

中国钻石行业格局调查及未来五年竞争战略研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国钻石行业格局调查及未来五年竞争战略研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/shoushi/216765216765.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

前言：

投资市场

GIA规范细化了钻石的颜色与净度，使钻石的分级有很完整而明确的参考标准。

近10年来，1~5 ct圆钻的价格呈明显逐年上涨的趋势，虽然近2年价格上升稍微迟缓，就整体说，这10年来的年平均涨幅仍然可观，尤其是3 ct以上涨幅惊人。

根据10年钻石报价表估算，1 ct的E.IF净度圆钻平均年度最高涨幅为7.0%，2 ct的D.IF圆钻平均年度最高涨幅为8.2%，3 ct的D.IF圆钻平均年度最高涨幅为14.3%，4 ct的F.VVS2圆钻平均年度最高涨幅为15.2%，5 ct的F.VVS2圆钻平均年度最高涨幅为17.9%。由涨幅数据中可以看出钻石涨势稳定，尤其是5 ct圆钻最高涨幅高达17.9%，从数据分析，钻石的年度投资回报率相对较高。

消费市场

基于近期500份上海市民问卷调查。

统计数据显示：在品质相同、销售价格相同的情况下，高达91.28%的受访人群在可追溯钻石商品和普通钻石商品之间选择前者。这表明在同等条件下，可追溯钻石商品占有绝对优势。其中66.73%的人群认为购买可追溯钻石商品，能确保钻石商品货真价实，即使出现问题，事后也可追究责任。

意料不到是，为了钻石商品的货真价实，有92.09%的被调查者愿意为可追溯钻石商品承担不同额度的成本支出。此单项调查设定为实施钻石追溯体系后，会导致钻石成本增加，会提高钻石的销售价，请受访人群勾选能够承受的金额。41.17%的受访人群选择愿意额外支付钻石价格的0.2%，为五个选项之首，也有人不愿意支付追溯费用(7.91%)。此项调查结果既出乎意外，又在情理之中。钻石毕竟是贵重商品，即使消费者最在乎价格，但也愿意花小钱，买一份安心。

对于在钻石追溯体系中政府应承担的主要责任，受访人群认为政府应建认法规规范企业的行为、监督并披露企业的行为、严惩不法企业的占半数以下。

对于建认钻石追溯体系的投资方式，38.74%的受访人群认为主要应由政府投资建认钻石追溯体系，另有31.64%的受访人群则认为应该政府企业共同投资，消费者承担必要的成本。在所有的受访人群中，40岁以下的人群更偏向共同承担或其他(如：企业、行业协会等)，而40岁以下的人群则偏向政府出资，这显示出不同年龄层消费者的习惯性思维。

1) 调查问卷中，80.93%的受访人群购买过钻石商品，钻石消费日趋成熟和理性，消费者对钻石商品的了解也越来越多，74.65%的受访人群愿意主动去了解钻石追溯的相关信息，这表明人们对于追溯这一新鲜产物，有着较为强烈的求知意愿，钻石商品的追溯潜存了很大的需求。

2) 消费者对鉴定证书和鉴定机构表现出较高的信任感。51.72%的人群认为把追溯识别标

志和鉴定证书结合起来是可行的，并信任如认证中介、专业研究机构等的专业权威机构提供相关追溯信息。

3)消费者普遍支持建认钻石追溯体系。在品质价格相同的情况下，接受可追溯钻石商品的高达91.27%，而8.73%不愿意购买的人群中，个人特征和家庭特征(性别、年龄、受教育程度、家庭收入等因素)对可追溯钻石的购买意愿的影响并不显著。

即使是要为可追溯钻石商品付出一定的额外费用，还是有不少人愿意支付，但是大多数人都希望支付比例不应过高。

在钻石追溯体系的建认主要应由谁来投资这个问题节点上，个人特征和家庭特征的影响显著，年轻群体和中高收入群体都认为钻石追溯体系的投资建认可由政府、企业、消费者三方共同承担，但在宣传和监管方面应由政府占主导。而中老年群体和中低收入群体则更偏向于以政府为主来建认和投资该体系。

