

珠宝市场考察课程教案

课程名称：珠宝市场考察

授课教师：初秀、钟祥涛、杨宇、范敦宾

教师职称：讲师

课 型：专业必修课

学 时：3 学时/周

周 数：12 周

合计：36 学时

课程基本信息

课程名称	珠宝市场考察			
课程性质	专业核心课程	学分	2	
学时	总学时： 36 学时，其中：课堂讲授 0 学时；课内实验/实训 36 学时。			
开课部门	机电工程系	任课教师	初秀	
授课专业、班级	宝石（首饰）241	开课学期	2025-2026 第一学期	
成绩评定	平时成绩占 <u>30</u> %；期末成绩占 <u>70</u> %	考核方式	考查	
选用教材	书 名	主 编	出版社	出版日期
本课程在本专业人才培养方案中的地位和作用	<p>珠宝市场考察是珠宝专业人才培养方案中承上启下的关键核心课程，扮演着连接理论与现实、课堂与产业的“炼金炉”角色。它将零散的理论知识置于真实、动态的商业世界里进行整合与检验，使学生不仅能锤炼评估产品、洞察趋势的“眼力”与“脑力”，更能构建起对产业链与商业逻辑的系统认知。</p>			
本课程教学目标	<p>本课程旨在通过引导学生深入市场，系统理解阳美玉雕产业发展现状，从雕刻工艺、销售模式、流行确实、市场行情等方面了解阳美市场，培养其严谨的职业素养与商业敏感度，最终实现从专业知识到行业智慧的关键转化，为成为懂技术、识市场、有远见的复合型珠宝人才奠定坚实基础。</p>			
课程思政	<p>珠宝市场考察课程是开展课程思政的生动实践，其核心在于引导学生在行走的产业课堂中，实现价值塑造与专业成长的深度融合。课程通过深入解读传统玉文化与当代国潮设计，坚定学生的文化自信与家国情怀；在考察精工细作与品牌诚信经营中，锻造其严谨求实的工匠精神与职业道德；通过分析市场创新与可持续发展案例，激发科技自立自强的创新意识与行业责任感。最终，旨在培养学生成为既精通商业规律、又深具行业伦理与文化担当的新时代珠宝人</p>			
学生用主要参考资料				

第 1 章 大学生消费市场调研 10 课时

本章教学的基本要求：

本章主要通过商贸体验馆的运营了解大学生消费群体的特点、消费能力、消费需求，通过是市场调研从设计调研问卷、问卷调研、数据统计分析，撰写调研报告更加精准市场目标。

本章教学内容的重点和难点：

重点：了解目前校园大学生的消费现状目的和需求，选择设计商品设计调研问卷，结合数据撰写调研报告

难点：设计调研问卷和撰写调研报告

本章教学内容：

校园大学生消费现状

问卷设计的概述

本章教学方法、方式：

采用多媒体课件、视频；讲授

课程思政：

本章的课程思政旨在引导学生在观察与分析自身所属群体的消费行为时，实现双重价值引领：一是通过对科学调研方法的学习与实践，培养学生求真务实、严谨诚信的学术品格与社会责任感；二是在解读数据、洞察现象的过程中，引导学生反思与批判非理性消费观念，树立健康、理性的个人价值观，并深刻理解青年消费行为与国家经济发展、社会文化变迁之间的联动关系，从而增强其作为新时代大学生的社会洞察力与使命担当。

第 2 章阳美翡翠市场现状 10 课时

本章教学的基本要求：

本章主要介绍阳美翡翠市场的发展现状、了解阳美珠宝市场特点、阳美市场特点、阳美市场销售现状。

本章教学内容的重点和难点：

重点：了解网络直播和微商、了解玉雕的发展现状

难点：展望玉雕行业发展趋势和网上销售

本章教学内容：

- 1、阳美翡翠市场特点
- 2、翡翠直播
- 3、阳美玉雕产业发展现状和未来

本章教学方法、方式：

采用多媒体课件、视频；讲授

课程思政：

本章旨在引导学生在这一全球知名的玉器产业聚集地，通过亲身观察与深度访谈，实现专业认知与价值引领的双重升华。学生不仅将系统分析其“原料采购—精深加工—商贸流通”的产业集群模式，理解实体经济与工匠精神的价值，更将深刻领悟翡翠文化所承载的“温润以德”的东方哲学与诚信经营的商业伦理。通过体悟当代匠人对传统工艺的坚守与创新，感受国潮复兴下的文化自信，从而激发学生将个人职业发展融入地方特色产业振兴与国家文化繁荣的时代责任感。

