

# 2011-2015年中国婚戒市场 分析预测与未来发展趋势报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2011-2015年中国婚戒市场分析预测与未来发展趋势报告》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/201106/70504.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

随着珠宝消费多元化、企业资本社会化、珠宝产业国际化的到来，我国珠宝产业必将保持持续、快速增长的态势。

中国产业信息网发布的《2011-2015年中国婚戒市场分析预测与未来发展趋势报告》共十三章。首先介绍了婚戒相关概述、中国婚戒市场运行环境等，接着分析了中国婚戒市场发展的现状，然后介绍了中国婚戒重点区域市场运行形势。随后，报告对中国婚戒重点企业经营状况分析，最后分析了中国婚戒行业发展趋势与投资预测。您若想对婚戒产业有个系统的了解或者想投资婚戒行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

### 第一章 婚戒行业发展概述

#### 第一节 婚戒的概念

##### 一、婚戒的定义

##### 二、婚戒的特点

##### 三、婚戒的分类

#### 第二节 婚戒行业发展成熟度

##### 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 婚戒市场特征分析

##### 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 国际婚戒市场发展分析

#### 第一节 世界婚戒行业发展分析

- 一、2008年世界婚戒行业发展分析
- 二、2009年世界婚戒行业发展分析
- 三、2010年世界婚戒行业发展分析

## 第二节 全球婚戒市场分析

- 一、2010年全球婚戒需求分析
- 二、2010年欧美婚戒需求分析
- 三、2010年中外婚戒市场对比

## 第三节 2009-2010年主要地区婚戒行业发展分析

- 一、美洲婚戒行业分析
- 二、亚洲婚戒行业分析
- 三、欧洲婚戒行业分析

## 第三章 我国婚戒行业发展分析

### 第一节 国内婚戒行业发展现状

- 一、我国婚戒行业消费状况
- 二、我国婚戒行业生产状况
- 三、我国婚戒行业面临的问题
- 四、我国婚戒行业产品结构
- 五、中国婚戒行业技术发展

### 第二节 中国婚戒市场供需状况

- 一、2010年中国婚戒行业供给能力
- 二、2010年中国婚戒市场供给分析
- 三、2010年中国婚戒市场需求分析
- 四、2010年中国婚戒产品价格分析

## 第四章 2008-2010年中国婚戒产业规模经济运行分析

### 第一节 2008-2010年中国婚戒行业总体数据分析

- 一、2008年中国婚戒行业全部企业数据分析
- 二、2009年中国婚戒行业全部企业数据分析
- 三、2010年中国婚戒行业全部企业数据分析

### 第二节 2008-2010年中国婚戒行业不同规模企业数据分析

- 一、2008年中国婚戒行业不同规模企业数据分析
- 二、2009年中国婚戒行业不同规模企业数据分析

### 三、2010年中国婚戒行业不同规模企业数据分析

### 第三节 2008-2010年中国婚戒行业不同所有制企业数据分析

#### 一、2008年中国婚戒行业不同所有制企业数据分析

#### 二、2009年中国婚戒行业不同所有制企业数据分析

#### 三、2010年中国婚戒行业不同所有制企业数据分析

## 第五章 中国婚戒行业消费市场分析

### 第一节 婚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

### 第二节 婚戒市场消费需求分析

#### 一、婚戒市场的消费需求变化

#### 二、婚戒行业的需求情况分析

#### 三、2010年婚戒品牌市场消费需求分析

### 第三节 婚戒消费市场状况分析

#### 一、婚戒行业消费特点

#### 二、婚戒消费者分析

#### 三、婚戒消费结构分析

#### 四、婚戒消费的市场变化

#### 五、婚戒市场的消费方向

## 第六章 婚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 婚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 2009-2010年婚戒行业竞争格局分析

##### 一、2008年婚戒行业竞争分析

##### 二、2008年中外婚戒产品竞争分析

##### 三、2009-2010年国内外婚戒竞争分析

##### 四、2009-2010年我国婚戒市场竞争分析

##### 五、2009-2010年我国婚戒市场集中度分析

##### 六、2011-2015年国内主要婚戒企业动向

### 第七章 婚戒企业竞争策略分析

#### 第一节 婚戒市场竞争策略分析

##### 一、2010年婚戒市场增长潜力分析

##### 二、2010年婚戒主要潜力品种分析

##### 三、现有婚戒产品竞争策略分析

##### 四、潜力婚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 婚戒企业竞争策略分析

##### 一、金融危机对婚戒行业竞争格局的影响

##### 二、金融危机后婚戒行业竞争格局的变化

- 三、2011-2015年我国婚戒市场竞争趋势
- 四、2011-2015年婚戒行业竞争格局展望
- 五、2011-2015年婚戒行业竞争策略分析
- 六、2011-2015年婚戒企业竞争策略分析

## 第八章 主要婚戒品牌竞争分析

### 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、经营状况
- 四、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、经营状况
- 四、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、经营状况
- 四、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、经营状况
- 四、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、经营状况
- 四、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、经营状况

