



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009-2012年钻戒行业竞争格局 与投资战略研究咨询报告

# 一、调研说明

《2009-2012年钻戒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/132776.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

全球钻石业的不景气已成为不争的事实。从2008年8月到2009年2月，全球加工过的钻石平均价格下降12%，未加工钻石的价格下降近40%。钻石主要出口国出口额大幅减少。在全球钻石市场一片低迷的形势下，中国可能是不景气的全球钻石市场回暖的重要因素之一。目前其他国家钻石进口都处于下降趋势，中国是唯一保持钻石进口增长态势的国家。美国是目前世界上最大的钻石消费市场，约占全球市场一半左右。受金融危机影响，美国市场钻石消费疲软，预计，从08年11月至09年10月，美国钻石消费量将下降22%，欧洲和中东将下降10%，日本将下降5%。在此期间，全球钻石需求量平均将下降15%。世界最大钻石企业德比尔斯公司2008年度的业绩报告也承认，08年第四季度该公司销售额受金融危机影响而大幅下降。随着传统钻石消费市场消费能力下降，中国市场正变得越来越重要。到2020年，中国钻石消费市场将超过美国。如果中国大陆平均每人的钻石消费量达到台湾地区的水平，那么全球钻石需求量将增加7倍。目前，中国是亚洲第一大钻石消费国，世界第二大钻石消费国，仅次于美国。钻石在中国正从奢侈消费发展成习惯消费。国内钻石市场主要存在婚庆、投资、时尚消费三类需求。在拉动钻石价格需求中，婚庆独占鳌头。在中国25个发展居前的城市中，超过半数的新人拥有钻石婚戒。2008年中国钻石进口总额是30.26亿美元。目前其他国家钻石进口都处于下降趋势，中国是唯一保持钻石进口增势的国家。

中国成为世界钻石行业的中心，重要性与日俱增。中国市场有着非常大的发展潜力，中国作为钻石的重要消费市场，还是一个开始阶段，现在中国的钻石商主要集中在比较大的城市如上海、广州、深圳等，但是中国非常大，因此可以说空间和潜力都是无限的。2008年，中国的钻石消费现已超越日本，成为仅次于美国的全球第二大钻石消费国，在全球钻石产业中占据重要地位。中国现在已具备世界一流的钻石加工行业生产能力，低成本劳动力运作以及高品质的钻石加工工艺已使中国成为目前世界上第二大钻石加工中心。很多国际钻石厂商已经在中国进行投资，他们在中国有自己的工厂或者是店铺、客户等。在过去的几年中，中国在钻石加工方面的技术在不断进步，特别是对于大颗钻石的加工有了更好的技术水平。中国的钻石加工厂目前有4500个左右。2008年，上海钻石交易所的钻石交易总额达13.7亿美元，钻石饰品国内零售市场总额超过200亿元。2008年10月至2009年第一季度，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。据全球最大的钻石生产企业戴比尔斯的统计资料显示，在这次金融危机中，该公司在欧美等主要市场的销售都遭遇了严冬，但是在中国的钻石销售却逆势增长，增幅超过15%。业内专家预计，中国经济有望率先走出低谷，中国钻石市场有望实现新一轮更快速的增长。正是在这一市场预期下，2009上海国际珠宝首饰展吸引了来自22个国家的00多家展商，展位数量达1,100多个，规模近23,000平方米，

较08年同期增加25%。

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、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，对我国钻戒行业的发展状况、需求状况、营销状况、消费变化、钻戒企业的战略选择以及钻戒市场发展趋势进行了详细的分析和预测，并对国内钻戒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钻戒行业的冲击带来的机遇与挑战等方面进行了深入探讨。本报告是钻戒原料供应、生产加工和市场经营企业或单位及计划投资于钻戒行业的企业、单位和个人等准确了解目前国内外钻戒市场发展动态，把握钻戒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 钻戒行业发展概述

