

2011-2015年中国钻石行业 市场供需分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2011-2015年中国钻石行业市场供需分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/kuangchan1109/C347750REV.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2011-09-02

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国钻石行业市场供需分析与投资前景研究报告》共十五章。首先介绍了钻石相关概述、中国钻石市场运行环境等，接着分析了中国钻石市场发展的现状，然后介绍了中国钻石重点区域市场运行形势。随后，报告对中国钻石重点企业经营状况分析，最后分析了中国钻石行业发展趋势与投资预测。您若想对钻石产业有个系统的了解或者想投资钻石行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

目前，已探明天然钻石储量大约有25亿克拉，其中澳大利亚6.5亿克拉，扎伊尔5.5亿克拉。按目前开采水平现有钻石储量只能开采25年，但随找矿科技水平的提高，每年都发现有新的矿区，近几年加拿大钻石储量明显增加。自从钻石开采以来，共采出钻石350吨左右，即17.5亿克拉，现在全世界每年开采钻石在9000万-1亿克拉，其中宝石级占17%-20%。20%宝石级钻石价值相当于80%工业级金刚石价值的5倍。

第一章 钻石行业概述

第一节 钻石行业定义

第二节 钻石行业发展历程

第三节 钻石行业分类情况

第四节 钻石产业链分析

第二章 中国钻石行业发展环境分析

第一节 国内钻石经济环境分析

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年中国钻石经济发展预测分析

第二节 中国钻石行业政策环境分析

第三章 2008-2010年中国钻石行业相关运行数据分析

第一节 2008-2010年中国钻石行业总体数据分析

一、2008年中国钻石行业全部企业数据分析

二、2009年中国钻石行业全部企业数据分析

三、2010年中国钻石行业全部企业数据分析

第二节 2008-2010年中国钻石行业不同规模企业数据分析

一、2008年中国钻石行业不同规模企业数据分析

二、2009年中国钻石行业不同规模企业数据分析

三、2010年中国钻石行业不同规模企业数据分析

第三节 2008-2010年中国钻石行业不同所有制企业数据分析

一、2008年中国钻石行业不同所有制企业数据分析

二、2009年中国钻石行业不同所有制企业数据分析

三、2010年中国钻石行业不同所有制企业数据分析

第四章 中国钻石市场供需分析

第一节 钻石市场现状分析

一、2008-2010年我国钻石行业总产值分析

二、2011-2015年我国钻石行业总产值预测

第二节 钻石产品产量分析

一、2008-2010年我国钻石产量分析

二、2011-2015年我国钻石产量预测

第三节 钻石市场需求分析

一、2008-2010年我国钻石市场需求分析

二、2011-2015年我国钻石市场需求预测

第五章 钻石行业发展现状分析

第一节 全球钻石行业发展分析

一、全球钻石行业发展历程

二、全球钻石行业发展现状

三、全球钻石行业发展预测

第二节 中国钻石行业发展分析

一、2009-2010年中国钻石行业发展态势分析

二、2009-2010年中国钻石行业发展特点分析

三、2009-2010年中国钻石行业市场供需分析

第三节 中国钻石产业特征与行业重要性

第四节 钻石行业特性分析

第六章 中国钻石市场规模分析

第一节 2010年中国钻石市场规模分析

第二节 2010年中国钻石区域市场规模分析

一、2010年东北地区市场规模分析

二、2010年华北地区市场规模分析

三、2010年华东地区市场规模分析

四、2010年华中地区市场规模分析

五、2010年华南地区市场规模分析

六、2010年西部地区市场规模分析

第三节 2011-2015年中国钻石市场规模预测分析

第七章 钻石国内产品价格走势及影响因素分析

第一节 国内产品2008-2010年价格回顾

第二节 国内产品当前市场价格及评述

第三节 国内产品价格影响因素分析

第四节 2011-2015年国内产品未来价格走势预测分析

第八章 钻石及其主要上下游产品

第一节 钻石上下游分析

一、与上下游行业之间的关联性

二、上游原材料供应形势分析

三、下游产品解析

第二节 钻石行业产业链分析

一、上游行业影响及风险分析

二、下游行业风险分析及提示

三、关联行业风险分析及提示

第九章 钻石产品竞争力优势分析

第一节 整体产品竞争力评价

第二节 产品竞争力评价结果分析

第三节 竞争优势评价及构建建议

第十章 钻石行业市场竞争策略分析

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 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、相关和支持性产业

四、企业战略、结构与竞争状态

第三节 钻石企业竞争策略分析

一、提高钻石企业核心竞争力的对策

二、影响钻石企业核心竞争力的因素及提升途径

三、提高钻石企业竞争力的策略

第十一章 钻石行业重点企业竞争分析

第一节 企业一

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2009-2010年经营状况分析

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第二节 企业二

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2009-2010年经营状况分析

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第三节 企业三

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2009-2010年经营状况分析

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第四节 企业四

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2009-2010年经营状况分析

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第五节 企业五

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2009-2010年经营状况分析

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第六节 企业六

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2009-2010年经营状况分析

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第七节 企业七

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2009-2010年经营状况分析

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第八节 企业八

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2009-2010年经营状况分析

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第十节 企业十

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、2009-2010年经营状况分析

五、2009-2010年主要经营数据指标

六、2011-2015年公司发展战略分析

第十二章 钻石行业投资与发展前景分析

第一节 钻石行业投资机会分析

一、钻石投资项目分析

二、可以投资的钻石模式

三、2011年钻石投资机会

第二节 2011-2015年中国钻石行业发展预测分析

一、未来钻石发展分析

二、未来钻石行业技术开发方向

三、总体行业“十二五”整体规划及预测

第三节 未来市场发展趋势

一、产业集中度趋势分析

二、十二五行业发展趋势

第十三章 钻石产业用户度分析

第一节 钻石产业用户认知程度

第二节 钻石产业用户关注因素

一、功能

二、质量

三、价格

四、外观

五、服务

第十四章 2011-2015年钻石行业发展趋势及投资风险分析

第一节 当前钻石存在的问题

第二节 钻石未来发展预测分析

一、中国钻石发展方向分析

二、2011-2015年中国钻石行业发展规模预测

三、2011-2015年中国钻石行业发展趋势预测

第三节 2011-2015年中国钻石行业投资风险分析

一、市场风险分析

二、管理风险分析

三、产品投资风险

第十五章 钻石行业营销策略及建议分析

第一节 钻石行业营销策略分析及建议

一、钻石行业营销模式

二、钻石行业营销策略

第二节 钻石行业企业经营发展分析及建议

一、钻石行业经营模式

二、钻石行业生产模式

第三节 行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第四节 市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、重点客户战略管理

四、重点客户管理功能

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：……

更多图表详见正文……

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/kuangchan1109/C347750REV.html>