

# 2018-2023年中国钻石产业市场规模现状分析与投资发展趋势研究报告

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2023年中国钻石产业市场规模现状分析与投资发展趋势研究报告》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/296823296823.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

钻石产业链：上游开采商巨头垄断，下游品牌商竞争加剧

钻石产业链分钻石开采/毛钻销售/切割抛光/成钻销售/珠宝生产/品牌销售等六大环节。其中，上游开采与下游品牌销售毛利率最高，各环节产业附加值呈现明显的微笑曲线：

上游开采&切割环节高度垄断。原钻被三大毛坯钻开采商DeBeers（南非）/RioTinto（俄罗斯）/Alrosa（澳大利亚）垄断（三者占据全球70%的原钻），切割环节则被比利时、安德卫普、以色列及孟买四大世界钻石切割中心垄断。

中游，同质化高。加工环节，除周大福、潮宏基外，其他珠宝企业以委托加工为主，自助生产部分高设计感产品为辅，或者全部由外协公司加工，从而节约资源投入，将更多的资金用于品牌、渠道建设。我们发现，品牌珠宝公司的代工企业存在交错现象，例如深圳行行行实业是通灵珠宝、爱迪尔珠宝和周大生的共同钻石成品供应商，吉盟珠宝是爱迪尔珠宝和周大生的共同供应商等。这说明钻石产品在采购、加工环节过后的实际价值依然是基本相近的。

下游品牌竞争加剧，营销与设计铸差异化。近几年下游品牌竞争加剧，TOP10市占率逐年下滑，从2011年的27.5%下滑至2015年的21.4%。广告营销、品牌建设及产品设计会将品牌差异化凸显出来。

图：钻石产业链微笑曲线陡峭（产业链各环节净利率）

图：钻石产业链

从国内珠宝行业格局看，行业整体格局分散，海外和香港品牌分别占据高端和中高端市场，内资品牌以中端及低端市场为主。

图：国内珠宝市场品牌梯队划分

钻石高端市场：海外品牌底蕴深厚格局稳固，国内品牌短期难以进跻 钻石高端市场：海外品牌底蕴深厚格局稳固，国内品牌短期难以进跻。海外品牌均为非黄金品牌，以钻石镶嵌为主。从该类品牌历史看，其多经历百年积淀，品牌、工艺及文化独树一帜，后来者难以超越：据Euromonitor，2010-2015年中国高端珠宝市场前十大品牌除排名略有变动外，品牌基本不变，并且TOP10市占率自2011年的70%逐年上升至2015年的80%。可见国内高端珠宝市场被国际品牌牢牢占据，国内钻石品牌想要跻身该梯队并非易事。

图：2010-2015年国内高端珠宝市场TOP10品牌排名及整体市占率

其背后原因主要在于，这些品牌经历百年积淀，品牌、工艺及文化独树一帜，后来者难以超越：如Buccellati极致奢华的黄金蕾丝、Tiffany充满浪漫少女气息的钥匙、Van Cleef & Arpels象征爱情的四叶草、Cartier奢华大气的豹头等，均在消费者心中留下深刻印象。

图：2015年世界前十大珠宝品牌简介

钻石中高端市场：竞争加剧，钻石品牌相对传统黄金品牌更易突围 从国内中高端品牌看，市占率靠前的均以黄金饰品起家，黄金饰品占比较大，近几年意识到消费趋势改变才开始做钻石镶嵌饰品。但近几年中高端黄金饰品品牌份额在逐渐下滑，周大福从2011年的9.8%下降至2015年的6.6%、老庙黄金从2011年的6.3%下降到2015年的3%。

同时，就整体中高端市场而言，TOP10品牌市占率逐年下滑，从2011年的28.1%下滑至2015年的21.4%。由此可见，传统珠宝品牌受制于产品设计守旧逐渐丢失份额，行业竞争加剧。但我们认为，这正给钻石品牌带来机会，使其更易在中高端市场突围。

图：2011-2015年国内中高端珠宝市场TOP10市占率

图：2011-2015年国内中高端珠宝市场TOP10集中度逐年下降

传统品牌主打黄金，年代感烙印深。千禧一代相比年长一代的一大消费偏好区别在于：年长一代习惯选择品类大而全的品牌（如周大福、老凤祥等），但千禧一代倾向于选择细分领域的知名品牌（如买钻石想到通灵珠宝/钻石小鸟等、买手链想到Pandora、）。目前占据中高端市场的品牌多以黄金饰品起家，历经多年发展和宣传，已深深打上“黄金”、“传统”烙印，难以成为年轻消费者购买钻石饰品时的首选，因此主打钻石饰品的品牌更有望突围。

