



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2015年结婚戒指市场发展 前景分析及投资风险预测报告

一、调研说明

《2010-2015年结婚戒指市场发展前景分析及投资风险预测报告》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/144753.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

近年来，钻石正在迅速取代翡翠和黄金等传统珠宝，成为走进中国人生活的奢侈品。在上海和北京，10个新娘中就有8个佩戴钻饰。相比之下，美国完成这个过程用了50年，日本用了20年。随着中国经济的发展，市民对钻石的投资与保值需求越来越被淡化，情感需求逐渐突出。数字显示，婚庆消费占珠宝消费总额的76%左右。我国每年有近1000万对新人喜结良缘，婚庆费用高达2500亿元，即使5%用于购买首饰，总额也相当可观。但是，这种因结婚而必须消费的刚性需求却被大部分珠宝商忽视。更多的企业在已知的市场血腥红海中，大打成本战和价格战，希望通过超越竞争对手来获取已知市场空间中更多的市场份额。在国内珠宝消费受到经济危机冲击的情况下，婚戒的刚性需求是目前最为稳定，也最具领先冲出经济危机的珠宝细分市场。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。2009年是继2008年之后的又一次中国结婚高峰年，未来10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。

数据显示，仅在北京，平均每年结婚的人数就多达35万人，而钻石作为爱情的象征和举行结婚仪式必不可少的圣物，已经被越来越多的人群所接受。然而，居高不下的钻石价格，却让不少坠入爱河的年轻男女望而却步、左右徘徊。特别是在寸土寸金的首都，钻石饰品、黄金饰品，动则上万元或数十万元。钻石因为稀缺而珍贵，也因为稀缺让消费者对其价值无从估量。在钻石消费里有一个有趣的“二八现象”，即80%的消费者都是针对结婚而购买钻石，他们购买这类产品往往也是第一次接触钻石类产品。在购买过程中，不透明的价格、虚高的折扣，让初次购买钻石者一头雾水。全球至少有一半以上钻石是通过独立珠宝店销售到消费者手中，这些珠宝店的所有这些成本都将加入钻石的价格，最终由消费者来买单。一颗钻石最终售价等于在其成本的基础上翻若干倍后出售。尽管如此，庞大的适婚青年和其他新富群体，推动着中国钻石消费位居世界前列。据不完全统计，我国钻石饰品国内零售市场总额超过200亿元。2009年受国际金融危机的影响，欧美日等重要钻石市场均出现了明显的下滑，但中国内地钻石市场仍然保持了较快的增长，是全球主要经济体中唯一保持钻石销售增长的地区。中国正在超越日本，成为全球第二大宝石消费国，成为世界钻石的中心。值得注意的是，规模化、高效率的生产、加工能力，为钻石产品市场价格的下降提供了可能。我国已成为仅次于印度的全球第二大钻石切割生产国，具备世界一流的钻石加工生产能力，有各类钻石加工企业百余家，相关从业人员5万多人，年加工出口钻石300多万克拉。随着以21世纪珠宝等为代表的钻石消费新模式的出现，意味着钻石或将告别“奢侈品”的标签，逐渐成为大众消费品，进入寻常百姓家。

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、国际钻石厂商协会、中国珠宝玉石首饰行业协会、中国钻石加工厂商会、上海钻石行业协会、上海钻石交易所、全国商业信息中心、国内外相关刊物杂志的基础信息以及结婚戒指研究单位等公布和提供的大量资料，结合对结婚戒指相关企业的实地调查，对我国结婚戒指市场发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了结婚戒指市场的前景与风险。报告揭示了结婚戒指市场潜在需求与潜在机会，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准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

目录

CONTENTS

第一部分 发展现状与前景分析

第一章 全球结婚戒指市场发展分析

第一节 世界结婚戒指市场情况

- 一、2009年世界结婚戒指发展现状
- 二、2009年国际结婚戒指发展态势
- 三、2009年国际结婚戒指研发动态
- 四、2009年全球结婚戒指挑战与机会

第二节 全球结婚戒指市场分析

- 一、2009年全球结婚戒指需求分析
- 二、2009年欧美结婚戒指需求分析
- 三、2009年中外结婚戒指市场对比
- 四、2010年全球结婚戒指需求分析

第三节 部分国家地区结婚戒指市场发展状况

- 一、2009年美国结婚戒指市场发展分析
- 二、2009年欧洲结婚戒指市场发展分析
- 三、2009年日本结婚戒指市场发展分析
- 四、2009年韩国结婚戒指市场发展分析

