

2016-2022年中国钻戒市场 前景研究与战略咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国钻戒市场前景研究与战略咨询报告》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.abaogao.com/b/maoyi/B88477Z8QD.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

提到钻石人们往往就会想到南非。南非产出的钻石素以颗粒大，质量佳而著名。从矿山开采出来的钻石英钟毛胚中有50%可以达到宝石级。五十几年前，南非的钻石产量居世界首位，所以常有顾客会问“这颗是南非钻石吗？”随着时间的推移，南非的钻石产量逐年减少。1987年南非钻石产量为1000万克拉是世界总产量的10%左右。

钻戒被作为爱情和婚姻的重要代表物，它有着悠久的历史渊源，有着非常优美的传说。几百年以来，坚不可摧的钻石与永生不渝的爱情联系在一起，把钻石作为表达爱意、传递爱情的最佳礼物。钻石几乎和婚姻联系在一起的。我们知道钻石是一种非常昂贵的物品，佩戴钻石更多的成为一种具有“高贵”象征意义的饰品。钻石饰品在中国这块土地上，越来越受到人们的欢迎，并且成为黄金、铂金之后的第三大消费品。中国每年有1500万人结婚，而且，结婚买钻戒正在成为一种时尚和特定象征意义。

据说，钻戒第一次作为定情信物的典故，发生在1477年，奥地利的马克西米连为了得到法国的玛丽公主的爱，因为玛丽太漂亮，追求的王孙贵族云集，马克西米连为此召集了很多谋士出谋划策，最后有人提议，钻戒象征坚贞永恒的爱情，在公主的手指上戴上钻戒便可以得到她的爱。后来，马克西米连用了此办法，并且，果然灵验，当他把象征爱情的钻戒轻轻地戴在玛丽公主左手的无名指时，玛丽公主应允了。从此开创了赠送钻戒订婚的传统。

关于钻石有句响当当的广告词：“钻石恒久远，一颗永流传”。几百年来，坚不可摧的钻石与今生不变的爱情被人们联系在一起，把钻石作为表达爱意的最佳礼物。钻石与婚姻各自有自己的特点，在很多方面正好形成默契，于是结婚钻戒被人们接受下来。从钻石的自身特点而言，钻石与婚姻有某种联系。

钻石的特点是：均匀剔透、世界上最硬、化学性质稳定，这使钻石有纯洁无邪、无坚不摧、永远忠心或矢志不渝的含义；另外钻石的开采困难，储藏量小，成本高，使它成为现在最昂贵的宝石，这使钻石增加了高贵、富贵的含义；钻石有着非常丰富的文化内涵，在古代人们无不以拥有钻石为荣、拥有钻石为尊，这又使钻石成为“尊贵、高雅”的代名词。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国钻戒市场前景研究与战略咨询报告》共十六章。首先介绍了钻戒相关概念及发展环境，接着分析了中国钻戒规模及消费需求，然后对中国钻戒市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国钻戒面临的机遇及发展前景。您若想对中国钻戒有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市

