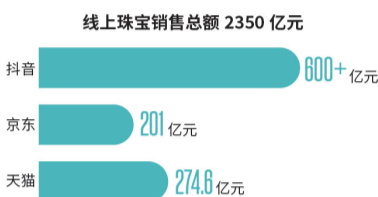


## B 消费习惯转向线上 不利于实体店铺销售

了解钻石 Z 世代爱社交媒体  
千禧一代爱购物网站



在全球共同面对挑战的这几年,同样也是钻石行业产生剧烈波动并发生巨大变化的开端。

成品钻石价格指数在 2022 年 3 月达到十多年来的最高点之后开始暴跌。2022 年年末距离峰值的下降幅度为 17%。

但是,对天然钻石长期的价格趋势,行业依然乐观。价格变化终究离不开供需关系,事实上,钻石市场一直处于供不应求的状态,尤其在上游。传统矿山的逐渐关闭导致每年供应减少逾 3000 万克拉,全球供应量预计将保持在每年 1.15 亿至 1.25 亿克拉的范围内,直到 2030 年。另一方面,本就非常有限的新钻石矿,并不足以抵消供应下降的趋势。有数据显示,勘探投资额处于三四十年来低点。另外,矿工及印度加工厂生产成本急剧上升,也助推钻石价格的上升。

的上升。

有分析认为,尽管存在短期的波动,但整体趋势仍在上升,天然钻石的价值毕竟在百年发展史中多次得到印证,价格波动本身就是行业发展过程中自然存在的一部分。

如果将视角拉远,可看到天然钻石价格如今仍然处于历史高位,远高于十多二十年前的水平。若细分不同质量类别的钻石,还会看到大克拉、高品质的钻石的下降幅度,其实很小。4.0 克拉钻石的价格指数正在上涨,说明其对价格下跌的抵抗力仍然较强。

具体到国内各个企业,情况就不那么乐观,影响价格的因素除了营销神话的失色,还有婚恋需求的减少,购物渠道趋向线上,同行之间激烈的竞争,各项成本上涨和经济的不确定性等等。

创立于 2006 年,线下曾有 700 多家

门店的钻戒品牌“IDo”母公司恒信玺利

近日宣告破产重组,同样主攻婚恋市场的 DR(迪阿股份)以“男士一生仅能定制一枚”为营销卖点,近日发布的半年度业绩预告称,预计归母净利润同比下滑至少 90.58%。分析称,主要受制于市场需求不足和公司门店数量大幅增长带来的成本增加。

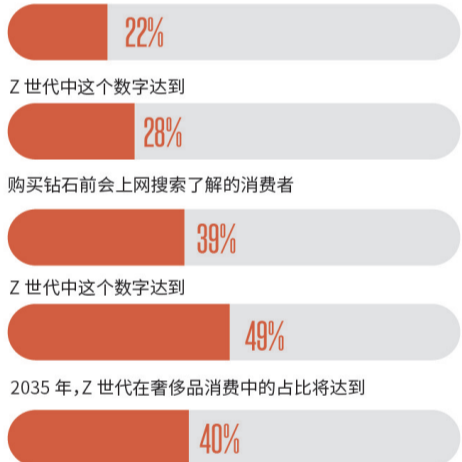
以钻石为主力产品的周大生去年发布数据显示,其钻石镶嵌产品销售收入同比下降 47.94%,也受消费者偏好变化的制约。

有分析认为,在钻石消费渠道上,线下门店依然占据主要份额,钻石首饰线上销售额在总销售额中的占比仅为 7%。近年来消费习惯转向线上,不利于实体店铺。

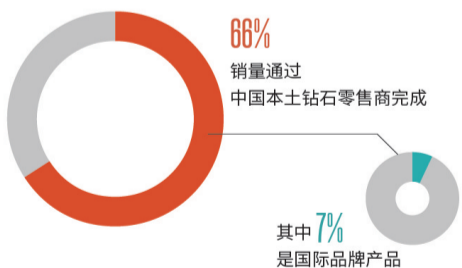
## C 价格低至天然钻石 1/10 人工培育钻石受追捧

超 1/5 女性认为价值观影响决策  
近四成消费者购买前要上网搜索

在中国,超过五分之一的女性(22%)表示,道德以及环境、社会和公司治理(例如工人福利、环境影响和供应链透明度等)是选择钻石品牌的首要考虑因素



国货钻石品牌更受欢迎



我国是培育钻石生产第一大国  
占全球半数产量



天然钻石消费减少的同时,人工培育的钻石开始受到追捧,市场规模不断扩大,在美国已有 50% 的商家在卖培育钻石。贝恩数据显示,2025 年,全球培育钻渗透率预计将达到 15.8%,中国培育钻渗透率预计将达到 13.8%。

2022 年全球培育钻石市场规模为 120 亿美元,而中国培育钻石消费量为全球市场的一成,因此,以该年平均汇率 6.72 折算,测算出中国培育钻石市场规模为 80.64 亿元。民生证券研报预计

