

2012-2016年中国钻戒市场 全景调查及未来发展趋势报告

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

《2012-2016年中国钻戒市场全景调查及未来发展趋势报告》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/201209/88846.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

就国内目前的婚庆消费比重来看，婚戒开始成为结婚“必需品”，拥有一个庞大的市场空间。2012年是继2011年之后的又一次中国结婚高峰年，未来几年还将迎来80后、90后结婚叠加高潮。这将带来一个上千亿的婚戒需求市场。国内受欢迎的钻戒品牌有戴瑞、伯爵、宝亨达、千禧之星、万丽、免税珠宝、金丽珠宝国际交易中心、周大金、星光达、粤豪、兆亮、金大福、福麒、千禧福、宝怡、百泰、钻之韵、爱迪尔、晶永恒、嘉乐祥、美克美钻、钻石小鸟、珂兰、BLOVES婚戒定制中心、佐卡伊、艾伦珠宝、戴维尼、戴欧妮等。中企顾问网发布的《2012-2016年中国钻戒市场全景调查及未来发展趋势报告》共十五章。报告依据国家统计局、国家信息中心、国际组织、相关行业协会、中企顾问网等权威机构的数据。内容严谨，数据翔实，结合丰富的图表，可以直观的看到钻戒行业的发展动态竞争格局等信息。对我国钻戒行业市场环境与发展前景、市场竞争格局与动态、市场需求供给与产销状况、投资风险与规避经营、未来行业趋势与规划建议等进行深入研究，并列举钻戒行业市场行业内重点企业状况，竞争优势等。报告深入揭示了钻戒市场潜在需求和机会，为投资者选择恰当的投资时机和投资决策，为公司领导层做战略规划提供准确的行业市场情报及科学的决策依据，对银行信贷部门也具有重要的参考价值！

该报告为该行业中相关企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对政府及银行信贷部门也具有极大的参考价值。

第一章 钻戒行业概述第一节 钻戒行业定义第二节 钻戒行业发展历程第三节 钻戒行业分类情况第四节 钻戒产业链分析 第二章 中国钻戒行业发展环境分析第一节 国内钻戒经济环境分析一、GDP历史变动轨迹分析二、固定资产投资历史变动轨迹分析三、2012年中国钻戒经济发展预测分析第二节 中国钻戒行业政策环境分析 第三章 2010-2012年中国钻戒行业相关运行数据分析第一节 2010-2012年中国钻戒行业总体数据分析一、2010年中国钻戒行业全部企业数据分析二、2011年中国钻戒行业全部企业数据分析三、2012年1-6月中国钻戒行业全部企业数据分析第二节 2010-2012年中国钻戒行业不同规模企业数据分析一、2010年中国钻戒行业不同规模企业数据分析二、2011年中国钻戒行业不同规模企业数据分析三、2012年1-6月中国钻戒行业不同规模企业数据分析第三节 2010-2012年中国钻戒行业不同所有制企业数据分析一、2010年中国钻戒行业不同所有制企业数据分析二、2011年中国钻戒行业不同所有制企业数据分析三、2012年1-6月中国钻戒行业不同所有制企业数据分析 第四章 中国钻戒市场供需分析第一节 钻戒市场现状分析一、2008-2011年我国钻戒行业总产值分析二、2012-2016年我国钻戒行业总产值预测第二节 钻戒产品产量分析一、2008-2011年我国钻戒产量分析二、2012-2016年我国钻戒产量预测第三节 钻戒市场需求分析一、2008-2011年我国钻戒市场需求分析二、2012-2016年我国钻戒市场需求预测 第五章 钻戒行业发展现状分析第一节

全球钻戒行业发展分析一、全球钻戒行业发展历程二、全球钻戒行业发展现状三、全球钻戒行业发展预测

第二节 中国钻戒行业发展分析一、2011-2012年中国钻戒行业发展态势分析二、2011-2012年中国钻戒行业发展特点分析三、2011-2012年中国钻戒行业市场供需分析

第三节 中国钻戒产业特征与行业重要性

第四节 钻戒行业特性分析

第六章 中国钻戒市场规模分析

第一节 2011年中国钻戒市场规模分析

第二节 2011年中国钻戒区域市场规模分析一、2011年东北地区市场规模分析二、2011年华北地区市场规模分析三、2011年华东地区市场规模分析四、2011年华中地区市场规模分析五、2011年华南地区市场规模分析六、2011年西部地区市场规模分析