场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一部分 发展现状与前景分析

第一章 全球钻戒行业发展分析

第一节 世界钻戒行业市场情况

- 一、2016年世界钻戒产业发展现状
- 二、2016年国际钻戒产业发展态势
- 三、2016年国际钻戒行业研发动态
- 四、2016年全球钻戒行业挑战与机会

第二节 全球钻戒市场分析

- 一、2016年全球钻戒需求分析
- 二、2016年欧美钻戒需求分析
- 三、2016年中外钻戒市场对比
- 四、2016年全球钻戒需求分析

第三节 部分国家地区钻戒行业发展状况

- 一、2016年美国钻戒行业发展分析
- 二、2016年欧洲钻戒行业发展分析
- 三、2016年日本钻戒行业发展分析
- 四、2016年韩国钻戒行业发展分析

第二章 我国钻戒行业发展现状

第一节 中国钻戒行业发展概述

- 一、我国钻戒行业消费状况
- 二、我国钻戒行业生产状况
- 三、我国钻戒行业面临的问题
- 四、我国钻戒行业产品结构

第二节 我国钻戒行业发展状况

- 一、2015年中国钻戒行业发展回顾
- 二、2016年钻戒行业发展情况分析
- 三、2016年我国钻戒市场特点分析

四、2016年我国钻戒市场发展分析

第三节 中国钻戒行业供需分析

一、2016年中国钻戒市场供给总量分析

二、2016年中国钻戒市场供给结构分析

三、2016年中国钻戒市场需求总量分析

四、2016年中国钻戒市场需求结构分析

五、2016年中国钻戒市场供需平衡分析

第三章 中国钻戒行业经济运行分析

第一节 2016年钻戒行业运行情况分析

一、2016年钻戒行业经济指标分析

二、2016年钻戒行业收入前十家企业

第二节 2016年钻戒行业产量分析

一、2016年我国钻戒产量分析

二、2016年我国钻戒产量预测

第三节 2016年钻戒行业进出口分析

一、2016年钻戒行业进口总量及价格

二、2016年钻戒行业出口总量及价格

三、2016年钻戒行业进出口数据统计

四、2016-2022年钻戒进出口态势展望

第四章 中国钻戒行业消费市场分析

第一节 中国钻戒消费者收入分析

一、中国人口、人民生活分析

二、2012-2016年消费者收入水平

三、2012-2016年消费者信心指数分析

第二节 钻戒行业目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第三节 钻戒市场消费需求分析

一、钻戒市场的消费需求变化

- 二、钻戒行业的需求情况分析
- 三、2016年钻戒品牌市场消费需求分析
- 第四节 钻戒消费市场状况分析
 - 一、钻戒行业消费特点
 - 二、钻戒消费者分析
 - 三、钻戒消费结构分析
 - 四、钻戒消费的市场变化
 - 五、钻戒市场的消费方向

第五章 中国钻戒行业区域市场分析

第一节 华北地区钻戒行业分析

- 一、2012-2016年行业发展现状分析
- 二、2012-2016年市场规模情况分析
- 三、2016-2022年市场需求情况分析
- 四、2016-2022年行业发展前景预测
- 五、2016-2022年行业投资风险预测

第二节 东北地区钻戒行业分析

- 一、2012-2016年行业发展现状分析
- 二、2012-2016年市场规模情况分析
- 三、2016-2022年市场需求情况分析
- 四、2016-2022年行业发展前景预测
- 五、2016-2022年行业投资风险预测

第三节 华东地区钻戒行业分析

- 一、2012-2016年行业发展现状分析
- 二、2012-2016年市场规模情况分析
- 三、2016-2022年市场需求情况分析
- 四、2016-2022年行业发展前景预测
- 五、2016-2022年行业投资风险预测

第四节 华南地区钻戒行业分析

- 一、2012-2016年行业发展现状分析
- 二、2012-2016年市场规模情况分析
- 三、2016-2022年市场需求情况分析

四、2016-2022年行业发展前景预测

五、2016-2022年行业投资风险预测

第五节 华中地区钻戒行业分析

一、2012-2016年行业发展现状分析

二、2012-2016年市场规模情况分析

三、2016-2022年市场需求情况分析

四、2016-2022年行业发展前景预测

五、2016-2022年行业投资风险预测

第六节 西南地区钻戒行业分析

一、2012-2016年行业发展现状分析

二、2012-2016年市场规模情况分析

三、2016-2022年市场需求情况分析

四、2016-2022年行业发展前景预测

五、2016-2022年行业投资风险预测

第七节 西北地区钻戒行业分析

一、2012-2016年行业发展现状分析

二、2012-2016年市场规模情况分析

三、2016-2022年市场需求情况分析

四、2016-2022年行业发展前景预测

五、2016-2022年行业投资风险预测

第六章 钻戒行业投资与发展前景分析

第一节 2016年钻戒行业投资情况分析

一、2016年总体投资结构

二、2016年投资规模情况

三、2016年投资增速情况

四、2016年分行业投资分析

五、2016年分地区投资分析

第二节 钻戒行业投资机会分析

一、钻戒投资项目分析

二、可以投资的钻戒模式

三、2016年钻戒投资机会

- 四、2016年钻戒细分行业投资机会
- 五、2016-2022年钻戒投资新方向
- 第三节 钻戒行业发展前景分析
 - 一、钻戒市场发展前景分析
 - 二、我国钻戒市场蕴藏的商机
 - 三、金融危机后钻戒市场的发展前景
 - 四、2016年钻戒市场面临的发展商机
 - 五、2016-2022年钻戒市场面临的发展商机

