

2010-2015年钻戒行业发展 前景分析及投资风险预测报告

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

《2010-2015年钻戒行业发展前景分析及投资风险预测报告》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/201002/34710.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

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，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%。

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。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。

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钻戒研究单位等公布和提供的大量资料，结合对钻戒相关企业的实地调查，对我国钻戒行业发展现状与前景、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，并重点分析了钻戒行业的前景与风险。报告揭示了钻戒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 全球钻戒行业发展分析

第一节 世界钻戒行业市场情况

一、2009年世界钻戒产业发展现状

二、2009年国际钻戒产业发展态势

三、2009年国际钻戒行业研发动态

四、2009年全球钻戒行业挑战与机会

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

四、2010年全球钻戒需求分析

第三节 部分国家地区钻戒行业发展状况

- 一、2009年美国钻戒行业发展分析
- 二、2009年欧洲钻戒行业发展分析
- 三、2009年日本钻戒行业发展分析
- 四、2009年韩国钻戒行业发展分析

第二章 我国钻戒行业发展现状

第一节 中国钻戒行业发展概述

- 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

第二节 我国钻戒行业发展状况

- 一、2009年中国钻戒行业发展回顾
- 二、2009年钻戒行业发展情况分析
- 三、2009年我国钻戒市场特点分析
- 四、2009年我国钻戒市场发展分析

第三节 中国钻戒行业供需分析

- 一、2009年中国钻戒市场供给总量分析
- 二、2009年中国钻戒市场供给结构分析
- 三、2009年中国钻戒市场需求总量分析
- 四、2009年中国钻戒市场需求结构分析
- 五、2009年中国钻戒市场供需平衡分析

第三章 中国钻戒行业经济运行分析

第一节 2009年钻戒行业运行情况分析

- 一、2009年钻戒行业经济指标分析
- 二、2009年钻戒行业收入前十家企业

第二节 2009年钻戒行业产量分析

- 一、2009年我国钻戒产量分析
- 二、2010年我国钻戒产量预测

第三节 2009年钻戒行业进出口分析

- 一、2009年钻戒行业进口总量及价格
- 二、2009年钻戒行业出口总量及价格
- 三、2009年钻戒行业进出口数据统计

四、2010-2015年钻戒进出口态势展望

第四章 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、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 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

第五章 中国钻戒行业区域市场分析

第一节 华北地区钻戒行业分析

- 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 东北地区钻戒行业分析

- 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 华东地区钻戒行业分析

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 华南地区钻戒行业分析

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 华中地区钻戒行业分析

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 西南地区钻戒行业分析

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 西北地区钻戒行业分析

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 钻戒行业投资与发展前景分析

第一节 2009年钻戒行业投资情况分析

- 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 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、2010年钻戒投资机会
- 四、2010年钻戒细分行业投资机会
- 五、2010-2015年钻戒投资新方向

第三节 钻戒行业发展前景分析

- 一、钻戒市场发展前景分析
- 二、我国钻戒市场蕴藏的商机
- 三、金融危机后钻戒市场的发展前景
- 四、2010年钻戒市场面临的发展商机
- 五、2010-2015年钻戒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 钻戒行业竞争格局分析

第一节 钻戒行业集中度分析

- 一、钻戒市场集中度分析
- 二、钻戒企业集中度分析
- 三、钻戒区域集中度分析

第二节 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 钻戒行业竞争格局分析

- 一、2009年钻戒行业竞争分析

- 二、2009年中外钻戒竞争分析
- 三、2009-2010年国内外钻戒竞争分析
- 四、2009-2010年我国钻戒市场竞争分析
- 五、2009-2010年我国钻戒市场集中度分析
- 六、2010-2015年国内主要钻戒企业动向
- 第八章 2009-2010年中国钻戒行业发展形势分析
 - 第一节 钻戒行业发展概况
 - 一、钻戒行业发展特点分析
 - 二、钻戒行业投资现状分析
 - 三、钻戒行业总产值分析
 - 四、钻戒行业技术发展分析
 - 第二节 2009-2010年钻戒行业市场情况分析
 - 一、钻戒行业市场发展分析
 - 二、钻戒市场存在的问题
 - 三、钻戒市场规模分析
 - 第三节 2009-2010年钻戒产销状况分析
 - 一、钻戒产量分析
 - 二、钻戒产能分析
 - 三、钻戒市场需求状况分析
 - 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 中国钻戒行业整体运行指标分析
 - 第一节 2009-2010年中国钻戒行业总体规模分析
 - 一、企业数量结构分析
 - 二、行业生产规模分析
 - 第二节 2009-2010年中国钻戒行业产销分析
 - 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年中国钻戒行业财务指标总体分析

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 钻戒行业赢利水平分析

第一节 成本分析

一、2009-2010年钻戒原材料价格走势

二、2009-2010年钻戒行业人工成本分析

第二节 产销运存分析

一、2009-2010年钻戒行业产销情况

二、2009-2010年钻戒行业库存情况

三、2009-2010年钻戒行业资金周转情况

第三节 盈利水平分析

一、2009-2010年钻戒行业价格走势

二、2009-2010年钻戒行业营业收入情况

三、2009-2010年钻戒行业毛利率情况

四、2009-2010年钻戒行业赢利能力

五、2009-2010年钻戒行业赢利水平

六、2010-2015年钻戒行业赢利预测

第十一章 钻戒行业盈利能力分析

第一节 2009-2010年中国钻戒行业利润总额分析

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年中国钻戒行业销售利润率

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年中国钻戒行业总资产利润率分析

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年中国钻戒行业产值利税率分析

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 钻戒重点企业发展分析

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 戴梦得（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 明牌（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 周大生（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

