



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009-2012年项链行业竞争格局 与投资战略研究咨询报告

## 一、调研说明

《2009-2012年项链行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/132953.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

中国珠宝首饰市场经过短短的几年时间，已由前几年仅占全球1%跃居世界前列，仅次于美国和日本。近年来中国已成为世界上少数几个珠宝首饰饰品年消费额超过100亿美元的国家之一。中国内地消费群体庞大，世界四大时尚之都以及东京、香港等城市的饰品年贸易总量近1000亿美元，但中国女性饰品人均占有率不足5%，可见市场潜力十分巨大。预计到2010年，我国珠宝年销售总额将超过2000亿元，出口超过70亿美元，有望成为全球珠宝首饰加工和消费中心之一，也将成为全球的珠宝贸易中心之一。今后一个时期，中国黄金珠宝首饰市场的消费增长将主要靠婚庆、钻饰消费和境外来华游客消费等三个需求来拉动。另外，全国每年有近1000万对新人喜结良缘，因结婚产生的消费高达2500亿元。特别是人口出生率高达21%的八十年代中后期出生的人群将于2009-2012年左右进入婚龄，仅婚庆珠宝消费就前景可观。

2009年上半年，我国珠宝首饰出口金额23.93亿美元，同比下降14.54%，出口跌幅继续收窄。从出口品种来看，宝石类产品跌幅依然较高。宝石出口0.42亿美元，同比下降32.23%；珍珠出口1.53亿美元，同比下降4.39%；首饰出口14.30亿美元，同比下降0.78%。出口市场集中于中国香港、美国和欧盟。1月至6月，对中国香港出口金额10.40亿美元，占出口比重43.48%，同比下降18.36%；对美国出口金额5.66亿美元，占出口比重23.67%，同比下降1.31%；对欧盟出口金额4.11亿美元，占出口比重17.2%，同比下降21.36%。对中东出口金额0.61亿美元，同比增长82.45%；对非洲出口金额0.21亿美元，同比增长114.62%；对拉丁美洲出口金额0.24亿美元，同比增长77.16%。我国加工贸易占据了出口贸易的主体地位。1月至6月，来料加工贸易出口金额15.20亿美元，占出口总额的63.52%，同比下降16.17%。进料加工贸易出口金额2.49亿美元，占出口总额的10.41%，同比下降27.25%。一般贸易出口金额4.34亿美元，占出口总额的18.13%，同比下降14.55%。出口企业以外资企业为主。外资企业出口金额14.69亿美元，占出口总额的61.39%，同比下降23.26%。外资企业中以外商独资企业出口为主，其出口金额11.42亿美元，占出口总额的47.75%，同比下降29.42%。民营企业出口金额6.89亿美元，占出口总额的28.81%，同比增长5.33%。国有企业出口金额2.28亿美元，占出口总额的9.51%，同比增长2.2%。广东、山东、浙江、上海位居出口省市前列。1月至6月，广东出口16.02亿美元，占出口总额的66.97%，同比下降14.07%；山东出口2.72亿美元，占出口总额的11.37%，同比下降20.24%；浙江出口1.53亿美元，占出口总额的6.38%，同比下降15.34%；上海出口1.22亿美元，占出口总额的5.11%，同比下降35.74%。上述四省市出口额占全国出口总额的89.83%。

中国珠宝首饰业在未来一段时间内，将是群雄纷争的局面。第一，中国珠宝首饰消费市场潜力巨大。这不仅立足于中国巨大的消费人口，更立足于中国每年GDP的高增长率。事实上，中国逐年增长的珠宝首饰消费总额充分验证了这一点。由于目前珠宝首饰消费的市场空间比较大，一方面促使业内企业不断扩大规模，特别是在营销领域“挖渠布网”，以抢占市场先