第二章 我国结婚戒指市场发展现状

第一节 中国结婚戒指市场发展概述

一、我国结婚戒指行业消费状况

二、我国结婚戒指行业生产状况

三、我国结婚戒指行业面临的问题

四、我国结婚戒指行业产品结构

第二节 我国结婚戒指市场发展状况

一、2009年中国结婚戒指市场发展回顾

二、2009年结婚戒指市场发展情况分析

三、2009年我国结婚戒指市场特点分析

四、2009年我国结婚戒指市场发展分析

第三节 中国结婚戒指市场供需分析

一、2009年中国结婚戒指市场供给总量分析

二、2009年中国结婚戒指市场供给结构分析

三、2009年中国结婚戒指市场需求总量分析

四、2009年中国结婚戒指市场需求结构分析

五、2009年中国结婚戒指市场供需平衡分析

第三章 中国结婚戒指市场经济运行分析

第一节 2009年结婚戒指市场运行情况分析

一、2009年结婚戒指市场经济指标分析

二、2009年结婚戒指市场收入前十家企业

第二节 2009年结婚戒指市场产量分析

一、2009年我国结婚戒指产量分析

二、2010年我国结婚戒指产量预测

第三节 2009年结婚戒指市场进出口分析

一、2009年结婚戒指市场进口总量及价格

二、2009年结婚戒指市场出口总量及价格

三、2009年结婚戒指市场进出口数据统计

四、2010-2015年结婚戒指进出口态势展望

第四章 中国结婚戒指市场消费市场分析

第一节 中国结婚戒指消费者收入分析

一、中国人口、人民生活分析

二、2009-2010年消费者收入水平

三、2009-2010年消费者信心指数分析

第二节 结婚戒指市场目标客户群体调查

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 结婚戒指市场消费需求分析

一、结婚戒指市场的消费需求变化

二、结婚戒指市场的需求情况分析

三、2009年结婚戒指品牌市场消费需求分析

第四节 结婚戒指消费市场状况分析

一、结婚戒指市场消费特点

二、结婚戒指消费者分析

三、结婚戒指消费结构分析

四、结婚戒指消费的市场变化

五、结婚戒指市场的消费方向

第五章 中国结婚戒指市场区域市场分析

第一节 华北地区结婚戒指市场分析

一、2009-2010年行业发展现状分析

二、2009-2010年市场规模情况分析

三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

第二节 东北地区结婚戒指市场分析

一、2009-2010年行业发展现状分析

二、2009-2010年市场规模情况分析

三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

第三节 华东地区结婚戒指市场分析

一、2009-2010年行业发展现状分析

二、2009-2010年市场规模情况分析

三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

第四节 华南地区结婚戒指市场分析

一、2009-2010年行业发展现状分析

二、2009-2010年市场规模情况分析

三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

第五节 华中地区结婚戒指市场分析

一、2009-2010年行业发展现状分析

二、2009-2010年市场规模情况分析

三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

第六节 西南地区结婚戒指市场分析

一、2009-2010年行业发展现状分析

二、2009-2010年市场规模情况分析

三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

第七节 西北地区结婚戒指市场分析

一、2009-2010年行业发展现状分析

二、2009-2010年市场规模情况分析

三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

第六章 结婚戒指市场投资与发展前景分析

第一节 2009年结婚戒指市场投资情况分析

- 一、2009年总体投资结构
- 二、2009年投资规模情况
- 三、2009年投资增速情况
- 四、2009年分行业投资分析
- 五、2009年分地区投资分析

第二节 结婚戒指市场投资机会分析

- 一、结婚戒指投资项目分析
- 二、可以投资的结婚戒指模式
- 三、2010年结婚戒指投资机会
- 四、2010年结婚戒指细分行业投资机会
- 五、2010-2015年结婚戒指投资新方向

第三节 结婚戒指市场发展前景分析

- 一、结婚戒指市场发展前景分析
- 二、我国结婚戒指市场蕴藏的商机
- 三、金融危机后结婚戒指市场的发展前景
- 四、2010年结婚戒指市场面临的发展商机
- 五、2010-2015年结婚戒指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 结婚戒指市场竞争格局分析

第一节 结婚戒指市场集中度分析

- 一、结婚戒指市场集中度分析
- 二、结婚戒指企业集中度分析
- 三、结婚戒指区域集中度分析

第二节 结婚戒指市场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 结婚戒指市场竞争格局分析

- 一、2009年结婚戒指市场竞争分析
- 二、2009年中外结婚戒指竞争分析
- 三、2009-2010年国内外结婚戒指竞争分析
- 四、2009-2010年我国结婚戒指市场竞争分析
- 五、2009-2010年我国结婚戒指市场集中度分析
- 六、2010-2015年国内主要结婚戒指企业动向