第一节阳美翡翠市场概况线上直播课程

一、阳美翡翠市场分析

1、概况

阳美村位于美丽的潮汕平原中部，广东省历史文化名城揭阳市蓝城区磐东镇阳美路西侧，是一个集玉器生产加工、贸易于一体的玉器专业村，素有“金玉之乡”之称，但却是一个不产玉的村庄。

该村享有“中国玉都”、“亚洲玉都”的美誉，国内的中、高档翡翠玉器 90%出自阳美。每年，从缅甸开采出来的中高档翡翠原料 75%以上流向阳美。今天的阳美村已是全国乃至亚洲最大型、最集中的高级翡翠、白玉生产加工基地和贸易集散中心

2.阳美翡翠市场的特点

- ① 高档翡翠原料集散地
- ② 精湛的雕刻工艺
- ③ 100%A 货翡翠诚实守信的经营理念

二、阳美市场特点分析 阳美玉都——高端翡翠市场

1.阳美展销大厅附近

2.乔南玉器中心

3. 翡翠大世界

4. 阳美展销大厅

5. 百分珠宝

6. 早市、晚市

7. 阳美、乔南材料市场

三、阳美市场销售模式 ——互联网+时代的产物翡翠微商、翡翠直播

一、) 翡翠微商的历史特点分析

- 1、起源
- 2、发展
- 3、优缺点
- 4、市场发展潜力

二、) 翡翠直播的发展历史

- 1、走播
- 2、直播

三、) 网络直播间

- 1、阳美市场直播间的类型
- 2、不同类型的直播特点、优缺点分析

四、) 翡翠直播平台

四、阳美翡翠雕刻的现状和未来发展前景

- 1、经鼎
- 2、加龙工作室
- 3、未央
- 4、林浩玉雕

第二节四会翡翠市场概况

一、市场概况

- 1、天光墟
- 2、摆件城

二、市场特点分析

三、市场优劣势

第三节平洲翡翠市场概况

一、市场概况

二、市场特点分析

三、平洲公盘

第3章 体验馆运营商品 16课时

本章教学的基本要求：

本章主要通过校园售卖活动，学生根据大学生问卷调研的数据，设计商品，并进行现场售卖

本章教学内容的重点和难点：

重点：结合理论知识鉴定、营销消费心理学运营商品

难点：与消费者沟通运用所学知识成功销售

本章教学内容：

商品运营

本章教学方法、方式：

采用校园销售形式进行实践课程

课程思政

本章聚焦于引导学生超越单纯的商品交易视角，深刻理解体验经济时代“价值创造”的新内涵。通过策划与运营，学生将领悟到，优秀的体验设计本质是将商品背后的文化故事、工匠精神与情感联结转化为沉浸式服务，这不仅是商业模式的创新，更是以诚信服务构建信任、以人文关怀滋养社会的实践。课程旨在培养学生树立“以人为本”的商业伦理，在追求运营效率的同时，坚守对品质、真实与美的价值传递，从而成长为兼具商业智慧与文化温度的新时代运营者。

实践项目一校内大学生珠宝消费能力调研

课时安排：10 学时实践形式： 校内体验馆实地考察

一、项目背景与目标

1.背景：基于大学生珠宝消费行为调研，模拟真实商业场景，培养数据驱动决策能力。

2.目标：

掌握问卷设计、数据分析、可视化分析全流程。

产出可落地的校园珠宝运营方案，提升销售转化率。

二、问卷设计（附案例）

1.核心问题：

消费偏好（单选）：“您每月可支配零花钱？”

A. 0-50 元 B. 50-100 元 C. 100——200 元”

商品需求（多选）：“最希望购买的宝石手串？”

A. 发晶 B. 绿幽灵 C. 石榴石 D. 黑曜石”

心理诱因（量表）：“盲盒吊坠促销活动你满意吗（1-5 分）”