图：传统黄金品牌“黄金”、“传统”烙印深

具体来看，具有较强品牌营销推广及产品设计力的公司有望脱颖而出。经过品牌商营销运作，钻石被赋予“爱情”、“永恒”、“忠贞”、“坚强”、“独立”等象征，对于消费者而言，钻石饰品的情感寄托价值已超过其原材料价格。与黄金饰品定价机制不同（原材料成本加成），钻石饰品消费品属性更强，品牌溢价更高。因此品牌影响力、产品设计及消费者心中形象成为消费者购买时考虑的核心指标。

品牌营销方面：钻石饰品的价值来自于品牌所赋予其的价值，因此营销对于钻石品牌尤为重要。如前所述，相对黄金品牌在消费者心中“传统、黄金”更根深蒂固的印象，起步较晚的钻石品牌一开始便注重营销，通过年轻人常接触的信息渠道给品牌产品赋予不同的意义。因此钻石品牌在营销方面较黄金品牌更专业，其品牌形象在年轻消费群体心中也更深刻。如通灵珠宝通过签约当红人气偶像唐嫣、连续9年赞助柏林电影节、植入热门影视剧，使品牌

高端时尚形象深入人心。Darry Ring则通过情感营销，将情侣向往的“一生一世”的期许注入品牌，同时通过“DR族”（DR粉丝）持续微博造势，使消费者将Darry Ring与爱情婚姻紧紧绑定。

图：通灵珠宝娱乐营销、Darry Ring情感营销

产品设计方面：黄金质地软，不易塑形，传统黄金饰品品牌对产品的投入更多在于金的纯度、重量，不同品牌之间产品同质化严重。而钻石镶嵌首饰应易塑形更具时尚感，所以产品的外观设计是品牌商精力投放的重点之一。经过多年发展，钻石品牌商相对黄金品牌更具时尚基因。在钻石饰品SKU数量上钻石品牌也更具优势：目前通灵珠宝/IDO/Darry Ring SKU数（分别为500左右/185/275）远高于黄金品牌钻饰的数量（周生生/周大福分别为96/48），消费者选择更多。

图：钻石品牌与黄金品牌钻饰类产品形象及SKU（个）

中国报告网发布的报告书内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。【报告目录】

## 第一章全球钻石行业发展现状综述

### 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2018-2023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、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、中国宏观经济发展预测分析

### 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

## 第四章 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

## 第五章 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 2018-2023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

## 54年中国钻石开采所属行业规模以上企业经济运行数据监测（宝石、玉石开采）

### 第一节 中国钻石开采所属行业数据监测回顾

#### 一、竞争企业数量

#### 二、亏损面情况

#### 三、市场销售额增长

#### 四、利润总额增长

#### 五、投资资产增长性

## 六、行业从业人数调查分析

### 第二节2015-2014年中国钻石开采所属行业投资价值测算

#### 一、销售利润率

#### 二、销售毛利率

#### 三、资产利润率

#### 四、未来5年钻石开采所属盈利能力预测

### 第三节2015-2017年中国钻石开采所属行业产销率调查

#### 一、工业总产值

#### 二、销售收入

#### 三、产销率调查

#### 四、未来5年钻石开采所属产品产销预测

## 第七章 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

## 第八章 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、 公司基本概述

#### 二、 公司主要经营数据指标分析

#### 三、 公司竞争力分析

#### 四、 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、 公司基本概述

#### 二、 公司主要经营数据指标分析

#### 三、 公司竞争力分析

#### 四、 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、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、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、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

### 第五节 周生生珠宝（佛山）有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、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、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、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、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

### 第八节 深圳市皇廷珠宝有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、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、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

## 第十节 济阳县华龙饰品有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

## 第九章2018-2023年中国钻石行业投资策略分析

### 第一节2018-2023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2018-2023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2018-2023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

## 第十章2018-2023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2018-2023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2018-2023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2018-2023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、2018-2023年中国珠宝首饰市场发展方向
- 四、2018-2023年国内珠宝行业营销趋势分析
- 五、2018-2023年中国钻石市场发展趋势预测
- 六、2018-2023年中国珠宝产业销售总额预测

### 第三节2018-2023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、2018-2023年钻石行业发展前景

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

更多图表详见正文（GSLWK）

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shoushi/296823296823.html>