



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国钻石市场分析 及投资策略研究报告

一、调研说明

《2015-2020年中国钻石市场分析及投资策略研究报告》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/271163.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

钻石是指经过琢磨的金刚石，金刚石是一种天然矿物，是钻石的原石。简单地讲，钻石是在地球深部高压、高温条件下形成的一种由碳元素组成的单质晶体。是爱情和忠贞的象征。

钻石在天然矿物中的硬度最高，其脆性也相当高，用力碰撞仍会碎裂。源于古希腊语Adamant，意思是坚硬不可侵犯的物质，是公认的宝石之王。钻石的。也就是说，钻石其实是一种密度相当高的碳结晶体。

卡，或译克拉、克拉（Carat），是钻石的质量单位。一卡相等于是200毫克，相传早期钻石商人称量钻石所用的砝码为稻子豆树（carob）果实，一粒这样的果实大约就重200毫克。因为钻石的密度基本上相同，因此越重的钻石体积越大。越大的钻石越稀有，每卡的价值亦越高。

据美国物理学家组织网报道，澳大利亚麦考瑞大学的研究人员发现，地球上最坚硬的天然物质钻石并非人们想象的那样"恒久远"。在强光照射下，钻石也会蒸发。研究发现刊登在美国《光学材料快报》杂志上。

麦考瑞大学光子学研究中心副教授理查德-米德伦和同事经研究发现，钻石暴露在光照条件下会蒸发。米德伦说："一些物质都有光照导致的蒸发现象，观察到钻石也有这种现象还是第一次。"当暴露在强紫外-C线(臭氧层过滤后的强紫外线)条件下，钻石表面的小凹坑会在短短几秒钟内消失。钻石质量损失的速度随着光线强度的降低快速降低，但蚀刻过程仍然继续，只是速度越来越慢。

米德伦指出，钻石蒸发消失速度极慢，正常情况下无法被观察到。事实上，即使暴露在强紫外线条件下，例如强烈阳光照射或者放在紫外日光浴灯下，需要大约100亿年之后，钻石质量损失才能达到可观察的程度。这一研究发现不仅提供了有关钻石长期稳定性的线索，同时也有助于未来的研究。

米德伦说："这是一项非常实用的发现，我们正在研究如何利用这一发现。如果我们能够在钻石上打造一些结构，将光线控制在钻石上一个非常狭小的丝状区域，这将是制造个头更小，效率更高的光学装置的第一步，可用于量子计算和高能激光。这一发现可能帮助我们在其他行星表面搜寻到钻石踪迹。"

钻石是金刚石精加工而成的产品，钻石是世界上最坚硬的、成份最简单的宝石，它是由碳元素组成的、具立方结构的天然晶体。其成份与我们常见的煤、铅笔芯及糖的成份基本相同，碳元素在较高的温度、压力下，结晶形成石墨（黑色），而在高温、极高气压及还原环境（通常来说就是一种缺氧的环境）中则结晶为珍贵的钻石（无色）。

自从钻石在印度被发现以来，就有人在河边、河滩上捡到钻石，这是由于位于河流上游某处含有钻石的原岩，被风化、破碎后，钻石随水流被带到下游地带，比重大的钻石被埋在沙

砾中。

1870年人们在南非的一个农场的黄土中挖出了钻石，此后钻石的开掘由河床转移到黄土中，黄土下面就是坚硬的深蓝色岩石，它就是钻石原岩——金伯利岩（kimberlite）。金伯利岩是一种形成于地球深部、含有大量碳酸气等挥发性成份的偏碱性超基性火山岩，这种岩石中常常含有来自地球深部的橄榄岩、榴辉岩碎片，主要矿物成份包括橄榄石、金云母、碳酸盐、辉石、石榴石等。研究表明，金伯利岩浆形成于地球深部150公里以下。由于这种岩石首先在南非金伯利被发现，故以该地名来命名。

另一种含有钻石的原岩称钾镁煌斑岩（lamproite），它是一种过碱性镁质火山岩，主要由白榴石、火山玻璃形成，可含辉石、橄榄石等矿物，典型产地为澳大利亚西部阿盖尔（Argyle）。