##### 第一节 钻戒的概念

###### 一、钻戒的定义

###### 二、钻戒的特点

###### 三、钻戒的分类

##### 第二节 钻戒行业发展成熟度

###### 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 钻戒市场特征分析

###### 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 国际钻戒市场发展分析

#### 第一节 世界钻戒行业发展分析

- 一、2007年世界钻戒行业发展分析
- 二、2008年世界钻戒行业发展分析
- 三、2009年世界钻戒行业发展分析

#### 第二节 全球钻戒市场分析

- 一、2009年全球钻戒需求分析
- 二、2009年欧美钻戒需求分析
- 三、2009年中外钻戒市场对比

#### 第三节 2008-2009年主要地区钻戒行业发展分析

- 一、2008-2009年美洲钻戒行业分析
- 二、2008-2009年亚洲钻戒行业分析
- 三、2008-2009年欧洲钻戒行业分析

### 第三章 我国钻戒行业发展分析

#### 第一节 国内钻戒行业发展现状

- 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
- 五、中国钻戒行业技术发展

#### 第二节 中国钻戒市场供需状况

- 一、2009年中国钻戒行业供给能力
- 二、2009年中国钻戒市场供给分析
- 三、2009年中国钻戒市场需求分析
- 四、2009年中国钻戒产品价格分析

#### 第三节 我国钻戒市场分析

- 一、2008年上半年钻戒市场分析
- 二、2008年下半年钻戒市场分析
- 三、2009年上半年钻戒市场分析

## 四、2009年钻戒市场的走向分析

### 第四章 钻戒产业经济运行分析

#### 第一节 2008-2009年中国钻戒产业工业总产值分析

##### 一、2008-2009年中国钻戒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年中国钻戒产业市场销售收入分析

##### 一、2008-2009年中国钻戒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年中国钻戒产业产品成本费用分析

##### 一、2008-2009年中国钻戒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年中国钻戒产业利润总额分析

##### 一、2008-2009年中国钻戒产业利润总额分析

##### 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 我国钻戒产业进出口分析

#### 第一节 我国钻戒产品进口分析

##### 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 我国钻戒产品出口分析

##### 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 我国钻戒产品进出口预测

##### 一、2009年上半年进口分析

##### 二、2009年上半年出口分析

三、2009年钻戒进口预测

四、2009年钻戒出口预测

## 第六章 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、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 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、2009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

## 第二部分 行业竞争格局

### 第七章 钻戒行业竞争格局分析

#### 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 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年钻戒行业竞争格局分析

一、2008年钻戒行业竞争分析

二、2008年中外钻戒产品竞争分析

三、2008-2009年国内外钻戒竞争分析

四、2008-2009年我国钻戒市场竞争分析

五、2008-2009年我国钻戒市场集中度分析

六、2009-2012年国内主要钻戒企业动向

第八章 钻戒企业竞争策略分析

第一节 钻戒市场竞争策略分析

一、2009年钻戒市场增长潜力分析

二、2009年钻戒主要潜力品种分析

三、现有钻戒产品竞争策略分析

四、潜力钻戒品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 钻戒企业竞争策略分析



- 一、金融危机对钻戒行业竞争格局的影响
- 二、金融危机后钻戒行业竞争格局的变化
- 三、2009-2012年我国钻戒市场竞争趋势
- 四、2009-2012年钻戒行业竞争格局展望
- 五、2009-2012年钻戒行业竞争策略分析
- 六、2009-2012年钻戒企业竞争策略分析

## 第九章 主要钻戒品牌竞争分析

### 第一节 卡地亚（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 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

### 第三节 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

### 第四节 周生生（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 蒂芬尼（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 戴梦得（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 明牌（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 周大生（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 钻戒行业发展趋势分析

##### 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年钻戒行业发展趋势分析

##### 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年中国钻戒市场趋势分析

##### 一、2008-2009年钻戒市场趋势总结

##### 二、2009-2012年钻戒发展趋势分析

##### 三、2009-2012年钻戒市场发展空间

##### 四、2009-2012年钻戒产业政策趋向

##### 五、2009-2012年钻戒技术革新趋势

##### 六、2009-2012年钻戒价格走势分析

### 第十一章 未来钻戒行业发展预测

#### 第一节 未来钻戒需求与消费预测

##### 一、2009-2012年钻戒产品消费预测

##### 二、2009-2012年钻戒市场规模预测

##### 三、2009-2012年钻戒行业总产值预测

##### 四、2009-2012年钻戒行业销售收入预测

##### 五、2009-2012年钻戒行业总资产预测

#### 第二节 2009-2012年中国钻戒行业供需预测

##### 一、2008-2012年中国钻戒供给预测

##### 二、2009-2012年中国钻戒产量预测

##### 三、2009-2012年中国钻戒需求预测

##### 四、2009-2012年中国钻戒供需平衡预测

##### 五、2009-2012年中国钻戒产品价格预测

##### 六、2009-2012年主要钻戒产品进出口预测

### 第四部分 投资战略研究

#### 第十二章 钻戒行业投资现状分析

##### 第一节 2008年钻戒行业投资情况分析

##### 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年上半年钻戒行业投资情况分析

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 钻戒行业投资环境分析

### 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年钻戒行业政策环境

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 钻戒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 钻戒行业投资效益分析