2.设计技巧：

埋点验证题：“点赞应抽奖券，您觉得多少个赞合适呢？ A.30 B. 50”（测试行为一致性）

避免诱导性提问（错误示例：“您是否愿意购买盲盒吊坠？”）

三、数据分析四步法

1.数据清洗：

剔除无效样本（如所有选项勾选相同答案）。

异常值处理（填写无效答案）。

2.交叉分析：

性别 VS 品类偏好：女生首饰需求占比 65% vs 男生首饰需求 72%。

年级 VS 价格敏感：大一学生 50%选择" ≤ 20 元"商品，大四学生 40%接受"30-50 元"。

四、报告撰写模板

1.核心结论：

关键发现："60%学生愿为环保包装多付 10%溢价"。

2.运营建议：

爆品组合：情侣套件。

促销策略：周五特价促销，仅限制 10 件"。

3.风险预警：

需规避侵权商品。

五、实践案例

学生具体调研任务清单：

[1] 调研内容选题。

[2] 设计相应调研问卷。

[3] 问卷调研

[4] 数据采集。

[5] 结合调研问卷数据信息、市场运营情况、访问等信息撰写调研报告。

实践项目二阳美翡翠市场产业链调研

课时安排：4 学时实践形式： 校外实地考察

一、实践目的与要求

1.知识目标

了解阳美翡翠市场主流成品（如手镯、挂件、蛋面等）的品种与类型。

了解不同品类、品质翡翠成品的市场定价区间与价值影响因素。

了解翡翠成品从批发到零售的多元化营销模式。

2.能力目标

能够通过现场观察与交流，区分不同翡翠成品类型并判断其大致价值。

能够初步分析不同销售模式的特点与适用场景。

3.素质与安全要求

严格遵守纪律，听从教师安排与指导，注意人身与财物安全。

全面、细致地收集现场资料（如图片、笔记、价格信息等）。

二、实践重点与难点

重点：翡翠成品的类型区分与市场价位认知。

难点：在复杂的市场环境中，准确区分不同品质翡翠的价位，并理解其背后的价值逻辑（种、水、色、工等）。

三、实践方法与手段

主要方法：现场考察法。

具体手段：在教师带领下，通过实地观察、访谈商户、对比分析等方式进行沉浸式调研。

四、实践内容与路线

本次考察将沿以下路线进行，重点关注各市场的特点：

考察区域 核心调研内容

1. 展销中心 / 翡翠大世界 市场定位：高端精品市场。
调研重点：观察高货成品的品种、设计风格与定价；了解品牌化、精品化的销售模式。

2. 老玉街 / 乔南市场 市场定位：传统批发与加工集散地。
调研重点：感受产业生态；观察不同档次成品（如平价手镯、挂件）的类型与价位区间；了解批发流程。

3. 百分珠宝等特色市场 市场定位：中低端精品市场
调研重点：观察中低端货成品的品种、设计风格与定价。

学生具体调研任务清单：

- [1] 观察市场特点：记录阳美市场翡翠销售的现状、不同区域的翡翠销售特点。
- [2] 分析货品与定价：分析不同分区的产品特点、价格。
- [3] 总结市场：总结阳美市场特点、不同区域的各自优势。
- [4] 评估优劣势：分析阳美市场优势，以及各个区域的优势和劣势。

实践项目三阳美翡翠线上线下销售现状调研

课时安排： 2 学时 实践形式： 校外实地考察

一、实践目的与要求

1.知识目标

- 了解阳美翡翠直播市场的整体规模、主要平台及参与者。
- 掌握翡翠直播从货源、主播、运营到售后支持的全产业链环节。

2.能力目标

- 能够通过观察，分析并概括阳美翡翠直播在货品、人设、模式等方面的核心特点。
- 能够运用 SWOT 等分析工具，客观评估阳美翡翠直播的优势、劣势、机会与威胁。

3.素质与报告要求

- 严格遵守考察纪律，听从教师安排，特别注意在直播场所的言行举止，不打扰正常经营。
- 全面收集一手资料（如观察记录、照片、访谈要点等）。
- 全面、细致地收集现场资料（如图片、笔记、价格信息等）。

二、实践重点与难点

- 重点：深入分析阳美翡翠直播的商业模式与核心特点。
- 难点：辩证地分析该模式的优势与劣势（如：货源优势 vs. 同质化竞争；流量红利 vs. 获客成本攀升等）。

三、实践方法与手段

- 主要方法：现场考察法。
- 辅助方法：非介入式观察法（安静观察直播流程）、对比分析法（对比不同商家模式）。

四、实践内容与考察点

本次考察将聚焦不同业态的直播现场,建议学生携带手机等设备进行隐蔽的影像记录(经许可后)。

考察区域/商家类型	核心调研内容与观察点
1. 淘宝直播基地等平台型基地	观察点: 规模化、规范化的运营模式。观察基地如何为入驻商家提供场地、物流、质检等一站式服务。
2. 经鼎玉器、加龙经典、艺雕珠宝、金砖、等品牌商家	观察点: 品牌化直播路径。观察其货品定位、主播话术、粉丝互动方式, 如何构建品牌信任。
3. 微商一条街等个体/工作室	观察点: 灵活的差异化生存策略。观察其货品特色、人设打造(如匠人、源头批发商)、私域流量运营等特点。