四、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、经营状况

四、发展战略

#### 第八节 吉盟（中国驰名商标）

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、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、经营状况

四、发展战略

#### 第十节 周六福（中国驰名商标）

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2009-2010年经营状况

四、2011-2015年发展战略

### 第九章 婚戒行业发展趋势分析

#### 第一节 2010年婚戒行业发展趋势分析

一、技术发展趋势分析

二、产品发展趋势分析

三、2009年行业竞争格局展望

#### 第二节 中国婚戒市场趋势分析

一、2009-2010年婚戒市场趋势总结

- 二、2011-2015婚戒发展趋势分析
- 三、2011-2015年婚戒市场发展空间
- 四、2011-2015年婚戒产业政策趋向
- 五、2011-2015年婚戒技术革新趋势
- 六、2011-2015年婚戒价格走势分析

## 第十章 2011-2015未来婚戒行业发展预测

### 第一节 未来婚戒需求与消费预测

- 一、婚戒产品消费预测
- 二、婚戒市场规模预测
- 三、婚戒行业总产值预测
- 四、婚戒行业销售收入预测
- 五、婚戒行业总资产预测

### 第二节 中国婚戒行业供需预测

- 一、中国婚戒供给预测
- 二、中国婚戒产量预测
- 三、中国婚戒需求预测
- 四、中国婚戒供需平衡预测
- 五、中国婚戒产品价格预测

## 第十一章 中国婚戒行业发展环境分析

### 第一节 国内婚戒经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2011年中国婚戒经济发展预测分析

### 第二节 中国婚戒行业政策环境分析

## 第十二章 婚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、2010年相关产业活力系数比较
- 二、2009-2010行业活力系数分析

### 第二节 婚戒行业投资效益分析

- 一、2009-2010年婚戒行业投资状况分析

二、2011-2015年婚戒行业投资效益分析

三、2011-2015年婚戒行业投资趋势预测

四、2011-2015年婚戒行业的投资方向

五、2011-2015年婚戒行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第三节 2011-2015年中国影响婚戒行业发展的主要因素

一、影响婚戒行业运行的有利因素分析

二、影响婚戒行业运行的稳定因素分析

三、影响婚戒行业运行的不利因素分析

四、我国婚戒行业发展面临的挑战分析

五、我国婚戒行业发展面临的机遇分析

第四节 2011-2015年中国婚戒行业投资风险及控制策略分析

一、婚戒行业市场风险及控制策略

二、婚戒行业政策风险及控制策略

三、婚戒行业经营风险及控制策略

四、婚戒行业技术风险及控制策略

五、婚戒同业竞争风险及控制策略

六、婚戒行业其他风险及控制策略

第十三章 2011-2015年中国婚戒行业投资战略研究

第一节 婚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 对我国婚戒品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、婚戒实施品牌战略的意义

三、婚戒企业品牌的现状分析

#### 四、我国婚戒企业的品牌战略

#### 五、婚戒品牌战略管理的策略

### 第三节 婚戒行业投资战略研究

#### 一、2010年婚戒投资战略研究

#### 二、2011-2015年婚戒行业投资战略

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：珠宝首饰行业经济指标全国合计

图表：珠宝首饰行业经济指标北京市合计

图表：珠宝首饰行业经济指标天津市合计

图表：珠宝首饰行业经济指标河北省合计

图表：珠宝首饰行业经济指标山西省合计

图表：珠宝首饰行业经济指标内蒙古合计

图表：珠宝首饰行业经济指标辽宁省合计

图表：珠宝首饰行业经济指标吉林省合计

图表：珠宝首饰行业经济指标黑龙江合计

图表：珠宝首饰行业经济指标上海市合计

图表：珠宝首饰行业经济指标江苏省合计

图表：珠宝首饰行业经济指标浙江省合计

图表：珠宝首饰行业经济指标安徽省合计

图表：珠宝首饰行业经济指标福建省合计

图表：珠宝首饰行业经济指标江西省合计

图表：珠宝首饰行业经济指标山东省合计

图表：珠宝首饰行业经济指标河南省合计

图表：珠宝首饰行业经济指标湖北省合计

图表：珠宝首饰行业经济指标湖南省合计  
图表：珠宝首饰行业经济指标广东省合计  
图表：珠宝首饰行业经济指标广西区合计  
图表：珠宝首饰行业经济指标海南省合计  
图表：珠宝首饰行业经济指标重庆市合计  
图表：珠宝首饰行业经济指标四川省合计  
图表：珠宝首饰行业经济指标贵州省合计  
图表：珠宝首饰行业经济指标云南省合计  
图表：珠宝首饰行业经济指标陕西省合计  
图表：珠宝首饰行业经济指标甘肃省合计  
图表：珠宝首饰行业经济指标青海省合计  
图表：珠宝首饰行业经济指标宁夏区合计  
图表：珠宝首饰行业经济指标新疆区合计  
图表：&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201106/70504.html>