机；另一方面，会吸引众多新进入者参与“掘金”。一些长期外销的珠宝业者开始转变思路，转战内地市场。第二，首饰分层次消费的局面正在逐步形成。不同的消费者存在不同的需求，且这种需求越来越呈个性化发展的趋势。因此，不同种类的珠宝首饰都能找到自己的市场空间。从调查情况来看，黄金、铂金、钻石多年来一统天下的局面正在被打破，消费者对不同材质首饰的选择越来越宽泛，对款式的选择也更加挑剔。持续开发新品的能力，成为企业核心竞争力的标志，同时也成为行业洗牌的重要因素。我国大陆现已成为全球第二大珠宝制造基地，并将在5到10年内将跃升为最大制造基地，在10到15年内更将成为全球最大的珠宝消费市场。预计到2010年，我国珠宝行业将有60~70家珠宝企业成为中国名牌产品企业，珠宝年销售总额将超过2000亿元，出口超过70亿美元，有望成为全球珠宝首饰加工和消费中心之一，也将成为全球的珠宝贸易中心之一。到2020年，我国珠宝产业年销售总额有望达到3000亿元，出口超过120亿美元。到那时，我国将成为全球最具竞争力的珠宝首饰制造和贸易中心之一，也将成为世界最大的珠宝消费市场。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国土资源部珠宝玉石首饰管理中心、中国珠宝玉石首饰行业协会、全国商业信息中心、全国及海外相关报刊杂志的基础信息以及各省市相关统计单位与行业协会等公布和提供的大量资料和实地调查获取的第一手信息，对我国项链行业的发展状况、需求状况、营销状况、消费变化、项链企业的战略选择以及项链市场发展趋势进行了详细的分析和预测，并对国内项链子产业和重点市场的发展、国内外著名品牌企业的经营管理、改革历程及国际珠宝品牌对我国项链行业的冲击带来的机遇与挑战等方面进行了深入探讨。本报告是项链原料供应、生产加工和市场经营企业或单位及计划投资于项链行业的企业、单位和个人等准确了解目前国内外项链市场发展动态，把握项链行业消费现状与趋势，制定市场策略的重要决策依据之一，具有重要参考价值。

## 目录

## CONTENTS

### 第一部分 行业发展现状

#### 第一章 项链行业发展概述

##### 第一节 项链的概念

##### 一、项链的定义

##### 二、项链的特点

##### 三、项链的分类

## 第二节 项链行业发展成熟度

- 一、行业发展周期分析
- 二、行业中外市场成熟度对比
- 三、行业及其主要子行业成熟度分析

## 第三节 项链市场特征分析

- 一、市场规模
- 二、产业关联度
- 三、影响需求的关键因素
- 四、国内和国际市场
- 五、主要竞争因素
- 六、生命周期

## 第二章 国际项链市场发展分析

### 第一节 世界项链行业发展分析

- 一、2007年世界项链行业发展分析
- 二、2008年世界项链行业发展分析
- 三、2009年世界项链行业发展分析

### 第二节 全球项链市场分析

- 一、2009年全球项链需求分析
- 二、2009年欧美项链需求分析
- 三、2009年中外项链市场对比

### 第三节 2008-2009年主要地区项链行业发展分析

- 一、2008-2009年美洲项链行业分析
- 二、2008-2009年亚洲项链行业分析
- 三、2008-2009年欧洲项链行业分析

## 第三章 我国项链行业发展分析

### 第一节 国内项链行业发展现状

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

## 五、中国项链行业技术发展

### 第二节 中国项链市场供需状况

- 一、2009年中国项链行业供给能力
- 二、2009年中国项链市场供给分析
- 三、2009年中国项链市场需求分析
- 四、2009年中国项链产品价格分析

### 第三节 我国项链市场分析

- 一、2008年上半年项链市场分析
- 二、2008年下半年项链市场分析
- 三、2009年上半年项链市场分析
- 四、2009年项链市场的走向分析

## 第四章 项链产业经济运行分析

### 第一节 2008-2009年中国项链产业工业总产值分析

- 一、2008-2009年中国项链产业工业总产值分析
- 二、不同规模企业工业总产值分析
- 三、不同所有制企业工业总产值比较

### 第二节 2008-2009年中国项链产业市场销售收入分析

- 一、2008-2009年中国项链产业市场总销售收入分析
- 二、不同规模企业总销售收入分析
- 三、不同所有制企业总销售收入比较

### 第三节 2008-2009年中国项链产业产品成本费用分析

- 一、2008-2009年中国项链产业成本费用总额分析
- 二、不同规模企业销售成本比较分析
- 三、不同所有制企业销售成本比较分析

### 第四节 2008-2009年中国项链产业利润总额分析

- 一、2008-2009年中国项链产业利润总额分析
- 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