2025 年全球培育钻石零售端市场规模达 1900 亿元,中国培育钻石毛坯市场规模有望增长至 110 亿元,凯度中国对此的预测数字则高达 280 亿元。

随着制造工艺持续提升,培育钻石价格不断降低,在零售端的利润持续增加。国内主要生产商之一力量钻石早前披露表示,培育钻石生产成本已经降至约 90 元/克拉,销售价格约为 630 元/克拉,毛利约为 80%。

事实上,几家领先的时尚珠宝公司

戴比尔斯、施华洛世奇、潘多拉等传统珠宝商,以及 Diamond Foundry、Light Mark 等新兴珠宝商已经用行动投票,纷纷推出培育钻石品牌。

据天猫旗舰店显示,国内培育钻石品牌凯丽希一颗 1 克拉的钻戒按品质高低,售价在 1 万多元起。十几万一颗的天然钻石不如黄金保值,也不是爱情婚恋的必需品,性价比方面显然就被售价仅有十分之一的培育钻石完败。

## D 1.4 万元钻石二手只卖 80 元? 越来越多人认为钻石不保值

2022 年,全球培育钻石产能约为 2000 万克拉,其中我国培育钻石产能约为 900 万克拉,占全球生产量的 40%-50%,是培育钻石第一生产大国。产能扩充带来供给过剩,其价格也在持续下降,跌幅比天然钻石还要大。

有报告显示,去年全球实验室培育钻石市场价值为 224.5 亿美元。预计到 2028 年,该市场价值将增长至 373.2 亿美元。2023 年至 2025 年,中国培育钻石毛坯钻市场规模将由 255 万克拉增长至 400 万克拉,年复合增速为 25.24%。

据央视财经引用美国 CNBC 网站报道,由于人造钻石相对天然钻石有丰厚利润,国内多家企业选择加速扩产并出口大量原钻,导致终端渠道库存堆积,进而引发国际市场钻石价格持续走低。

根据埃达恩戈兰钻石研究与数据公司的研究,过去三年内培育合成钻石的价格下跌了 59%,越来越多的消费者转向购买黄金或其他保值品。更有媒体表示,培育钻石毛坯价格已较 2021 年历史高点下跌约 80%,

当前已进入理论亏损阶段,部分落后产能已开始停产或变卖资产。

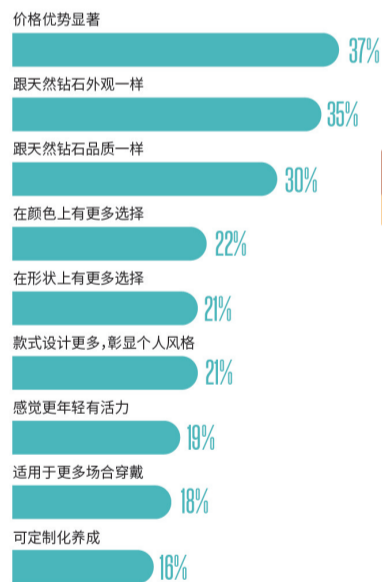
随着“1.4 万元钻石二手只卖 80 元”等热议事件出现,越来越多人开始认为,钻石不保值。对当下追求高性价比的年轻消费群体来说,追求保值的话黄金是更好的选择,培育钻石更适合悦己类的饰品。

目前消费者对于培育钻领域认知仍处于模糊阶段,这也使培育钻行业的机会点爆发缺乏一定的基础。就目前而言,培育钻石产能的增量大于市场需求的增量,在传统工业领域中的渗透率也已经接近天花板。

培育钻石行业中,中兵红箭、黄河旋风、力量钻石三家行业龙头供应商,供应了国内超 75% 钻石原石,仍需面对行业竞争对手增多、渗透率提升、行业需求放缓等困境。中兵红箭、黄河旋风都预计今年上半年业绩大幅亏损。

7 月 14 日中兵红箭发布公告称,预计上半年业绩大幅下滑。公司预计实现归属于上市公司股东的净利润比上年同期下降 82.90% 至 86.46%;预计实现扣除非经常性损益后的净

培育钻石吸引消费者  
第一因素是价格优势



利润 7800 万元至 1.03 亿元,比上年同期下降 84.82% 至 88.51%。

黄河旋风预计上半年归属于母公司所有者的净利润亏损 1.93 亿元,公司主营业务超硬材料产品的重要细分产品培育钻石,受市场供需变化等原因,价格较同期大幅下降。

数据来源

戴比尔斯《2022 钻石行业洞察报告》、《2021 中国黄金珠宝消费调查白皮书》、国际钻石交易所 IDEX、金尼斯基全球毛坯钻石价格指数、Rapaport RAPI 价格指数、上海钻石交易所《钻石行业内参》、中国珠宝玉石首饰行业协会《2022 中国珠宝行业发展报告》、广州钻石交易中心 X KANTAR 凯度中国《培育钻石珠宝行业白皮书》、前瞻产业研究院《中国钻石行业市场前瞻与投资战略规划分析报告》、国家统计局、海关总署、央视财经、中商产业研究院、财通证券研报、民生证券研报、中信建投证券钻石行业研究报告、前瞻产业研究院、贝恩咨询、智研咨询、天猫。

(请点击“数据”频道)

■ 培育钻石也能“一颗永流传”你接受吗? ▶▶