科学家们经过对来自世界不同矿山钻石及其中原生包裹体矿物的研究发现，钻石的形成条件一般为压力在4.5-6.0Gpa（相当于150-200km的深度），温度为1100-1500℃。虽然理论上说，钻石可形成于地球历史的各个时期/阶段，而已经开采的矿山中，大部分钻石主要形成于33亿年前以及12-17亿年这两个时期。如南非的一些钻石年龄为45亿左右，表明这些钻石在地球诞生后不久便已开始在地壳深部结晶，钻石是世界上最古老的宝石。钻石的形成需要一个漫长的历史过程，这从钻石主要出产于地球上古老的稳定大陆地区可以证实。另外，地外星体对地球的撞击，产生瞬间的高温、高压，也可形成钻石，如1988年前苏联科学院报道在陨石中发现了钻石，但这种作用形成的钻石并无经济价值。

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家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：

第一章 钻石行业定义 19

第一节 钻石行业的定义 19

一、 钻石的定义 19

二、 钻石的结构 19

三、 钻石的性质 20

四、 钻石的种类 21

第二节 钻石行业的特点 23

一、 钻石的价值 23

二、 产品的特性 24

三、 行业的特性	25
第三节 应用领域	25
第二章 产业发展环境分析	26
第一节 经济发展环境分析	26
一、 中国经济运行现状	26
二、 中国经济发展趋势	35
三、 中国经济发展预测	37
第二节 政策发展环境分析	41
一、 行业监管体制	43
二、 行业政策法规	43
三、 重点政策解析	46
第三节 技术发展环境分析	48
一、 钻石分级标准	48
二、 钻石切割技术	58
三、 对行业的影响	60
第四节 社会发展环境分析	60
一、 中国工业发展水平	60
二、 中国人口规模现状	62
三、 居民收入消费水平	63
第三章 世界行业发展综述	68
第一节 世界行业发展状况	68
一、 市场发展现状	68
二、 需求发展分析	69
三、 市场规模分析	72
第二节 世界行业技术分析	75
一、 钻石行业技术现状	75
二、 全球钻石镶嵌技术	78
三、 全球钻石加工工艺	84
四、 行业技术发展趋势	85
第三节 2014年全球主要国家行业市场概况	86
一、 欧洲地区	86
二、 北美地区	87

三、 亚洲地区	90
四、 非洲地区	94
第四节 未来5年全球钻石行业市场趋势预测	95
一、 钻石供需缺口将扩大	95
二、 钻石饰品营销模式变革	96
第五节 2015年钻石行业经济环境分析及预测	97
一、 国际经济环境分析	97
二、 国际经济发展趋势	101
三、 国际经济发展预测	107
四、 对我国经济影响分析	109
第六节 钻石全球产量走势分析	110
一、 全球产量统计	110
二、 全球产量发展趋势预测	111
第七节 钻石重点厂商分析	112
第四章 我国钻石行业发展现状分析	117
第一节 我国行业发展现状	117
一、 行业发展历程阶段	117
二、 行业品牌发展现状	117
三、 行业需求市场现状	120
四、 我国市场走向分析	122
第二节 中国钻石市场情况分析	124
一、 市场现状分析	124
二、 产品价格分析	126
三、 钻石交易市场	127
第三节 中国钻石行业存在的问题	128
一、 国内产品市场的四大瓶颈	128
二、 国内产品市场的三大乱象	132
三、 国内钻石市场存在的问题	135
第四节 对中国市场的分析及思考	136
一、 市场特点	136
二、 市场分析	137
三、 中国行业发展的新思路	140

第五章 钻石中国生产现状分析	144
第一节 行业总体规模	144
第二节 产能概况	145
第三节 市场容量概况	146
一、 市场容量分析	146
二、 市场容量预测	147
第四节 产业的生命周期分析	148
一、 产业生命周期理论	148
二、 钻石行业生命周期解析	150
三、 生命周期各阶段营销策略	150
第五节 钻石产业供需情况	153
第六节 中国钻石行业进出口分析	153
一、 行业进口分析	153
二、 行业出口分析	154
三、 行业进出口数据统计	155
四、 进出口态势展望	157
第六章 钻石营销策略调研	159
第一节 销售组织及结构调查分析	159
一、 主要销售模式分析	159
二、 网络营销模式演变	161
三、 主要销售战略规划	167
第二节 钻石行业消费者认知分析	168
一、 对钻石购买的态度	168
二、 购买钻石需求趋势	170
三、 钻石品牌认知情况	170
四、 购买钻石用途结构	171
五、 购买钻石渠道结构	173
六、 钻石信息获取方式	173
七、 消费者的收入分布	174
第三节 销售区域调查分析	175
一、 主要产品品种销售区域分布	175
二、 新产品销售区域分布预测	176