## 第五章 我国项链产业进出口分析

### 第一节 我国项链产品进口分析

一、2008年进口总量分析

二、2008年进口结构分析

三、2008年进口区域分析

## 第二节 我国项链产品出口分析

一、2008年出口总量分析

二、2008年出口结构分析

三、2008年出口区域分析

## 第三节 我国项链产品进出口预测

一、2009年上半年进口分析

二、2009年上半年出口分析

三、2009年项链进口预测

四、2009年项链出口预测

# 第六章 中国项链行业消费市场分析

## 第一节 中国项链消费者收入分析

一、中国人口、人民生活分析

二、2008-2009年消费者收入水平

三、2009年消费者信心指数分析

## 第二节 项链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 项链市场消费需求分析

一、项链市场的消费需求变化

二、项链行业的需求情况分析

三、2009年项链品牌市场消费需求分析

## 第四节 项链消费市场状况分析

一、项链行业消费特点

二、项链消费者分析

三、项链消费结构分析

四、项链消费的市场变化

五、项链市场的消费方向

## 第二部分 行业竞争格局

### 第七章 项链行业竞争格局分析

#### 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 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

#### 第三节 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

#### 第四节 项链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、重点企业出口交货值对比分析

五、重点企业利润总额对比分析

六、重点企业综合竞争力对比分析

#### 第五节 2008-2009年项链行业竞争格局分析

一、2008年项链行业竞争分析

二、2008年中外项链产品竞争分析

三、2008-2009年国内外项链竞争分析

四、2008-2009年我国项链市场竞争分析

五、2008-2009年我国项链市场集中度分析

六、2009-2012年国内主要项链企业动向



## 第八章 项链企业竞争策略分析

### 第一节 项链市场竞争策略分析

一、2009年项链市场增长潜力分析

二、2009年项链主要潜力品种分析

三、现有项链产品竞争策略分析

四、潜力项链品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

### 第二节 项链企业竞争策略分析

一、金融危机对项链行业竞争格局的影响

二、金融危机后项链行业竞争格局的变化

三、2009-2012年我国项链市场竞争趋势

四、2009-2012年项链行业竞争格局展望

五、2009-2012年项链行业竞争策略分析

六、2009-2012年项链企业竞争策略分析

## 第九章 主要项链品牌竞争分析

### 第一节 周大福（中国驰名商标）

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

### 第二节 施华洛世奇（中国驰名商标）

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

### 第三节 蒂芬尼（中国驰名商标）

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

### 第四节 金伯利（中国驰名商标）

## 一、企业概况

## 二、竞争优势分析

## 三、2008-2009年经营状况

## 四、2009-2012年发展战略

### 第五节 TOUS（一线品牌）

## 一、企业概况

## 二、竞争优势分析

## 三、2008-2009年经营状况

## 四、2009-2012年发展战略

### 第六节 谢瑞麟（中国驰名商标）

## 一、企业概况

## 二、竞争优势分析

## 三、2008-2009年经营状况

## 四、2009-2012年发展战略

### 第七节 百泰（中国驰名商标）

## 一、企业概况

## 二、竞争优势分析

## 三、2008-2009年经营状况

## 四、2009-2012年发展战略

### 第八节 周六福（中国驰名商标）

## 一、企业概况

## 二、竞争优势分析

## 三、2008-2009年经营状况

## 四、2009-2012年发展战略

### 第九节 老凤祥（中国驰名商标）

## 一、企业概况

## 二、竞争优势分析

## 三、2008-2009年经营状况

## 四、2009-2012年发展战略

### 第十节 伊泰莲娜（中国驰名商标）

## 一、企业概况

## 二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

### 第三部分 行业前景预测

#### 第十章 项链行业发展趋势分析

##### 第一节 2009年发展环境展望

一、2009年宏观经济形势展望