第八章 2009-2010年中国结婚戒指市场发展形势分析

第一节 结婚戒指市场发展概况

- 一、结婚戒指市场发展特点分析
- 二、结婚戒指市场投资现状分析
- 三、结婚戒指市场总产值分析
- 四、结婚戒指市场技术发展分析

第二节 2009-2010年结婚戒指市场情况分析

- 一、结婚戒指市场发展分析
- 二、结婚戒指市场存在的问题
- 三、结婚戒指市场规模分析

第三节 2009-2010年结婚戒指产销状况分析

- 一、结婚戒指产量分析
- 二、结婚戒指产能分析
- 三、结婚戒指市场需求状况分析

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 中国结婚戒指市场整体运行指标分析

第一节 2009-2010年中国结婚戒指市场总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业生产规模分析

第二节 2009-2010年中国结婚戒指市场产销分析

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 2009-2010年中国结婚戒指市场财务指标总体分析

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 结婚戒指市场赢利水平分析

第一节 成本分析

一、2009-2010年结婚戒指原材料价格走势

二、2009-2010年结婚戒指市场人工成本分析

第二节 产销运存分析

一、2009-2010年结婚戒指市场产销情况

二、2009-2010年结婚戒指市场库存情况

三、2009-2010年结婚戒指市场资金周转情况

第三节 盈利水平分析

一、2009-2010年结婚戒指市场价格走势

二、2009-2010年结婚戒指市场营业收入情况

三、2009-2010年结婚戒指市场毛利率情况

四、2009-2010年结婚戒指市场赢利能力

五、2009-2010年结婚戒指市场赢利水平

六、2010-2015年结婚戒指市场赢利预测

第十一章 结婚戒指市场盈利能力分析

第一节 2009-2010年中国结婚戒指市场利润总额分析

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 2009-2010年中国结婚戒指市场销售利润率

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 2009-2010年中国结婚戒指市场总资产利润率分析

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 2009-2010年中国结婚戒指市场产值利税率分析

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 结婚戒指重点企业发展分析

第一节 卡地亚（中国驰名商标）

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力分析

四、2010-2015年投资风险

第二节 周大福（中国驰名商标）

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力分析

四、2010-2015年投资风险

第三节 金伯利（中国驰名商标）

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力分析

四、2010-2015年投资风险

第四节 周生生（中国驰名商标）

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力分析

四、2010-2015年投资风险

第五节 蒂芬尼（一线品牌）

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力分析

四、2010-2015年投资风险

第六节 谢瑞麟（中国驰名商标）

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力分析

四、2010-2015年投资风险

第七节 百泰（中国驰名商标）

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力分析

四、2010-2015年投资风险

第八节 吉盟（中国驰名商标）

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力分析

四、2010-2015年投资风险

第九节 老凤祥（中国驰名商标）

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力分析

四、2010-2015年投资风险

第十节 周六福（中国驰名商标）

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力分析

四、2010-2015年投资风险

第四部分 投资策略与风险预警

第十三章 结婚戒指市场投资策略分析

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 结婚戒指市场投资效益分析

- 一、2009-2010年结婚戒指市场投资状况
- 二、2009-2010年结婚戒指市场投资效益
- 三、2010-2015年结婚戒指市场投资方向
- 四、2010-2015年结婚戒指市场投资建议

第四节 结婚戒指市场投资策略研究

- 一、2009年结婚戒指市场投资策略
- 二、2010年结婚戒指市场投资策略
- 三、2010-2015年结婚戒指市场投资策略
- 四、2010-2015年结婚戒指细分行业投资策略

第十四章 结婚戒指市场投资风险预警

第一节 影响结婚戒指市场发展的主要因素

- 一、2010年影响结婚戒指市场运行的有利因素
- 二、2010年影响结婚戒指市场运行的稳定因素
- 三、2010年影响结婚戒指市场运行的不利因素
- 四、2010年我国结婚戒指市场发展面临的挑战
- 五、2010年我国结婚戒指市场发展面临的机遇