第七章 中国钻石行业区域市场营销策略分析 177

第一节 钻石消费市场调查 177

第二节 华北地区 180

一、 行业区域市场规模情况分析 180

二、 行业区域市场需求情况分析 181

三、 行业区域发展前景预测 182

四、 行业区域营销现状分析 183

第三节 华东地区 184

一、 行业区域市场规模情况分析 184

二、 行业区域市场需求情况分析 185

三、 行业区域发展前景预测 186

四、 行业区域营销现状分析 187

第四节 华中地区 188

一、 行业区域市场规模情况分析 188

二、 行业区域市场需求情况分析 189

三、 行业区域发展前景预测 190

四、 行业区域营销现状分析 191

第五节 华南地区 192

一、 行业区域市场规模情况分析 192

二、 行业区域市场需求情况分析 193

三、 行业区域发展前景预测 193

四、 行业区域营销现状分析 194

第六节 东北地区 195

一、 行业区域市场规模情况分析 195

二、 行业区域市场需求情况分析 196

三、 行业区域发展前景预测 197

四、 行业区域营销现状分析 197

第七节 西南地区 198

一、 行业区域市场规模情况分析 198

二、 行业区域市场需求情况分析 199

三、 行业区域发展前景预测 200

四、 行业区域营销现状分析 201

第八节	西北地区	202
一、	行业区域市场规模情况分析	202
二、	行业区域市场需求情况分析	203
三、	行业区域发展前景预测	203
四、	行业区域营销现状分析	204
第九节	重点城市	205
第八章	原材料供应状况分析	208
第一节	主要原材料	208
第二节	主要原材料历史价格及供应情况	208
第三节	主要原材料当前价格及供应情况	209
第四节	主要原材料未来价格及供应情况预测	210
第九章	产业链分析	211
第一节	产业链分析	211
一、	产业链模型介绍	211
二、	产业链模型分析	212
第二节	上游产业发展及其影响分析	213
一、	上游产业发展现状	213
二、	上游产业发展趋势预测	218
第三节	下游产业发展及其影响分析	219
一、	下游产业发展现状	219
二、	下游产业发展趋势预测	225
第十章	市场年度市场调查分析	227
第一节	盈利能力分析	227
第二节	偿债能力分析	230
第三节	经营效率分析	233
第四节	人均创利对比分析	237
第五节	亏损面分析	237
第十一章	中国钻石行业优势生产企业竞争力及关键性数据分析	239
第一节	周大福珠宝金行有限公司	239
一、	企业概况	239
二、	总体规模与盈利状况	240
三、	盈利能力分析	242

四、	营运能力分析	243
五、	偿债能力分析	244
六、	成长能力分析	244
第二节	周生生集团国际有限公司	245
一、	企业概况	245
二、	总体规模与盈利状况	245
三、	盈利能力分析	248
四、	营运能力分析	249
五、	偿债能力分析	249
六、	成长能力分析	250
第三节	上海老凤祥有限公司	251
一、	企业概况	251
二、	总体规模与盈利状况	252
三、	盈利能力分析	255
四、	营运能力分析	256
五、	偿债能力分析	257
六、	成长能力分析	258
第四节	广东潮宏基实业股份有限公司	258
一、	企业概况	258
二、	总体规模与盈利状况	259
三、	盈利能力分析	262
四、	营运能力分析	263
五、	偿债能力分析	264
六、	成长能力分析	265
第五节	谢瑞麟珠宝（国际）有限公司	266
一、	企业概况	266
二、	总体规模与盈利状况	266
三、	盈利能力分析	270
四、	营运能力分析	271
五、	偿债能力分析	271
六、	成长能力分析	272
第六节	深圳市爱迪尔珠宝股份有限公司	273