二、2009年政策走势及其影响

三、2009年国际行业走势展望

##### 第二节 2009年项链行业发展趋势分析

一、2009年技术发展趋势分析

二、2009年产品发展趋势分析

三、2009年行业竞争格局展望

##### 第三节 2009-2012年中国项链市场趋势分析

一、2008-2009年项链市场趋势总结

二、2009-2012年项链发展趋势分析

三、2009-2012年项链市场发展空间

四、2009-2012年项链产业政策趋向

五、2009-2012年项链技术革新趋势

六、2009-2012年项链价格走势分析

#### 第十一章 未来项链行业发展预测

##### 第一节 未来项链需求与消费预测

一、2009-2012年项链产品消费预测

二、2009-2012年项链市场规模预测

三、2009-2012年项链行业总产值预测

四、2009-2012年项链行业销售收入预测

五、2009-2012年项链行业总资产预测

##### 第二节 2009-2012年中国项链行业供需预测

一、2008-2012年中国项链供给预测

二、2009-2012年中国项链产量预测

三、2009-2012年中国项链需求预测

- 四、2009-2012年中国项链供需平衡预测
- 五、2009-2012年中国项链产品价格预测
- 六、2009-2012年主要项链产品进出口预测

#### 第四部分 投资战略研究

#### 第十二章 项链行业投资现状分析

##### 第一节 2008年项链行业投资情况分析

- 一、2008年总体投资及结构
- 二、2008年投资规模情况
- 三、2008年投资增速情况
- 四、2008年分行业投资分析
- 五、2008年分地区投资分析
- 六、2008年外商投资情况

##### 第二节 2009年上半年项链行业投资情况分析

- 一、2009年上半年总体投资及结构
- 二、2009年上半年投资规模情况
- 三、2009年上半年投资增速情况
- 四、2009年上半年分行业投资分析
- 五、2009年上半年分地区投资分析
- 六、2009年上半年外商投资情况

#### 第十三章 项链行业投资环境分析

##### 第一节 经济发展环境分析

- 一、2008-2009年我国宏观经济运行情况
- 二、2009-2012年我国宏观经济形势分析
- 三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

##### 第二节 政策法规环境分析

- 一、2009年项链行业政策环境
- 二、2009年国内宏观政策对其影响
- 三、2009年行业产业政策对其影响

##### 第三节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状

- 二、2009年社会环境发展分析
- 三、2009-2012年社会环境对行业的影响

## 第十四章 项链行业投资机会与风险

### 第一节 行业活力系数比较及分析

- 一、2009年相关产业活力系数比较
- 二、2007-2008行业活力系数分析

### 第二节 行业投资收益率比较及分析

- 一、2009年相关产业投资收益率比较
- 二、2007-2008行业投资收益率分析

### 第三节 项链行业投资效益分析

- 一、2008-2009年项链行业投资状况分析
- 二、2009-2012年项链行业投资效益分析
- 三、2009-2012年项链行业投资趋势预测
- 四、2009-2012年项链行业的投资方向
- 五、2009-2012年项链行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

### 第四节 影响项链行业发展的主要因素

- 一、2009-2012年影响项链行业运行的有利因素分析
- 二、2009-2012年影响项链行业运行的稳定因素分析
- 三、2009-2012年影响项链行业运行的不利因素分析
- 四、2009-2012年我国项链行业发展面临的挑战分析
- 五、2009-2012年我国项链行业发展面临的机遇分析

### 第五节 项链行业投资风险及控制策略分析

- 一、2009-2012年项链行业市场风险及控制策略
- 二、2009-2012年项链行业政策风险及控制策略
- 三、2009-2012年项链行业经营风险及控制策略
- 四、2009-2012年项链行业技术风险及控制策略
- 五、2009-2012年项链同业竞争风险及控制策略
- 六、2009-2012年项链行业其他风险及控制策略