第二节 结婚戒指市场投资风险预警

- 一、2010-2015年结婚戒指市场风险预测
- 二、2010-2015年结婚戒指市场政策风险预测
- 三、2010-2015年结婚戒指市场经营风险预测

- 四、2010-2015年结婚戒指市场技术风险预测
- 五、2010-2015年结婚戒指市场竞争风险预测
- 六、2010-2015年结婚戒指市场其他风险预测

第五部分 发展趋势与规划建议

第十五章 结婚戒指市场发展趋势分析

第一节 2010-2015年中国结婚戒指市场趋势分析

- 一、2009-2010年我国结婚戒指市场趋势总结
- 二、2010-2015年我国结婚戒指发展趋势分析

第二节 2010-2015年结婚戒指发展趋势分析

- 一、2010-2015年结婚戒指技术趋势分析
- 二、2010-2015年结婚戒指价格趋势分析

第三节 2010-2015年中国结婚戒指市场供需预测

- 一、2010-2015年中国结婚戒指供给预测
- 二、2010-2015年中国结婚戒指需求预测
- 三、2010-2015年中国结婚戒指价格预测

第四节 2010-2015年结婚戒指市场规划建议

- 一、2010-2015年结婚戒指市场整体规划
- 二、2010-2015年结婚戒指市场发展预测
- 三、2010-2015年结婚戒指市场规划建议

第十六章 结婚戒指企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

- 一、结婚戒指价格策略分析
- 二、结婚戒指渠道策略分析

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 提高结婚戒指企业竞争力的策略

- 一、提高中国结婚戒指企业核心竞争力的对策
- 二、结婚戒指企业提升竞争力的主要方向

三、影响结婚戒指企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高结婚戒指企业竞争力的策略

第四节 对我国结婚戒指品牌的战略思考

一、结婚戒指实施品牌战略的意义

二、结婚戒指企业品牌的现状分析

三、我国结婚戒指企业的品牌战略

四、结婚戒指品牌战略管理的策略

图表目录

图表：结婚戒指产业链分析

图表：结婚戒指市场生命周期

图表：2009-2010年中国结婚戒指市场规模

图表：2009-2010年全球结婚戒指产业市场规模

图表：2009-2010年结婚戒指重要数据指标比较

图表：2009-2010年中国结婚戒指市场销售情况分析

图表：2009-2010年中国结婚戒指市场利润情况分析

图表：2009-2010年中国结婚戒指市场资产情况分析

图表：2009-2010年中国结婚戒指竞争力分析

图表：2010-2015年中国结婚戒指市场价格走势预测

图表：2010-2015年中国结婚戒指发展前景预测

图表：2009-2010年1月结婚戒指市场销售成本分析

图表：2009-2010年1月结婚戒指市场销售费用分析

图表：2009-2010年1月结婚戒指市场管理费用分析

图表：2009-2010年1月结婚戒指市场财务费用分析

图表：2009-2010年1月结婚戒指市场销售及利润分析

图表：2009-2010年1月结婚戒指市场销售毛利率分析

图表：2009-2010年1月结婚戒指市场销售利润率分析

图表：2009-2010年1月结婚戒指市场成本费用利润率分析

图表：2009年1-12月我国钻戒进口数据

图表：2009年1-12月我国钻戒出口数据

图表：2009年1季度我国钻戒进口数据

图表：2009年1季度我国钻戒出口数据

图表：2009年1月我国钻戒进口数据

图表：2009年1月我国钻戒出口数据

图表：2009年2月我国钻戒进口数据

图表：2009年2月我国钻戒出口数据

图表：2009年3月我国钻戒进口数据

图表：2009年3月我国钻戒出口数据

图表：2009年2季度我国钻戒进口数据

图表：2009年2季度我国钻戒出口数据

图表：2009年4月我国钻戒进口数据

图表：2009年4月我国钻戒出口数据

图表：2009年5月我国钻戒进口数据

图表：2009年5月我国钻戒出口数据

图表：2009年6月我国钻戒进口数据

图表：2009年6月我国钻戒出口数据

图表：2009年3季度我国钻戒进口数据

图表：2009年3季度我国钻戒出口数据

图表：2009年7月我国钻戒进口数据

图表：2009年7月我国钻戒出口数据

图表：2009年8月我国钻戒进口数据

图表：2009年8月我国钻戒出口数据

图表：2009年9月我国钻戒进口数据

图表：2009年9月我国钻戒出口数据

图表：2009年4季度我国钻戒进口数据

图表：2009年4季度我国钻戒出口数据

图表：2009年10月我国钻戒进口数据

图表：2009年10月我国钻戒出口数据

图表：2009年11月我国钻戒进口数据

图表：2009年11月我国钻戒出口数据

图表：2009年12月我国钻戒进口数据

图表：2009年12月我国钻戒出口数据

图表：2009年1-12月中国珠宝首饰市场国有企业工业数据

图表：2009年1-12月中国珠宝首饰市场集体企业工业数据

图表：2009年1-12月中国珠宝首饰市场股份合作制企业工业数据

图表：2009年1-12月中国珠宝首饰市场股份制企业工业数据

图表：2009年1-12月中国珠宝首饰市场私营企业工业数据

图表：2009年1-12月中国珠宝首饰市场外商和港澳台投资企业工业数据

图表：2009年1-12月中国珠宝首饰市场其他类型企业工业数据

图表：2009年1-12月中国不同所有制珠宝首饰企业累计工业总产值对比

图表：2009年1-12月中国不同所有制珠宝首饰企业累计产品销售收入对比

图表：2009年1-12月中国不同所有制珠宝首饰企业累计资产总计对比

图表：2009年1-12月中国不同所有制珠宝首饰企业累计利润总额对比

图表：2009年1-12月中国不同所有制珠宝首饰企业累计工业总产值增长对比