一、	企业概况	273
二、	总体规模与盈利状况	274
三、	盈利能力分析	276
四、	营运能力分析	277
五、	偿债能力分析	278
六、	成长能力分析	279
第十二章	钻石行业市场竞争策略分析	281
第一节	行业竞争结构分析	281
一、	现有企业间竞争	281
二、	潜在进入者分析	282
三、	替代品威胁分析	282
四、	供应商议价能力	282
五、	客户议价能力	283
第二节	市场竞争格局分析	283
一、	需求竞争格局	283
二、	市场集中度	284
三、	区域集中度	286
第三节	行业竞争策略分析	290
一、	2014-2019年我国市场竞争趋势	290
二、	2014-2019年行业竞争格局展望	291
三、	2014-2019年行业竞争策略分析	291
第十三章	钻石市场规模与增长趋势	293
第一节	全国市场规模及增长趋势	293
第二节	整体产品销售额	293
第十四章	钻石整体市场容量分析及未来预测	296
第一节	整体市场规模分析	296
第二节	整体市场未来预测	296
一、	市场供给预测分析	296
二、	需求预测分析	297
第三节	产业市场盈利预测分析	298
第四节	行业发展趋势预测分析	298
一、	钻石首饰零售四大趋势	298

二、 钻石消费市场发展趋势	299
三、 钻石企业面临转型趋势	300
第十五章 钻石行业发展策略分析	301
第一节 市场策略分析	301
一、 定价策略分析	301
二、 渠道策略分析	307
第二节 销售策略分析	308
一、 产品策略	308
二、 价格策略	309
三、 渠道策略	310
四、 促销策略	311
第三节 提高企业竞争力的策略	312
一、 核心竞争力的含义与特征	312
二、 影响企业核心竞争力的因素及提升途径	314
三、 提高企业核心竞争力的策略	317
第四节 对我国品牌的战略思考	319
第十六章 中国钻石行业投资价值与投资策略分析	322
第一节 行业SWOT模型分析	322
一、 优势分析	322
二、 劣势分析	324
三、 机会分析	325
四、 风险分析	326
第二节 行业投资价值	327
一、 行业发展前景分析	327
二、 行业投资机会分析	327
第三节 行业投资风险分析	328
一、 市场竞争风险	328
二、 未来市场需求	329
三、 技术风险分析	329
四、 行业进入壁垒	330
五、 上游原料风险	330
第四节 钻石行业投资策略分析	331

- 一、 行业重点投资品种分析 331
- 二、 行业重点投资领域分析 332
- 三、 行业重点投资地区分析 333

第十七章 专家投资建议 334

图表目录:

- 图表 1 2014年1-4季度GDP初步核算数据 26
- 图表 2 GDP环比和同比增长速度 27
- 图表 3 2015年1季度GDP初步核算数据 28
- 图表 4 GDP环比和同比增长速度 28
- 图表 5 2014年固定资产投资（不含农户）名义增速（累计同比） 30
- 图表 6 2015年一季度固定资产投资（同比增速 32
- 图表 7 2015年1-3月份固定资产投资（不含农户）主要数据 32
- 图表 8 2010-2014年城镇新增就业人数 33
- 图表 9 2014年全国居民人均可支配收入指标 33
- 图表 10 钻石制造所处行业 41
- 图表 11 钻石行业法规政策 43
- 图表 12 钻石行业标准汇总 45
- 图表 13 钻石关税政策及消费税税率调整表 47
- 图表 14 钻石饰品消费税税率调整表 48
- 图表 15 2005年不同重量钻石价格对比 49
- 图表 16 圆钻的直径和重量之间的关系 50
- 图表 17 钻石的净度分级情况 51
- 图表 18 钻石净度等级系统对照表 51
- 图表 19 中国钻石净度等级标准 52
- 图表 20 钻石净度尺度图 52
- 图表 21 钻石颜色等级系统对照表 53
- 图表 22 钻石颜色尺度图 53
- 图表 23 钻石颜色分级表 54
- 图表 24 钻石切割于光线折射的关系 57
- 图表 25 钻石的切割比例以及钻石的形状和台面、深度的关系 57
- 图表 26 理想切割的标准 58
- 图表 27 钻石好的切割的标准 58