学生具体调研任务清单:

- [1] 观察直播流程: 记录从预热、展示、互动、杀单到售后承诺的完整流程。
- [2] 分析货品与定价: 注意直播货品的品类、价位区间, 并与传统档口对比。
- [3] 总结主播话术: 记录主播如何介绍产品、建立信任、营造抢购氛围。
- [4] 评估优劣势: 从消费者(信任度、体验)和商家(成本、效率)双视角, 初步思考阳美直播的优缺点。

实践项目四阳美翡翠雕刻工艺调研

课时安排：2 学时实践形式：校外实地考察（工作室参观与访谈）

一、实践目的与要求

1.知识目标

- 了解阳美翡翠雕刻工艺的现状，包括主流技术（手工雕刻、机雕、机雕手修）的分布与应用。
- 熟悉翡翠雕刻从设计、出坯、雕刻到抛光完成的完整工艺流程。

2.能力目标

- 能够通过观察与访谈，分析并概括阳美翡翠雕刻在题材、风格、工艺等方面的地域特点。
- 能够辩证地分析不同雕刻模式（如手工雕刻与机雕）在效率、成本、艺术价值等方面的优劣势。

3.素质与报告要求

- 尊敬工匠师傅，严格遵守工作室的参观纪律，未经允许不触碰工具、原料和作品。
- 用心观察，积极提问，全面收集关于工艺流程、创作理念和市场需求资料。
- 全面、细致地收集现场资料（如图片、笔记、工艺要求信息等）。

。

二、实践重点与难点

- 重点：深入理解阳美翡翠雕刻的工艺流程并识别其艺术特点。
- 难点：客观分析和比较手工雕刻与机雕的优劣势，以及阳美工艺在面对现代市场时的挑战与机遇。

三、实践方法与手段

- 主要方法：现场考察法。

•核心手段：深度访谈（与玉雕师/负责人交流）、过程观察法（跟踪一件作品的制作环节）、对比分析法（对比不同工作室的风格与模式）。

四、实践内容与考察点

本次考察将深入两家具代表性的工作室，进行沉浸式学习和对比研究。

考察环节与工作室	核心调研内容与观察点
全程核心观察点	<ol style="list-style-type: none">1. 工艺流程：跟踪“原石-设计-雕刻-抛光”全流程。2. 技艺对比：重点区分和理解手工雕刻、机雕、机雕手修三种技艺的具体应用、效果差异与成本构成。3. 题材风格：观察并总结阳美主流雕刻题材（如传统吉祥题材、创新设计等）与审美风格。
1. 未央工作室	调研重点：艺术化与个性化。观察其是否更侧重原创设计、艺术表达和高端定制。关注其如何平衡艺术性与市场接受度。
2. 林浩玉雕工作室	调研重点：工艺传承与市场化。观察其是偏向于传统技艺的坚守，还是更注重效率与市场需求的结合。分析其产品的定位和目标客户群。

学生具体调研任务清单：

[1] 记录完整流程：用图文记录从一块玉料变成成品的至少三个关键步骤。

[2] 辨识工艺类型：能区分并描述所见到的手工雕、机雕或机雕手修的作品特征。

[3] 总结风格特点：概括两家工作室在作品题材、设计理念和雕刻风格上的异同。

[4] 访谈关键问题：（在征得同意后）可尝试询问：

一件手工雕刻作品的创作周期与成本是多少？

如何看机雕对传统手工艺的冲击？工作室如何应对？

当前市场偏好对雕刻题材和工艺选择有何影响？

项目五：阳美金镶玉市场与工艺调研

课时安排：2 学时实践形式： 校外实地考察（工厂/工作室参观与访谈）

一、实践目的与要求

1.知识目标

- 了解阳美“金镶玉”（即翡翠镶嵌）市场的现状，包括产业规模、主流产品和市场定位。
- 熟悉金镶玉从设计、起板、铸造、执模到镶石、抛光的完整工艺流程。

2.能力目标

- 能够通过观察与分析，辨识并归纳阳美金镶玉在设计风格（如传统、现代、中西结合）、镶嵌工艺（如爪镶、包镶、钉镶等）和用料特点（如金重、配石）上的主要类别与特征。
- 能够理解不同风格的金镶玉产品所对应的目标消费群体与市场价值。

3.素质与报告要求

- 遵守工厂安全规定，在车间内保持安静，不随意触碰设备和半成品。
- 细致观察，主动与设计师或工匠交流，收集关于设计理念、工艺细节和市场需求的一手资料。
- 完成考察报告，需包含对风格类别的清晰梳理、工艺特点的分析以及对市场现状的总结。