## 第十五章 项链行业投资战略研究

## 第一节 项链行业发展战略研究

### 一、战略综合规划

### 二、技术开发战略

### 三、业务组合战略

### 四、区域战略规划

### 五、产业战略规划

### 六、营销品牌战略

### 七、竞争战略规划

## 第二节 对我国项链品牌的战略思考

### 一、企业品牌的重要性

### 二、项链实施品牌战略的意义

### 三、项链企业品牌的现状分析

### 四、我国项链企业的品牌战略

### 五、项链品牌战略管理的策略

## 第三节 项链行业投资战略研究

### 一、2009年珠宝首饰投资战略研究

### 二、2009年项链行业投资战略研究

### 三、2009-2012年项链行业投资形势

### 四、2009-2012年项链行业投资战略

## 图表目录

图表：项链产业链分析

图表：国际项链市场规模

图表：国际项链生命周期

图表：2008-2009年中国项链行业市场规模

图表：2008-2009年全球项链产业市场规模

图表：2008-2009年项链重要数据指标比较

图表：2008-2009年中国项链行业销售情况分析

图表：2008-2009年中国项链行业利润情况分析

图表：2008-2009年中国项链行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国项链竞争力分析

图表：2009-2012年中国项链产能预测

图表：2009-2012年中国项链消费量预测

图表：2009-2012年中国项链市场前景预测

图表：2009-2012年中国项链市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国项链发展前景预测

图表：2008年1-12月珠宝首饰行业经济指标全国合计

图表：2008年1-12月珠宝首饰行业经济指标北京市合计

图表：2008年1-12月珠宝首饰行业经济指标天津市合计

图表：2008年1-12月珠宝首饰行业经济指标河北省合计

图表：2008年1-12月珠宝首饰行业经济指标山西省合计

图表：2008年1-12月珠宝首饰行业经济指标内蒙古合计

图表：2008年1-12月珠宝首饰行业经济指标辽宁省合计

图表：2008年1-12月珠宝首饰行业经济指标吉林省合计

图表：2008年1-12月珠宝首饰行业经济指标黑龙江合计

图表：2008年1-12月珠宝首饰行业经济指标上海市合计

图表：2008年1-12月珠宝首饰行业经济指标江苏省合计

图表：2008年1-12月珠宝首饰行业经济指标浙江省合计

图表：2008年1-12月珠宝首饰行业经济指标安徽省合计

图表：2008年1-12月珠宝首饰行业经济指标福建省合计

图表：2008年1-12月珠宝首饰行业经济指标江西省合计

图表：2008年1-12月珠宝首饰行业经济指标山东省合计

图表：2008年1-12月珠宝首饰行业经济指标河南省合计

图表：2008年1-12月珠宝首饰行业经济指标湖北省合计

图表：2008年1-12月珠宝首饰行业经济指标湖南省合计

图表：2008年1-12月珠宝首饰行业经济指标广东省合计

图表：2008年1-12月珠宝首饰行业经济指标广西区合计

图表：2008年1-12月珠宝首饰行业经济指标海南省合计

图表：2008年1-12月珠宝首饰行业经济指标重庆市合计

图表：2008年1-12月珠宝首饰行业经济指标四川省合计

图表：2008年1-12月珠宝首饰行业经济指标贵州省合计

图表：2008年1-12月珠宝首饰行业经济指标云南省合计

图表：2008年1-12月珠宝首饰行业经济指标陕西省合计

图表：2008年1-12月珠宝首饰行业经济指标甘肃省合计

图表：2008年1-12月珠宝首饰行业经济指标青海省合计

图表：2008年1-12月珠宝首饰行业经济指标宁夏区合计

图表：2008年1-12月珠宝首饰行业经济指标新疆区合计

图表：2008年2月珠宝首饰行业收入前十家企业

图表：2008年5月珠宝首饰行业收入前十家企业

图表：2008年8月珠宝首饰行业收入前十家企业

图表：2008年11月珠宝首饰行业收入前十家企业

图表：2009年1-6月珠宝首饰行业经济指标全国合计

图表：2009年1-6月珠宝首饰行业经济指标北京市合计

图表：2009年1-6月珠宝首饰行业经济指标天津市合计