图表 28	step切割图形	59
图表 29	brilliant切割图形	59
图表 30	mixed切割图形	59
图表 31	2014年全国规模以上工业增加值同比增速（月度同比）	60
图表 32	2014年全国规模以上企业主营业务收入与利润总额同比增速（月度同比）	61
图表 33	2015年一季度全国规模以上工业增加值同比增速	62
图表 34	2014年全国社会消费品零售总额名义增速（月度同比）	63
图表 35	2014年全国社会消费品零售总额同比增速	65
图表 36	2014年全国居民消费价格月度涨跌幅度情况	66
图表 37	2014年全国居民消费价格指数	66
图表 38	2014-2015年一季度全国居民消费价格月度涨跌幅度情况	67
图表 39	2009-2014年全球钻石珠宝需求额	70
图表 40	全球钻石首饰需求量及增长率	71
图表 41	2014年全球钻石珠宝需求	71
图表 42	2014年全球钻石珠宝需求额及增长率	72
图表 43	2010-2013年钻石全球产值走势	73
图表 44	2013全球钻石产值排名	74
图表 45	2013年全球毛钻进出口情况	75
图表 46	爪镶镶嵌技术	78
图表 47	包镶镶嵌技术	79
图表 48	轨道镶镶嵌技术	80
图表 49	夹镶镶嵌技术	81
图表 50	柱镶镶嵌技术	82
图表 51	密镶镶嵌技术	83
图表 52	2009-2014年美国钻石需求情况	87
图表 53	美国钻石进口额情况	88
图表 54	中美两国钻石进口额对比	89
图表 55	2010-2014年7月美国工业生产同比增速	98
图表 56	2000-2014年全球经济与贸易增速	101
图表 57	2010-2013年钻石全球产量走势图	111
图表 58	全球钻石品牌企业排名（TOP10）	118
图表 59	2009-2014年中国钻石需求规模	120

图表 60	上海钻石交易所2004-2014年钻石交易总额统计图	122
图表 61	上海钻石交易所进口钻石交易额统计图	122
图表 62	钻石各项景气指数	124
图表 63	2014年1-10月钻石价格指数、成交量指数及景气指数对比	125
图表 64	2014年1-10月景气指数对比图	125
图表 65	2014年1-10月镶嵌钻石细分产品批发量指数对比图	126
图表 66	2014年1-10月镶嵌钻石产品价格指数对比图	127
图表 67	2007-2014年2-3克拉钻石价格走势	127
图表 68	2011-2015年3月钻石业市场规模	144
图表 69	2011-2015年3月钻石业规模增长趋势图	145
图表 70	2003-2014年中国人均GDP增长情况	147
图表 71	产业生命周期分析曲线图	149
图表 72	行业生命周期主要特征列表	149
图表 73	2012年钻石占珠宝首饰进口比例	154
图表 74	2014年钻石行业分类别进口情况	154
图表 75	2012年钻石占珠宝首饰出口比例	155
图表 76	2014年钻石行业分类别出口情况	155
图表 77	2012-2014年其他非工业用钻石进出口数据统计	156
图表 78	2012-2014年未加工或简单锯开、劈开或粗磨的非工业钻石进出口数据统计	156
图表 79	2011-2014年钻石，不论是否加工，但未镶嵌出口情况	157
图表 80	钻石税收政策	158
图表 81	钻石的采购流	161
图表 82	消费者购买钻石的态度	169
图表 83	购买钻石需求趋势	170
图表 84	网络钻石品牌认知程度	171
图表 85	钻石消费用途结构	172
图表 86	消费者购买钻石的渠道结构	173
图表 87	钻石信息获取渠道结构	174
图表 88	消费者的收入分布	175
图表 89	中国钻石消费者不同年龄段钻石消费比例图	178
图表 90	中国钻石消费者的不同区域划分	179
图表 91	中国钻石消费者不同区域比较	179