图表：2009年1-12月中国不同所有制珠宝首饰企业累计产品销售收入增长对比

图表：2009年1-12月中国不同所有制珠宝首饰企业累计利润总额增长对比

图表：2009年1-12月中国不同所有制珠宝首饰企业产销率对比

图表：2009年1-12月中国不同所有制珠宝首饰企业流动资产周转次数对比

图表：2009年1-12月中国不同所有制珠宝首饰企业人均销售率对比

图表：2009年1-12月中国不同所有制珠宝首饰企业亏损面对比

图表：2009年1-12月中国不同所有制珠宝首饰企业销售利润率对比

图表：2009年1-12月中国不同所有制珠宝首饰企业资金利税率对比

图表：2009年1-12月钻戒产量北京市统计

图表：2009年1-12月钻戒产量天津市统计

图表：2009年1-12月钻戒产量河北省统计

图表：2009年1-12月钻戒产量内蒙古统计

图表：2009年1-12月钻戒产量辽宁省统计

图表：2009年1-12月钻戒产量吉林省统计

图表：2009年1-12月钻戒产量黑龙江统计

图表：2009年1-12月钻戒产量上海市统计

图表：2009年1-12月钻戒产量江苏省统计

图表：2009年1-12月钻戒产量浙江省统计

图表：2009年1-12月钻戒产量安徽省统计

图表：2009年1-12月钻戒产量福建省统计

图表：2009年1-12月钻戒产量江西省统计

图表：2009年1-12月钻戒产量山东省统计

图表：2009年1-12月钻戒产量河南省统计

图表：2009年1-12月钻戒产量湖北省统计

图表：2009年1-12月钻戒产量湖南省统计

图表：2009年1-12月钻戒产量广东省统计

图表：2009年1-12月钻戒产量广西区统计

图表：2009年1-12月钻戒产量海南省统计

图表：2009年1-12月钻戒产量四川省统计

图表：2009年1-12月钻戒产量云南省统计

图表：2009年1-12月钻戒产量陕西省统计

图表：2009年1-12月钻戒产量甘肃省统计

图表：2009年1-12月钻戒产量青海省统计

图表：2009年1-12月钻戒产量宁夏区统计

图表：2009年1-12月钻戒产量新疆区统计

图表：2008-2010年国内生产总值及其增长速度

图表：2008-2010年居民消费价格涨跌幅度

图表：2008-2010年1月国家外汇储备

图表：2008-2010年税收收入及其增长速度

图表：2008-2010年粮食产量及其增长速度

图表：2008-2010年工业增加值及其增长速度

图表：2008-2010年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2008-2010年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2008-2010年建筑业增加值及其增长速度

图表：2008-2010年固定资产投资及其增长速度

图表：2008-2010年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2008-2010年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2008-2010年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2008-2010年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2008-2010年货物进出口总额及其增长速度

图表：2009-2010年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2009-2010年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2009-2010年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2008-2010年货物进出口总额及其增长速度

图表：2008-2010年分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2008-2010年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2008-2010年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2008-2010年1月电话用户数

图表：2008-2010年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表：2008-2010年城乡居居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表：2008-2010年1月各类教育招生人数

图表：2008-2010年人口数及其构成

图表：2008-2010年农村居民村收入及其增长速度

图表：2008-2010年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：2009年1-12月工业生产主要指标

图表：2008-2010年1月全国居民消费价格指数

图表：2008-2010年1月工业品出厂价格指数

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/144753.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）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专业提供投资咨询报告、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。