第二部分 市场竞争格局与形势

第七章 钻戒行业竞争格局分析

第一节 钻戒行业集中度分析

- 一、钻戒市场集中度分析
- 二、钻戒企业集中度分析
- 三、钻戒区域集中度分析

第二节 钻戒行业主要企业竞争力分析

- 一、重点企业资产总计对比分析
- 二、重点企业从业人员对比分析
- 三、重点企业全年营业收入对比分析
- 四、重点企业利润总额对比分析
- 五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 钻戒行业竞争格局分析

- 一、2016年钻戒行业竞争分析
- 二、2016年中外钻戒竞争分析
- 三、2012-2016年国内外钻戒竞争分析
- 四、2012-2016年我国钻戒市场竞争分析
- 五、2012-2016年我国钻戒市场集中度分析
- 六、2016-2022年国内主要钻戒企业动向

第八章 2012-2016年中国钻戒行业发展形势分析

第一节 钻戒行业发展概况

- 一、钻戒行业发展特点分析

二、钻戒行业投资现状分析

三、钻戒行业总产值分析

四、钻戒行业技术发展分析

第二节 2012-2016年钻戒行业市场情况分析

一、钻戒行业市场发展分析

二、钻戒市场存在的问题

三、钻戒市场规模分析

第三节 2012-2016年钻戒产销状况分析

一、钻戒产量分析

二、钻戒产能分析

三、钻戒市场需求状况分析

第四节 产品发展趋势预测

一、产品发展新动态

二、技术新动态

三、产品发展趋势预测

第三部分 赢利水平与企业分析

第九章 中国钻戒行业整体运行指标分析

第一节 2012-2016年中国钻戒行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节 2012-2016年中国钻戒行业产销分析

一、行业产成品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

第三节 2012-2016年中国钻戒行业财务指标总体分析

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

第十章 钻戒行业赢利水平分析

第一节 成本分析

- 一、2012-2016年钻戒原材料价格走势
- 二、2012-2016年钻戒行业人工成本分析

第二节 产销运存分析

- 一、2012-2016年钻戒行业产销情况
- 二、2012-2016年钻戒行业库存情况
- 三、2012-2016年钻戒行业资金周转情况

第三节 盈利水平分析

- 一、2012-2016年钻戒行业价格走势
- 二、2012-2016年钻戒行业营业收入情况
- 三、2012-2016年钻戒行业毛利率情况
- 四、2012-2016年钻戒行业赢利能力
- 五、2012-2016年钻戒行业赢利水平
- 六、2016-2022年钻戒行业赢利预测

第十一章 钻戒行业盈利能力分析

第一节 2012-2016年中国钻戒行业利润总额分析

- 一、利润总额分析
- 二、不同规模企业利润总额比较分析
- 三、不同所有制企业利润总额比较分析

第二节 2012-2016年中国钻戒行业销售利润率

- 一、销售利润率分析
- 二、不同规模企业销售利润率比较分析
- 三、不同所有制企业销售利润率比较分析

第三节 2012-2016年中国钻戒行业总资产利润率分析

- 一、总资产利润率分析
- 二、不同规模企业总资产利润率比较分析
- 三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