第三节 2012-2016年中国钻戒市场规模预测分析

第七章 钻戒国内产品价格走势及影响因素分析

第一节 国内产品2008-2011年价格回顾

第二节 国内产品当前市场价格及评述

第三节 国内产品价格影响因素分析

第四节 2012-2016年国内产品未来价格走势预测分析

第八章 钻戒及其主要上下游产品

第一节 钻戒上下游分析一、与上下游行业之间的关联性二、上游原材料供应形势分析三、下游产品解析

第二节 钻戒行业产业链分析一、上游行业影响及风险分析二、下游行业风险分析及提示三、关联行业风险分析及提示

第九章 钻戒产品竞争力优势分析

第一节 整体产品竞争力评价

第二节 产品竞争力评价结果分析

第三节 竞争优势评价及构建建议

第十章 钻戒行业市场竞争策略分析

第一节 行业竞争结构分析一、现有企业间竞争二、潜在进入者分析三、替代品威胁分析四、供应商议价能力五、客户议价能力

第二节 行业国际竞争力比较一、生产要素二、需求条件三、相关和支持性产业四、企业战略、结构与竞争状态

第三节 钻戒企业竞争策略分析一、提高钻戒企业核心竞争力的对策二、影响钻戒企业核心竞争力的因素及提升途径三、提高钻戒企业竞争力的策略

第十一章 钻戒行业重点企业竞争分析

第一节 企业一

一、企业概况二、市场定位情况三、企业优劣势分析四、2009-2011年经营状况分析五、2009-2011年主要经营数据指标六、2012-2016年公司发展战略分析

第二节 企业二

一、企业概况二、市场定位情况三、企业优劣势分析四、2009-2011年经营状况分析五、2009-2011年主要经营数据指标六、2012-2016年公司发展战略分析

第三节 企业三

一、企业概况二、市场定位情况三、企业优劣势分析四、2009-2011年经营状况分析五、2009-2011年主要经营数据指标六、2012-2016年公司发展战略分析

第四节 企业四

一、企业概况二、市场定位情况三、企业优劣势分析四、2009-2011年经营状况分析五、2009-2011年主要经营数据指标六、2012-2016年公司发展战略分析

第五节 企业五

一、企业概况二、市场定位情况三、企业优劣势分析四、2009-2011年经营状况分析五、2009-2011年主要经营数据指标六、2012-2016年公司发展战略分析

第六节 企业六

一、企业概况二、市场定位情况三、企业优劣势分析四、2009-2011年经营状况分析五、2009-2011年主要经营数据指标六、2012-2016年公司发展战略分析

第七节 企业七

一、企业概况二、市场定位情况三、企业优劣势分析四、2009-2011年经营状况分析五、2009-2011年主要经营数据指标六、2012-2016年公司发展战略分析

第八节 企业八

一、企业概

况二、市场定位情况三、企业优劣势分析四、2009-2011年经营状况分析五、2009-2011年主要经营数据指标六、2012-2016年公司发展战略分析第九节 企业九一、企业概况二、市场定位情况三、企业优劣势分析四、2009-2011年经营状况分析五、2009-2011年主要经营数据指标六、2012-2016年公司发展战略分析第十节 企业十一、企业概况二、市场定位情况三、企业优劣势分析四、2009-2011年经营状况分析五、2009-2011年主要经营数据指标六、2012-2016年公司发展战略分析 第十二章 钻戒行业投资与发展前景分析第一节 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、2012年钻戒投资机会第二节 2012-2016年中国钻戒行业发展预测分析一、未来钻戒发展分析二、未来钻戒行业技术开发方向三、总体行业“十二五”整体规划及预测第三节 未来市场发展趋势一、产业集中度趋势分析二、十二五行业发展趋势 第十三章 钻戒产业用户度分析第一节 钻戒产业用户认知程度第二节 钻戒产业用户关注因素一、功能二、质量三、价格四、外观五、服务 第十四章 2012-2016年钻戒行业发展趋势及投资风险分析第一节 当前钻戒存在的问题第二节 钻戒未来发展预测分析一、中国钻戒发展方向分析二、2012-2016年中国钻戒行业发展规模预测三、2012-2016年中国钻戒行业发展趋势预测第三节 2012-2016年中国钻戒行业投资风险分析一、市场风险分析二、管理风险分析三、产品投资风险 第十五章 钻戒行业营销策略及建议分析第一节 钻戒行业营销策略分析及建议一、钻戒行业营销模式二、钻戒行业营销策略第二节 钻戒行业企业经营发展分析及建议一、钻戒行业经营模式二、钻戒行业生产模式第三节 行业应对策略一、把握国家投资的契机二、竞争性战略联盟的实施三、企业自身应对策略第四节 市场的重点客户战略实施一、实施重点客户战略的必要性二、合理确立重点客户三、重点客户战略管理四、重点客户管理功能 图表目录（部分）：图表：2005-2011年国内生产总值图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）图表：2005-2011年国家外汇储备图表：2005-2011年财政收入图表：2005-2011年全社会固定资产投资图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力图表：.....更多图表详见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201209/88846.html>