图表：2009年1-6月珠宝首饰行业经济指标河北省合计

图表：2009年1-6月珠宝首饰行业经济指标山西省合计

图表：2009年1-6月珠宝首饰行业经济指标内蒙古合计

图表：2009年1-6月珠宝首饰行业经济指标辽宁省合计

图表：2009年1-6月珠宝首饰行业经济指标吉林省合计

图表：2009年1-6月珠宝首饰行业经济指标黑龙江合计

图表：2009年1-6月珠宝首饰行业经济指标上海市合计

图表：2009年1-6月珠宝首饰行业经济指标江苏省合计

图表：2009年1-6月珠宝首饰行业经济指标浙江省合计

图表：2009年1-6月珠宝首饰行业经济指标安徽省合计

图表：2009年1-6月珠宝首饰行业经济指标福建省合计

图表：2009年1-6月珠宝首饰行业经济指标江西省合计

图表：2009年1-6月珠宝首饰行业经济指标山东省合计

图表：2009年1-6月珠宝首饰行业经济指标河南省合计

图表：2009年1-6月珠宝首饰行业经济指标湖北省合计

图表：2009年1-6月珠宝首饰行业经济指标湖南省合计

图表：2009年1-6月珠宝首饰行业经济指标广东省合计

图表：2009年1-6月珠宝首饰行业经济指标广西区合计

图表：2009年1-6月珠宝首饰行业经济指标海南省合计

图表：2009年1-6月珠宝首饰行业经济指标重庆市合计

图表：2009年1-6月珠宝首饰行业经济指标四川省合计

图表：2009年1-6月珠宝首饰行业经济指标贵州省合计



图表：2009年1-6月珠宝首饰行业经济指标云南省合计

图表：2009年1-6月珠宝首饰行业经济指标陕西省合计

图表：2009年1-6月珠宝首饰行业经济指标甘肃省合计

图表：2009年1-6月珠宝首饰行业经济指标青海省合计

图表：2009年1-6月珠宝首饰行业经济指标宁夏区合计

图表：2009年1-6月珠宝首饰行业经济指标新疆区合计

图表：2008年1-12月项链进口数据

图表：2008年1季度项链进口数据

图表：2008年1月项链进口数据

图表：2008年2月项链进口数据

图表：2008年3月项链进口数据

图表：2008年2季度项链进口数据

图表：2008年4月项链进口数据

图表：2008年5月项链进口数据

图表：2008年6月项链进口数据

图表：2008年3季度项链进口数据

图表：2008年7月项链进口数据

图表：2008年8月项链进口数据

图表：2008年9月项链进口数据

图表：2008年4季度项链进口数据

图表：2008年10月项链进口数据

图表：2008年11月项链进口数据

图表：2008年12月项链进口数据

图表：2008年1-12月项链出口数据

图表：2008年1季度项链出口数据

图表：2008年1月项链出口数据

图表：2008年2月项链出口数据

图表：2008年3月项链出口数据

图表：2008年2季度项链出口数据

图表：2008年4月项链出口数据

图表：2008年5月项链出口数据

图表：2008年6月项链出口数据

图表：2008年3季度项链出口数据  
图表：2008年7月项链出口数据  
图表：2008年8月项链出口数据  
图表：2008年9月项链出口数据  
图表：2008年4季度项链出口数据  
图表：2008年10月项链出口数据  
图表：2008年11月项链出口数据  
图表：2008年12月项链出口数据  
图表：2009年1-6月项链进口数据  
图表：2009年1季度项链进口数据  
图表：2009年1月项链进口数据  
图表：2009年2月项链进口数据  
图表：2009年3月项链进口数据  
图表：2009年2季度项链进口数据  
图表：2009年4月项链进口数据  
图表：2009年5月项链进口数据  
图表：2009年6月项链进口数据  
图表：2009年1-6月项链出口数据  
图表：2009年1季度项链出口数据  
图表：2009年1月项链出口数据  
图表：2009年2月项链出口数据  
图表：2009年3月项链出口数据  
图表：2009年2季度项链出口数据  
图表：2009年4月项链出口数据  
图表：2009年5月项链出口数据  
图表：2009年6月项链出口数据

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/132953.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。