图表 92	价格因素对不同区域中国钻石消费影响比较（%）	180
图表 93	2014年华北地区钻石行业资产及负债规模	181
图表 94	2015年03月华北地区钻石行业资产及负债规模	181
图表 95	2013年华北地区未婚、初婚人数统计	182
图表 96	2015年-2019年华北地区钻石行业市场销售收入预测	183
图表 97	2014年华北地区钻石行业收入和利润规模	183
图表 98	2015年03月华北地区钻石行业收入和利润规模	184
图表 99	2014年底华东地区钻石行业资产及负债规模	184
图表 100	2015年03月华东地区钻石行业资产及负债规模	185
图表 101	2013年华东地区未婚、初婚人数统计	186
图表 102	2015年-2019年华东地区钻石行业销售收入预测	187
图表 103	2014年华东地区钻石行业收入和利润规模	187
图表 104	2015年03月华东地区钻石行业收入和利润规模	188
图表 105	2014年华中地区钻石行业资产及负债规模	189
图表 106	2015年03月华中地区钻石行业资产及负债规模	189
图表 107	2013年华中地区未婚、初婚人数统计	190
图表 108	2015年-2019年华中地区钻石行业销售收入预测	190
图表 109	2014年华中地区钻石行业收入和利润规模	191
图表 110	2015年03月华中地区钻石行业收入和利润规模	191
图表 111	2014年华南地区钻石行业资产及负债规模	192
图表 112	2015年03月华南地区钻石行业资产及负债规模	192
图表 113	2013年华南地区未婚、初婚人数统计	193
图表 114	2015年-2019年华南地区钻石行业销售收入预测	194
图表 115	2014年华南地区钻石行业收入和利润规模	194
图表 116	2015年03月华南地区钻石行业收入和利润规模	195
图表 117	2014年东北地区钻石行业资产及负债规模	195
图表 118	2015年03月东北地区钻石行业资产及负债规模	196
图表 119	2013年东北地区未婚、初婚人数统计	196
图表 120	2015年-2019年东北地区钻石行业销售收入预测	197
图表 121	2014年东北地区钻石行业收入和利润规模	198
图表 122	2015年03月东北地区钻石行业收入和利润规模	198
图表 123	2014年西南地区钻石行业资产及负债规模	199

图表 124	2015年03月西南地区钻石行业资产及负债规模	199
图表 125	2013年西南地区未婚、初婚人数统计	200
图表 126	2015年-2019年西南地区钻石行业销售收入预测	200
图表 127	2014年西南地区钻石行业收入和利润规模	201
图表 128	2015年03月西南地区钻石行业收入和利润规模	201
图表 129	2014年西北地区钻石行业资产及负债规模	202
图表 130	2015年03月西北地区钻石行业资产及负债规模	202
图表 131	2013年西北地区未婚、初婚人数统计	203
图表 132	2015年-2019年西北地区钻石行业销售收入预测	204
图表 133	2014年西北地区钻石行业收入和利润规模	204
图表 134	2015年03月西北地区钻石行业收入和利润规模	205
图表 135	2014年中国钻石行业前10名省份销售额及销售份额	205
图表 136	2015年03月中国钻石行业前10名省份销售额及销售份额	206
图表 137	2007-2012年裸钻价格变化趋势图	209
图表 138	全球钻石产业链	212
图表 139	全球钻石产业链毛利率呈明显的微笑曲线	213
图表 140	全球钻石产地分布	214
图表 141	四大钻石开采巨头采矿范围分布	215
图表 142	全球钻石生产年产量	216
图表 143	2011各主要毛钻（粗钻）生产商平均生产1克拉钻石的成本及提升比例	217
图表 144	宝石级钻石占金刚石开采比重仅为10%	217
图表 145	2005-2012年我国珠宝首饰市场规模及限额以上企业零售额	220
图表 146	中国珠宝首饰行业市场销售规模	221
图表 147	国内珠宝市场品类构成	222
图表 148	珠宝市场分品类营业利润分布	222
图表 149	珠宝首饰上市公司产品结构	223
图表 150	2013年各省市珠宝销售收入占比图	224
图表 151	中国珠宝零售行业各销售渠道占比	224
图表 152	2011-2015年3月钻石业销售毛利率趋势图	227
图表 153	2011-2015年3月钻石业销售利润率趋势图	228
图表 154	2011-2015年3月钻石业销售利润率趋势图	229
图表 155	2011-2014年钻石业成本费用利润率趋势图	230