二、实践重点与难点

- 重点：系统梳理和分析阳美金镶玉丰富多样的设计风格与工艺类别。
- 难点：理解不同风格背后所蕴含的文化寓意、审美偏好及其与市场价格之间的关联。

三、实践方法与手段

- 主要方法：现场考察法。

•核心手段：过程观察法（跟踪镶嵌流程）、作品分析法（对比成品）、深度访谈（与设计师、工匠或负责人交流）。

四、实践内容与考察点

本次考察将走访三家具有代表性的镶嵌工厂，通过对比研究，深入理解金镶玉市场的多样性。

考察工厂 核心调研内容与风格观察点

1. 工艺流程：重点观察“设计图-起版-倒模-执模-镶嵌-抛光”中的
全程核心观察 关键环节。

点 2. 风格类别：从题材（吉祥图案、现代抽象等）、造型（繁复/简约）
和工艺（镶嵌方式）三个维度对产品进行分类。

1. 雅绘珠宝 镶嵌

调研重点：设计感与艺术性。观察其作品是否更侧重独特的设计、创新的构图或艺术表达。关注其是偏向高端定制还是小众设计师品牌路线。

2. 玉皇朝珠 宝镶嵌

调研重点：传统工艺与经典款式。观察其是否擅长运用传统吉祥图案（如龙、凤、福禄寿喜）、对称造型和经典镶嵌技法。分析其产品的市场接受度和客户画像。

3. 大圣珠宝

调研重点：市场化与潮流款式。观察其产品是否更注重商业效益，快速响应市场潮流。关注其产品的款式更新速度、性价比以及年轻化趋势。

学生具体调研任务清单：

- [1] 了解工艺流程：了解金镶玉至少两道关键工序（如起版、镶石）的操作过程。
- [2] 归纳风格类别：在每个工厂，尝试将其产品按风格（如：传统奢华、现代简约、轻奢时尚等）进行分类，并各找出 1-2 件代表性作品进行描述。
- [3]分析工艺与价值：思考不同镶嵌方式（如满镶与点睛镶）对产品整体视觉效果和成本的影响。
- [4] 访谈关键问题：（在征得同意后）可尝试询问：
 - 当前市场上最受欢迎的金镶玉风格是什么？
 - 一件定制金镶玉作品的设计周期和制作周期是多久？
 - 18K 金与 24K 金在镶嵌应用上有何不同考量？

项目五：中低端宝石校内市场销售

课时安排： 16 学时实践形式： 校内实地考察

一、教学目标

- 1.知识目标：掌握商品设计流程、营销心理学原理（如锚定效应、从众心理）及 4P 营销理论。
- 2.能力目标：能基于问卷数据优化商品组合，运用销售话术提升转化率。
- 3.素质目标：培养团队协作与市场敏感度，强化成本控制意识。

二、商品设计（结合问卷数据）

1.需求分析：

问卷聚焦学生偏好（如价格敏感度 ≤ 30 元、偏好天然珠宝玉石类目类）。

数据应用：设计适合学生需求的珠宝手串

2.心理学设计

锚定定价：主推适合学生群体的天然宝石款式，如黑曜石和石榴石进行特价宣传。

稀缺提示：盲盒特价惊喜。

三、教学重点与难点

1.重点（营销心理学）：

- 实操案例：设置抽奖环节，进行宣传和推广活动。
- 视觉营销：再中午人流量多的食堂旁举行。

2.难点（沟通技巧）

- FABE 话术训练：强调商品特征（F）、优势（A）、利益（B）、证据（E）（如：“这款笔记本（F）采用再生纸（A），环保又实惠（B），班级团购反馈复购率 80%（E）”）。

四、校园售卖活动流程

1.前期准备 (1周) :

- 组队分工 (采购组/宣传组/销售组) , 微信推广宣传 (突出 “年中大促特价”) 。

2.现场执行 (2天) :

- 特价、抽奖和盲盒促销。

3.复盘评估:

- 量化指标: 销售额达标率、客单价、转化率 (如: 目标 50 单/天, 实际达成率 120%) 。
- 质性反馈: 收集顾客建议 (例: “增加青金石的宝石手串”) , 纳入下期优化。

五、延伸思考

通过实践市场调研, 总结

- 1、本专业运营的市场优势? 天然/仿真珠宝玉石
- 2、大学生消费群体的价格接受程度
- 3、大学生消费者的消费喜好
- 4、运营时间、消费群体、消费目的等