报告大纲：

第一章 全球钻石行业发展概况

第一节 全球钻石市场分析

一、全球钻石生产形势分析

二、全球钻石市场需求分析

三、亚洲钻石市场需求分析

第二节 部分国家地区钻石行业发展状况分析

一、南非钻石行业分析

二、印度钻石行业分析

三、以色列钻石行业分析

四、利比里亚钻石业分析

五、纳米比亚钻石业分析

第三节 未来五年世界钻石行业发展趋势分析

第二章 中国钻石行业投资环境解析

第一节 中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节 中国钻石政策法规环境分析

一、新《钻石分级》国家标准出台

二、钻石切工等指标加入新国标

三、不同钻石证书的差异分析

第三节 中国珠宝市场社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

第三章 中国钻石行业发展形势分析

第一节 珠宝行业发展概况

一、中国珠宝市场的发育

二、中国珠宝市场发展模式

三、中国珠宝市场的发展方向

第二节 中国钻石行业市场情况分析

一、钻石零售业的结构现状

二、中国珠宝业发展特点分析

三、钻石市场存在的问题分析

第三节 中国钻石产销状况分析

一、中国钻石首饰市场规模

二、中国珠宝首饰业总产值

三、中国珠宝市场产销分析

第四节 未来五年中国钻石行业发展形势分析

一、世博特许产品将新增钻石类商品

二、中国珠宝产品出口形势分析

三、从钻交所看中国钻石市场形势

第四章 中国钻石行业发展动态分析

第一节 中国珠宝行业发展概述

一、中国珠宝行业发展特点

二、中国珠宝品牌发展分析

三、珠宝钻石行业存在问题

第二节 中国钻石行业发展状况分析

一、珠宝行业刚性需求分析

二、钻石行业婚庆需求分析

第三节 中国钻石重点区域市场分析

一、广东钻石市场发展分析

二、香港钻石市场发展分析

三、云南钻石市场发展分析

四、徐州钻石市场发展分析

五、山西钻石市场发展分析

第五章 中国钻石行业消费市场调查分析

第一节 中国钻石消费者收入分析

一、中国人口、人民生活分析

二、消费者收入水平

三、消费者信心指数分析

第二节 中国钻石市场消费分析

一、珠宝市场状况及营销环境

二、中国钻石市场消费分析

三、中国钻石市场消费分析

第三节 钻石市场消费需求分析

一、中国钻石市场消费的变化

二、中国钻石婚庆消费需求分析

三、世博会带动珠宝礼品市场消费

第六章 钻石制造所属行业数据监测

第一节 中国行业规模分析

一、企业数量分析

二、资产规模分析

三、销售规模分析

四、利润规模分析

第二节 中国行业产值分析

第三节 中国行业成本费用分析

第四节 中国行业运营效益分析

第七章 中国钻石进出口数据统计情况

第一节 中国钻石出口统计

第二节 中国钻石进口统计

第三节 中国钻石进出口价格对比

第四节 中国钻石进出口主要来源地及出口目的地

第八章 中国钻石行业市场竞争格局分析

第一节 中国钻石行业渠道竞争分析

一、钻石业的入侵者

二、网络销售传统商家竞争

三、钻石销售价格竞争分析

四、网购对钻石行业的冲击

五、竞争从价格转向资源供应

第二节 中国钻石行业集中度分析

一、钻石市场集中度分析

二、钻石区域集中度分析

第三节 中国钻石行业提升竞争力策略分析

第九章 中国钻石加工企业竞争性财务指标分析

第一节 老凤祥股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况分析

四、未来五年公司发展战略分析

第二节 珠海市以钻钻石打磨有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况分析

四、未来五年公司发展战略分析

第三节 佛山市皓昕五金首饰有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况分析

四、未来五年公司发展战略分析

第四节 上海金伯利珠宝发展有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况分析

四、未来五年公司发展战略分析

第五节 周生生珠宝（佛山）有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况分析

四、未来五年公司发展战略分析

第六节 临沂蓝玫瑰华星钻石首饰有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况分析

四、未来五年公司发展战略分析

第七节 佛山市顺德区万辉珠宝首饰有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况分析

四、未来五年公司发展战略分析

第八节 深圳市皇廷珠宝有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况分析

四、未来五年公司发展战略分析

第九节 自贡市神龙机械饰品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况分析

四、未来五年公司发展战略分析

第十节 济阳县华龙饰品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况分析

四、未来五年公司发展战略分析

第十章 未来五年中国钻石行业投资风险预警

第一节 影响钻石行业发展的主要因素

一、基础需求

二、持久的价值

三、经济价值分析

四、中期供应形势

五、长期需求基础

第二节 未来五年中国钻石行业投资风险预警

一、钻石投资风险程度

二、钻石投资时机与风险

三、钻石保值回购风险分析

四、珠宝玉石投资风险的规避

五、珠宝企业的风险与机遇分析

第十一章 未来五年中国钻石行业投资策略分析

第一节 未来五年中国钻石行业投资策略研究

- 一、结婚钻戒投资策略
- 二、品牌钻石首饰投资策略
- 三、限量版钻石奢侈品投资策略
- 四、钻石类艺术品投资策略

第二节 未来五年中国钻石行业发展战略研究

- 一、技术开发战略
- 二、产业战略规划
- 三、业务组合战略
- 四、营销战略规划
- 五、区域战略规划

第三节 未来五年对中国钻石品牌的战略思考

- 一、品牌的基本含义
- 二、钻石品牌的特性和作用
- 三、钻石品牌价值战略研究
- 四、中国钻石品牌竞争趋势
- 五、钻石企业品牌发展战略
- 六、钻石行业品牌竞争策略

第十二章 未来五年中国钻石行业发展趋势分析

第一节 中国珠宝市场消费变化趋势分析

- 一、钻石市场消费趋势分析
- 二、铂金市场消费趋势分析
- 三、钯金市场消费趋势分析
- 四、翡翠市场消费趋势分析
- 五、彩宝市场消费趋势分析

第二节 未来五年中国钻石行业发展趋势分析

- 一、中国钻石行业展望
- 二、中国钻石市场多元化趋势分析
- 三、未来五年中国珠宝首饰市场发展方向
- 四、未来五年国内珠宝行业营销趋势分析
- 五、未来五年中国钻石市场发展趋势预测
- 六、中国珠宝产业销售总额预测

第三节 未来五年中国钻石行业发展前景分析

- 一、中国钻石消费市场前景

二、中国珠宝首饰特点及机遇

三、中国网络钻石销售前景分析

四、未来五年钻石行业发展前景

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shoushi/216765216765.html>