图表 156	2011-2014年钻石业资产负债率对比图	231
图表 157	2011-2014年钻石业产权比率对比图	232
图表 158	2013-2014年12月钻石业利息保障倍数对比图	233
图表 159	2011-2014年钻石业应收账款周转率对比图	234
图表 160	2011-2014年钻石业流动资产周转率对比图	235
图表 161	2011-2014年钻石业总资产周转率对比图	236
图表 162	2014-2015年3月钻石业存货周转率对比图	237
图表 163	2012-2014年3月末周大福珠宝金行有限公司资产负债情况表	240
图表 164	2012-2014年3月周大福珠宝金行有限公司综合损益表	241
图表 165	2012-2014年3月周大福珠宝金行有限公司盈利能力指标	243
图表 166	2012-2014年3月周大福珠宝金行有限公司营运能力指标	243
图表 167	2012-2014年3月周大福珠宝金行有限公司偿债能力指标	244
图表 168	2012-2014年3月周大福珠宝金行有限公司成长能力指标	245
图表 169	2010-2014年12月末周生生集团国际有限公司资产负债情况表	246
图表 170	2010-2014年12月周生生集团国际有限公司综合损益表	247
图表 171	2010-2014年12月周生生集团国际有限公司盈利能力指标	249
图表 172	2010-2014年12月周生生集团国际有限公司营运能力指标	249
图表 173	2010-2014年12月周生生集团国际有限公司偿债能力指标	250
图表 174	2010-2014年12月周生生集团国际有限公司成长能力指标	250
图表 175	2012-2015年03月末上海老凤祥有限公司资产负债情况表	252
图表 176	2012-2015年03月上海老凤祥有限公司利润情况表	253
图表 177	2012-2015年03月上海老凤祥有限公司盈利能力关键指标	255
图表 178	2012-2015年03月上海老凤祥有限公司营运能力关键指标	256
图表 179	2012-2015年03月上海老凤祥有限公司偿债能力关键指标	257
图表 180	2012-2015年03月上海老凤祥有限公司成长能力关键指标	258
图表 181	2012-2015年03月末东潮宏基实业股份有限公司资产负债情况表	260
图表 182	2012-2015年03月东潮宏基实业股份有限公司利润情况表	261
图表 183	2012-2015年03月东潮宏基实业股份有限公司盈利能力关键指标	262
图表 184	2012-2015年03月东潮宏基实业股份有限公司营运能力关键指标	264
图表 185	2012-2015年03月东潮宏基实业股份有限公司偿债能力关键指标	264
图表 186	2012-2015年03月东潮宏基实业股份有限公司成长能力关键指标	265
图表 187	2010-2014年2月末谢瑞麟珠宝（国际）有限公司资产负债情况表	267

图表 188	2010-2014年2月谢瑞麟珠宝（国际）有限公司现金流量表	268
图表 189	2010-2014年2月谢瑞麟珠宝（国际）有限公司综合损益表	269
图表 190	2010-2014年2月谢瑞麟珠宝（国际）有限公司盈利能力指标	271
图表 191	2010-2014年2月谢瑞麟珠宝（国际）有限公司营运能力指标	271
图表 192	2010-2014年2月谢瑞麟珠宝（国际）有限公司偿债能力指标	272
图表 193	2010-2014年2月谢瑞麟珠宝（国际）有限公司成长能力指标	272
图表 194	2012-2015年03月末深圳市爱迪尔珠宝股份有限公司资产负债情况表	274
图表 195	2012-2015年03月深圳市爱迪尔珠宝股份有限公司利润情况表	275
图表 196	2012-2015年03月深圳市爱迪尔珠宝股份有限公司盈利能力关键指标	277
图表 197	2012-2015年03月深圳市爱迪尔珠宝股份有限公司营运能力关键指标	278
图表 198	2012-2015年03月深圳市爱迪尔珠宝股份有限公司偿债能力关键指标	279
图表 199	2012-2015年03月深圳市爱迪尔珠宝股份有限公司成长能力关键指标	280
图表 200	主要钻石首饰零售商	281
图表 201	全球钻石需求市场竞争格局	284
图表 202	2014年末中国钻石行业各地区资产总额	286
图表 204	2014年中国钻石行业各地区销售额	287
图表 205	2014年中国钻石行业各地区销售份额对比图	288
图表 206	2015年03月末中国钻石行业各地区资产总额	288
图表 207	2015年03月末中国钻石行业各地区资产份额对比图	289
图表 208	2015年03月中国钻石行业各地区销售额	289
图表 209	2015年03月中国钻石行业各地区销售份额对比图	290
图表 210	2011-2014年中国珠宝产品零售总额及增长趋势图	293
图表 211	2013年中国珠宝市场产品构成比例图	295
图表 212	2015-2020年中国钻石行业市场规模预测	296
图表 213	2015-2020年中国钻石行业利润预测	298
图表 214	事件营销信息传播模型	312
图表 215	人均GDP增长情况	323
图表 216	2011年人均珠宝消费	324

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/271163.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。