第四节 2012-2016年中国钻戒行业产值利税率分析

- 一、产值利税率分析
- 二、不同规模企业产值利税率比较分析
- 三、不同所有制企业产值利税率比较分析

第十二章 钻戒重点企业发展分析

第一节 卡地亚（中国驰名商标）

一、企业概况

二、2012-2016年经营状况

三、2016-2022年盈利能力分析

四、2016-2022年投资风险

第二节 周大福（中国驰名商标）

一、企业概况

二、2012-2016年经营状况

三、2016-2022年盈利能力分析

四、2016-2022年投资风险

第三节 金伯利（中国驰名商标）

一、企业概况

二、2012-2016年经营状况

三、2016-2022年盈利能力分析

四、2016-2022年投资风险

第四节 周生生（中国驰名商标）

一、企业概况

二、2012-2016年经营状况

三、2016-2022年盈利能力分析

四、2016-2022年投资风险

第五节 蒂芬尼（一线品牌）

一、企业概况

二、2012-2016年经营状况

三、2016-2022年盈利能力分析

四、2016-2022年投资风险

第六节 谢瑞麟（中国驰名商标）

一、企业概况

二、2012-2016年经营状况

三、2016-2022年盈利能力分析

四、2016-2022年投资风险

第七节 戴梦得（中国驰名商标）

一、企业概况

二、2012-2016年经营状况

三、2016-2022年盈利能力分析

四、2016-2022年投资风险

第八节 明牌（中国驰名商标）

一、企业概况

二、2012-2016年经营状况

三、2016-2022年盈利能力分析

四、2016-2022年投资风险

第九节 老凤祥（中国驰名商标）

一、企业概况

二、2012-2016年经营状况

三、2016-2022年盈利能力分析

四、2016-2022年投资风险

第十节 周大生（中国驰名商标）

一、企业概况

二、2012-2016年经营状况

三、2016-2022年盈利能力分析

四、2016-2022年投资风险

第四部分 投资策略与风险预警

第十三章 钻戒行业投资策略分析

第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

第三节 钻戒行业投资效益分析

- 一、2012-2016年钻戒行业投资状况
- 二、2012-2016年钻戒行业投资效益
- 三、2016-2022年钻戒行业投资方向
- 四、2016-2022年钻戒行业投资建议

第四节 钻戒行业投资策略研究

- 一、2016年钻戒行业投资策略
- 二、2016年钻戒行业投资策略
- 三、2016-2022年钻戒行业投资策略
- 四、2016-2022年钻戒细分行业投资策略

第十四章 钻戒行业投资风险预警

第一节 影响钻戒行业发展的主要因素

- 一、2016年影响钻戒行业运行的有利因素
- 二、2016年影响钻戒行业运行的稳定因素
- 三、2016年影响钻戒行业运行的不利因素
- 四、2016年我国钻戒行业发展面临的挑战
- 五、2016年我国钻戒行业发展面临的机遇

第二节 钻戒行业投资风险预警

- 一、2016-2022年钻戒行业市场风险预测
- 二、2016-2022年钻戒行业政策风险预测
- 三、2016-2022年钻戒行业经营风险预测
- 四、2016-2022年钻戒行业技术风险预测
- 五、2016-2022年钻戒行业竞争风险预测
- 六、2016-2022年钻戒行业其他风险预测

第五部分 发展趋势与规划建议

第十五章 钻戒行业发展趋势分析

第一节 2016-2022年中国钻戒市场趋势分析

- 一、2012-2016年我国钻戒市场趋势总结
- 二、2016-2022年我国钻戒发展趋势分析

第二节 2016-2022年钻戒发展趋势分析

- 一、2016-2022年钻戒技术趋势分析
- 二、2016-2022年钻戒价格趋势分析
- 第三节 2016-2022年中国钻戒行业供需预测
 - 一、2016-2022年中国钻戒供给预测
 - 二、2016-2022年中国钻戒需求预测
 - 三、2016-2022年中国钻戒价格预测
- 第四节 2016-2022年钻戒行业规划建议
 - 一、2016-2022年钻戒行业整体规划
 - 二、2016-2022年钻戒行业发展预测
 - 三、2016-2022年钻戒行业规划建议

第十六章 钻戒企业管理策略建议(ZY WZY)

第一节 市场策略分析

- 一、钻戒价格策略分析
- 二、钻戒渠道策略分析

第二节 销售策略分析

- 一、媒介选择策略分析
- 二、产品定位策略分析
- 三、企业宣传策略分析

第三节 提高钻戒企业竞争力的策略

- 一、提高中国钻戒企业核心竞争力的对策
- 二、钻戒企业提升竞争力的主要方向
- 三、影响钻戒企业核心竞争力的因素及提升途径
- 四、提高钻戒企业竞争力的策略

第四节 对我国钻戒品牌的战略思考

- 一、钻戒实施品牌战略的意义
- 二、钻戒企业品牌的现状分析
- 三、我国钻戒企业的品牌战略
- 四、钻戒品牌战略管理的策略

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/maoyi/B88477Z8QD.html>