第四部分 投资策略与风险预警

第十三章 钻戒行业投资策略分析

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 钻戒行业投资效益分析

一、2009-2010年钻戒行业投资状况

二、2009-2010年钻戒行业投资效益

三、2010-2015年钻戒行业投资方向

四、2010-2015年钻戒行业投资建议

第四节 钻戒行业投资策略研究

一、2009年钻戒行业投资策略

二、2010年钻戒行业投资策略

三、2010-2015年钻戒行业投资策略

四、2010-2015年钻戒细分行业投资策略

第十四章 钻戒行业投资风险预警

第一节 影响钻戒行业发展的主要因素

一、2010年影响钻戒行业运行的有利因素

二、2010年影响钻戒行业运行的稳定因素

三、2010年影响钻戒行业运行的不利因素

四、2010年我国钻戒行业发展面临的挑战

五、2010年我国钻戒行业发展面临的机遇

第二节 钻戒行业投资风险预警

一、2010-2015年钻戒行业市场风险预测

二、2010-2015年钻戒行业政策风险预测

三、2010-2015年钻戒行业经营风险预测

四、2010-2015年钻戒行业技术风险预测

五、2010-2015年钻戒行业竞争风险预测

六、2010-2015年钻戒行业其他风险预测

第五部分 发展趋势与规划建议

第十五章 钻戒行业发展趋势分析

第一节 2010-2015年中国钻戒市场趋势分析

一、2009-2010年我国钻戒市场趋势总结

二、2010-2015年我国钻戒发展趋势分析

第二节 2010-2015年钻戒发展趋势分析

一、2010-2015年钻戒技术趋势分析

二、2010-2015年钻戒价格趋势分析

第三节 2010-2015年中国钻戒行业供需预测

一、2010-2015年中国钻戒供给预测

二、2010-2015年中国钻戒需求预测

三、2010-2015年中国钻戒价格预测

第四节 2010-2015年钻戒行业规划建议

一、2010-2015年钻戒行业整体规划

二、2010-2015年钻戒行业发展预测

三、2010-2015年钻戒行业规划建议

第十六章 钻戒企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

一、钻戒价格策略分析

二、钻戒渠道策略分析

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 提高钻戒企业竞争力的策略

一、提高中国钻戒企业核心竞争力的对策

二、钻戒企业提升竞争力的主要方向

三、影响钻戒企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高钻戒企业竞争力的策略

第四节 对我国钻戒品牌的战略思考

一、钻戒实施品牌战略的意义

二、钻戒企业品牌的现状分析

三、我国钻戒企业的品牌战略

四、钻戒品牌战略管理的策略

图表目录

图表：钻戒产业链分析

图表：钻戒行业生命周期

图表：2009-2010年中国钻戒行业市场规模

图表：2009-2010年全球钻戒产业市场规模

图表：2009-2010年钻戒重要数据指标比较

图表：2009-2010年中国钻戒行业销售情况分析

图表：2009-2010年中国钻戒行业利润情况分析

图表：2009-2010年中国钻戒行业资产情况分析

图表：2009-2010年中国钻戒竞争力分析

图表：2010-2015年中国钻戒市场价格走势预测

图表：2010-2015年中国钻戒发展前景预测

图表：2009-2010年1月钻戒行业销售成本分析

图表：2009-2010年1月钻戒行业销售费用分析

图表：2009-2010年1月钻戒行业管理费用分析

图表：2009-2010年1月钻戒行业财务费用分析

图表：2009-2010年1月钻戒行业销售及利润分析

图表：2009-2010年1月钻戒行业销售毛利率分析

图表：2009-2010年1月钻戒行业销售利润率分析

图表：2009-2010年1月钻戒行业成本费用利润率分析

图表：2009-2010年1月钻戒行业总资产利润率分析

图表：2009-2010年1月钻戒行业资产分析

图表：2009-2010年1月钻戒行业负债分析

图表：2009-2010年1月钻戒行业偿债能力分析

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月中国钻戒行业国有企业工业数据

图表：2009年1-12月中国钻戒行业集体企业工业数据

图表：2009年1-12月中国钻戒行业股份合作制企业工业数据

图表：2009年1-12月中国钻戒行业股份制企业工业数据

图表：2009年1-12月中国钻戒行业私营企业工业数据

图表：2009年1-12月中国钻戒行业外商和港澳台投资企业工业数据

图表：2009年1-12月中国钻戒行业其他类型企业工业数据

图表：2009年1-12月中国不同所有制钻戒企业累计工业总产值对比

图表：2009年1-12月中国不同所有制钻戒企业累计产品销售收入对比

图表：2009年1-12月中国不同所有制钻戒企业累计资产总计对比

图表：2009年1-12月中国不同所有制钻戒企业累计利润总额对比

图表：2009年1-12月中国不同所有制钻戒企业累计工业总产值增长对比

图表：2009年1-12月中国不同所有制钻戒企业累计产品销售收入增长对比

图表：2009年1-12月中国不同所有制钻戒企业累计利润总额增长对比

图表：2009年1-12月中国不同所有制钻戒企业产销率对比

图表：2009年1-12月中国不同所有制钻戒企业流动资产周转次数对比

图表：2009年1-12月中国不同所有制钻戒企业人均销售率对比

图表：2009年1-12月中国不同所有制钻戒企业亏损面对比

图表：2009年1-12月中国不同所有制钻戒企业销售利润率对比

图表：2009年1-12月中国不同所有制钻戒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：<http://www.cction.com/report/201002/34710.html>