石产地分布

(2) 中国翡翠交易市场分布

7.7.3中国培育钻石市场分析

(1) 培育钻石的技术方法

(2) 饰品行业入局培育钻石情况

(3) 培育钻石壁垒分析

(4) 培育钻石供应状况

(5) 中国培育钻石行业发展趋势及前景

(6) 中国培育钻石市场对饰品行业影响

第8章：中国饰品行业主要产品市场分析

8.1中国饰品行业主要产品概况

8.2中国饰品行业主要产品市场分析——黄金饰品

8.2.1中国黄金饰品需求状况

8.2.2中国黄金饰品品类结构

8.2.3中国黄金饰品价格状况

8.2.4中国黄金饰品发展趋势及前景

8.3中国饰品行业主要产品市场分析——钻石饰品

8.3.1中国钻石饰品行业发展现状

8.3.2中国钻石饰品消费环境

8.3.3中国钻石饰品消费场景

8.3.4中国钻石饰品价格状况

8.3.5中国钻石饰品发展趋势及前景

8.4中国饰品行业主要产品市场分析——档位分类

8.4.1时尚饰品市场分析

(1) 时尚饰品行业现状分析

(2) 时尚饰品行业竞争格局分析

(3) 时尚饰品行业发展前景和发展趋势分析

1) 发展趋势分析

2) 发展前景分析

8.4.2高端珠宝饰品市场分析

(1) 高端珠宝饰品行业现状分析

(2) 高端珠宝饰品行业发展前景和发展趋势分析

1) 发展趋势分析

2) 发展前景分析

第9章：中国饰品产业链下游状况研究

9.1中国饰品行业下游用户画像分析

9.1.1饰品消费群体年龄代际分布

9.1.2饰品消费选择偏好

9.1.3消费者关注的高端饰品品类

9.1.4购买贵重饰品的动机分析

(1) 男性购买贵重饰品的动机

(2) 女性购买贵重饰品的动机

9.2中国饰品行业下游销售渠道分析

9.2.1品牌自营店渠道分析

9.2.2百货零售渠道分析

(1) 百货业发展现状

(2) 代表企业经营情况

(3) 百货业发展趋势

9.2.3购物中心渠道分析

(1) 购物中心发展现状

1) 购物中心面积总体分布

2) 购物中心总数

3) 购物中心业态分析

(2) 代表企业经营情况

(3) 购物中心饰品销售现状

9.2.4非品牌批发渠道分析

9.2.5电商零售渠道分析

(1) 电子商务行业发展现状分析

(2) 中国电子商务行业市场竞争格局分析

(3) 饰品行业电子商务发展现状

1) 饰品电商主要模式

2) 饰品电商案例分析

(4) 电商对饰品行业影响分析

1) 电子商务对饰品行业影响

2) 饰品行业在电商环境下的问题

3) 饰品行业在电商环境下的对策

9.2.6直播渠道分析

(1) 直播行业现状分析

1) 行业整体发展现状

2) 从事人员发展现状

(2) 直播行业竞争格局分析

(3) 饰品直播行业发展现状分析

1) 饰品直播行业增长状况

2) 饰品直播主播及活跃度增长状况

3) 饰品直播行业区域发展情况

(4) 饰品直播行业竞争格局分析

(5) 直播行业对饰品行业的影响分析

第10章：中国饰品行业重点区域市场发展现状分析

10.1中国饰品行业主要供应基地概述

10.1.1广东饰品行业

10.1.2义乌饰品行业

10.1.3青岛饰品行业

10.2 义乌饰品生产基地规模分析

10.2.1 义乌饰品产业布局情况

(1) 产业基本情况

(2) 企业布局情况

(3) 企业销售情况

10.2.2 义乌饰品行业企业规模

10.2.3 义乌饰品行业产业规划与布局动态

10.3 青岛饰品生产基地规模分析

10.3.1 青岛饰品行业企业分布

(1) 青岛饰品行业发展阶段

(2) 青岛饰品行业企业数量

(3) 青岛饰品行业企业分布

10.3.2 青岛饰品行业的销售情况

10.3.3 青岛饰品的主要销售渠道分析

(1) 二级批发市场

(2) 大型展销会

10.3.4 青岛饰品行业规划与布局动态

10.4 广东饰品生产基地建设分析

10.4.1 广东饰品行业的企业规模

10.4.2 广东饰品的产业布局情况

(1) 专业市场

(2) 其他零售渠道

10.4.3 广东饰品产业基地发展分析

(1) 罗湖产业基地

(2) 花都产业基地

10.4.4 广东饰品行业规划与布局动态

10.5 其他饰品生产基地现状分析

10.5.1 “世界人工宝石之都”广西梧州发展分析

10.5.2 “中国珍珠之乡”浙江诸暨发展分析

(1) 浙江诸暨珍珠产业发展概况

(2) 浙江诸暨珍珠产业发展因素分析

(3) 华东国际珠宝城成为国内主要珍珠市场

(4) 浙江诸暨珍珠产业规划和布局动态

10.5.3“中国人造水晶之都”浙江浦江发展分析

(1) 浦江县水晶玻璃行业发展现状

(2) 浦江县水晶玻璃行业布局动态

10.5.4“中国天然水晶之都”东海发展分析

(1) 发展现状

(2) 发展规划

第11章：中国饰品行业代表性企业布局案例研究

11.1中国饰品代表性企业布局梳理及对比

11.2中国饰品代表性企业布局案例分析

11.2.1浙江阮仕珍珠股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

11.2.2深圳栩物首饰设计股份有限公司经营情况分析

(1) 企业基本信息

(2) 企业经营情况

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业饰品业务发展优劣势分析

11.2.3湖北金兰首饰集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业组织架构分析

(3) 企业产品结构