一、2008-2009年钻戒行业投资状况分析

二、2009-2012年钻戒行业投资效益分析

三、2009-2012年钻戒行业投资趋势预测

四、2009-2012年钻戒行业的投资方向

五、2009-2012年钻戒行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

### 第四节 影响钻戒行业发展的主要因素

一、2009-2012年影响钻戒行业运行的有利因素分析

二、2009-2012年影响钻戒行业运行的稳定因素分析

三、2009-2012年影响钻戒行业运行的不利因素分析

四、2009-2012年我国钻戒行业发展面临的挑战分析

五、2009-2012年我国钻戒行业发展面临的机遇分析

### 第五节 钻戒行业投资风险及控制策略分析

一、2009-2012年钻戒行业市场风险及控制策略

二、2009-2012年钻戒行业政策风险及控制策略

三、2009-2012年钻戒行业经营风险及控制策略

四、2009-2012年钻戒行业技术风险及控制策略

五、2009-2012年钻戒同业竞争风险及控制策略

六、2009-2012年钻戒行业其他风险及控制策略

## 第十五章 钻戒行业投资战略研究

### 第一节 钻戒行业发展战略研究

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 对我国钻戒品牌的战略思考

### 一、企业品牌的重要性

### 二、钻戒实施品牌战略的意义

### 三、钻戒企业品牌的现状分析

### 四、我国钻戒企业的品牌战略

### 五、钻戒品牌战略管理的策略

## 第三节 钻戒行业投资战略研究

### 一、2009年珠宝首饰投资战略研究

### 二、2009年钻戒行业投资战略研究

### 三、2009-2012年钻戒行业投资形势

### 四、2009-2012年钻戒行业投资战略

## 图表目录

图表：钻戒产业链分析

图表：国际钻戒市场规模

图表：国际钻戒生命周期

图表：2008-2009年中国钻戒行业市场规模

图表：2008-2009年全球钻戒产业市场规模

图表：2008-2009年钻戒重要数据指标比较

图表：2008-2009年中国钻戒行业销售情况分析

图表：2008-2009年中国钻戒行业利润情况分析

图表：2008-2009年中国钻戒行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国钻戒竞争力分析

图表：2009-2012年中国钻戒产能预测

图表：2009-2012年中国钻戒消费量预测

图表：2009-2012年中国钻戒市场前景预测

图表：2009-2012年中国钻戒市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国钻戒发展前景预测

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省合计

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月钻戒进口数据

图表：2008年1季度钻戒进口数据



图表：2008年1月钻戒进口数据

图表：2008年2月钻戒进口数据

图表：2008年3月钻戒进口数据

图表：2008年2季度钻戒进口数据

图表：2008年4月钻戒进口数据

图表：2008年5月钻戒进口数据

图表：2008年6月钻戒进口数据

图表：2008年3季度钻戒进口数据

图表：2008年7月钻戒进口数据

图表：2008年8月钻戒进口数据

图表：2008年9月钻戒进口数据

图表：2008年4季度钻戒进口数据

图表：2008年10月钻戒进口数据

图表：2008年11月钻戒进口数据

图表：2008年12月钻戒进口数据

图表：2008年1-12月钻戒出口数据

图表：2008年1季度钻戒出口数据

图表：2008年1月钻戒出口数据

图表：2008年2月钻戒出口数据

图表：2008年3月钻戒出口数据

图表：2008年2季度钻戒出口数据

图表：2008年4月钻戒出口数据

图表：2008年5月钻戒出口数据

图表：2008年6月钻戒出口数据

图表：2008年3季度钻戒出口数据

图表：2008年7月钻戒出口数据

图表：2008年8月钻戒出口数据

图表：2008年9月钻戒出口数据

图表：2008年4季度钻戒出口数据

图表：2008年10月钻戒出口数据

图表：2008年11月钻戒出口数据

图表：2008年12月钻戒出口数据

图表：2009年1-6月钻戒进口数据

图表：2009年1季度钻戒进口数据

图表：2009年1月钻戒进口数据

图表：2009年2月钻戒进口数据

图表：2009年3月钻戒进口数据

图表：2009年2季度钻戒进口数据

图表：2009年4月钻戒进口数据

图表：2009年5月钻戒进口数据

图表：2009年6月钻戒进口数据

图表：2009年1-6月钻戒出口数据

图表：2009年1季度钻戒出口数据

图表：2009年1月钻戒出口数据

图表：2009年2月钻戒出口数据

图表：2009年3月钻戒出口数据

图表：2009年2季度钻戒出口数据

图表：2009年4月钻戒出口数据

图表：2009年5月钻戒出口数据

图表：2009年6月钻戒出口数据

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/132776.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。