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

11.2.4深圳市七度银匠世家实业有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业生经营状况

(5) 企业经营状况优劣势分析

11.2.5浙江千足珍珠有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营状况优劣势分析

11.2.6老凤祥股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 公司门店分布情况

(4) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(5) 企业组织架构分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

11.2.7周大福珠宝集团有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业销售渠道及网路

(4) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(5) 企业经营状况优劣势分析

11.2.8浙江明牌珠宝股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

- 1) 主要经济指标分析
- 2) 企业盈利能力分析
- 3) 企业运营能力分析
- 4) 企业偿债能力分析
- 5) 企业发展能力分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

11.2.9周生生集团国际有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- 1) 主要经济指标分析
- 2) 企业盈利能力分析
- 3) 企业运营能力分析
- 4) 企业偿债能力分析
- 5) 企业发展能力分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

11.2.10广东潮宏基实业股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主营业务分析
- (3) 公司门店分布情况
- (4) 企业经营情况分析
- 1) 主要经济指标分析
- 2) 企业盈利能力分析
- 3) 企业运营能力分析
- 4) 企业偿债能力分析
- 5) 企业发展能力分析
- (5) 企业经营状况优劣势分析

第12章：中国饰品行业市场及投资战略规划策略建议

12.1中国饰品行业SWOT分析

12.2中国饰品行业发展潜力评估

12.2.1中国饰品行业生命发展周期

12.2.2中国饰品行业发展潜力评估

12.3中国饰品行业发展前景预测

12.4中国饰品行业发展趋势预判

12.5中国饰品行业进入与退出壁垒

12.6中国饰品行业投资风险预警

12.7中国饰品行业投资价值评估

12.8中国饰品行业投资机会分析

12.9中国饰品行业投资策略与建议

12.10中国饰品行业可持续发展建议

图表目录

图表1：饰品的分类

图表2：《国民经济行业分类与代码》中饰品行业归属

图表3：本报告研究范围界定

图表4：本报告权威数据资料来源汇总

图表5：本报告的主要研究方法 & 统计标准说明

图表6：中国饰品行业监管体系构成

图表7：中国饰品行业主管部门

图表8：中国饰品行业自律组织

图表9：截至2024年中国饰品行业标准体系建设（单位：项）

图表10：截至2024年中国饰品行业现行国家标准

图表11：截至2024年中国饰品行业现行行业标准

图表12：截至2024年中国饰品行业现行地方标准

图表13：截至2024年中国饰品行业现行团体标准

图表14：截至2024年中国饰品行业现行标准属性分布（单位：项，%）

图表15：2020-2024年中国饰品行业政策汇总

图表16：截至2024年中国饰品行业相关发展规划

图表17：中国饰品行业相关税率——珍珠（单位：%）

图表18：中国饰品行业相关税率——钻石（单位：%）

图表19：中国饰品行业相关税率——宝石（单位：%）

图表20：贵重首饰及珠宝玉石消费税税率（单位：%）

图表21：2020-2024年中国饰品行业政策强度分析（单位：%）

图表22：2020-2024年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）

图表23：2020-2024年中国CPI变化情况（单位：%）

图表24：2020-2024年中国社会消费品零售总额及增速（单位：万亿元，%）

图表25：2020-2024年中国货物进出口规模（单位：万亿美元）

图表26：部分国际机构对2024年中国GDP增速的预测（单位：%）

图表27：2024年中国宏观经济核心指标预测（单位：%）

图表28：2020-2024年中国人口性别结构（单位：%）

图表29：2020-2024年中国居民人均可支配收入（单位：元）

图表30：2020-2024年中国居民人均消费支出（单位：元）

图表31：2020-2024年中国居民人均消费支出结构（单位：%）

图表32：2024年中国消费者国内外品牌偏好调研（单位：%）

图表33：中国消费升级演进趋势

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202410/470211.html>