

中国天然钻石行业发展趋势分析与未来前景研究 报告（2025-2032年）

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国天然钻石行业发展趋势分析与未来前景研究报告（2025-2032年）》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：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202510/768962.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

一、稀缺性重塑价值逻辑，供需关系推动天然钻石价格进入上升通道

天然钻石是钻石的自然形成形态，是指在地球深部（约100-200公里地幔层）经过数十亿年自然形成的碳元素单质晶体。当下，在珠宝领域中，天然钻石凭借不可复制的自然稀缺性与独特价值，在行业调整阶段尽显强劲韧性。

稀缺性是天然钻石的核心价值。这是因为天然钻石形成需极端地质条件——高温（900-1300℃）与高压（5-7万个大气压）的持续作用，并通过火山喷发等地质活动被带至地表。而近年来全球天然钻石产量持续下行，进一步凸显了其稀缺属性。

上海钻石交易所联合天然钻石协会数据显示，2024年全球天然钻石产量为1.1亿克拉，较21世纪初峰值减少40%以上。预计2025年全球天然钻石产量仅为1.05亿克拉，跌至20世纪90年代以来的低位，其中行业巨头戴比尔斯年产量已削减至2000万至2300万克拉，创2013年以来最低水平。此外，天然钻石协会数据也显示，在全球已勘探的七千余个岩管中，具备开采价值的不足百分之一，且现有矿山剩余开采年限普遍不足15年，新矿勘探因环保要求提高举步维艰，进一步强化了天然钻石的稀缺属性。不过值得注意的是，安哥拉作为新兴产钻国，凭借54个勘探项目与25个开采项目的持续推进，预计2025年全年产量达1513万克拉，总产值22.7亿美元，有望超越博茨瓦纳成为非洲第一大钻石生产国。

数据来源：公开数据，观研天下整理

与此同时，中国、印度等新兴市场需求持续回暖。据上海钻石交易所披露，2025年1-7月我国通过钻交所报关的成品钻进口总额同比增长43.5%，进口量更是激增93.8%。其中6月成品钻进口量同比激增179.9%，金额增长84.5%；7月进口量同比增长145.9%，金额增幅高达243.1%。

上述供需关系推动我国天然钻石价格稳步回升（2022-2024年我国天然钻饰单件均价逆势上涨1.8%、平均克拉重量提升至0.32克拉），尤其在高端领域，大克拉异形钻（如祖母绿切工、雷迪恩切工）因独特设计与收藏价值，溢价率超30%，成为市场中的“硬通货”，使得天然钻石的核心价值进一步凸显。

二、消费场景正从传统婚庆向多元化延伸,非婚嫁需求已成绝对主力

与此同时，天然钻石的消费场景正在多元化。消费者不再被动接受产品，而是以更敏锐的价值观、更分化的情感诉求与更理性的决策逻辑，重新定义钻石的价值边界。如今，消费者对天然钻石的需求向自悦、礼赠、投资等多元领域拓展，这使得其消费行为从低频的“人生节点消费”转向高频的“情绪消费”。

戴比尔斯集团发布数据显示，2024年在我国女性天然钻石消费场景中，非婚嫁场景消费金

额占比已达81%，较2020年的52%实现跨越式增长，成为市场绝对主力。其中礼品馈赠占非婚嫁购买量的76%。但值得注意的是，浪漫礼赠场景占比仍稳定在37%，彰显钻石作为情感载体的核心价值未变。另外，周大福调查也显示，64%的Z世代购买黄金首饰（天然钻石常作为配石搭配）用于日常佩戴或自我奖励，天然钻石正从“奢侈品货架”走进“日用品梳妆台”。

资料来源：戴比尔斯集团

与此同时，天然钻石的高端收藏与投资属性也进一步强化。在培育钻石聚焦低档消费与工业应用（如半导体散热）的差异化定位下，天然钻石凭借稀缺性与不可再生性，成为高净值人群资产配置的重要选择，其长期保值增值能力得到市场认可，形成与培育钻石错位竞争的格局。根据上海钻石交易所 的市场数据，2025年1-7月，我国1-2克拉钻石进口量同比增127%，其中35%用于投资，印证其资产属性。

三、消费群体呈现出年轻化与富裕化趋势，Z世代、千禧一代与富裕群体共同塑造天然钻石行业未来

从消费群体来看，Z世代正逐步成长为天然钻石消费主力军。近年来，我国钻石消费群体呈现明显的年轻化与富裕化趋势：截至2025年，18-24岁的Z世代年轻消费者在钻石消费中的占比从2022年的3%跃升至10%，而月收入超过1万元的消费者占比高达72%。

数据来源：戴比尔斯集团，观演天下整理

同时，千禧一代作为天然钻石核心消费群体之一，已经成为当之无愧的中坚力量。有数据显示，目前我国，千禧一代的天然钻饰拥有率最高，达到25%；消费金额占比接近总量的三分之二。他们对于日常佩戴天然钻饰的接受度高于平均水平，天然钻饰已经成为其点缀日常生活的奢华符号。

而Z世代和千禧一代的未来购买意愿强劲，分别为22%和20%，这无疑预示着我国市场拥有着巨大的天然钻石消费潜力。

此外，家庭月收入三万元以上富裕消费群体是天然钻石市场的价值基石。他们的单件天然钻饰消费金额高出整体平均水平40%，且未来购买意愿是整体消费者的两倍，更多出于非婚嫁和自购目的进行购买，偏爱天然钻石项链和耳饰。

四、戒指为我国消费者最青睐的天然钻石产品

从产品形态来看，戒指为我国消费者最青睐的产品，尤其是多颗钻石镶嵌（如三钻钻石、光环、锦簇镶嵌）最受欢迎。根据数据显示，2025年在我国天然钻石首饰销售中，有96%的消费者选择戒指，而这其中有56%的消费者选择多颗钻石镶嵌（如三钻钻石、光环、锦簇镶嵌）。此外，对于天然钻石首饰价格和重量来说，30000元以下和1克拉以下分别是最受欢迎的价格区间和钻石重量。

数据来源：尼尔森，观研天下整理

数据来源：尼尔森，观研天下整理

数据来源：尼尔森，观研天下整理

五、天然钻石仍具备多元发展潜力，高端客户需求、节日营销机会等为行业注入新动力
总体来看，当前在市场调整期中，天然钻石仍具备多元发展潜力，高端客户需求、节日营销机会、品牌文化塑造及产品创新等均为行业注入新动力。有相关调研数据显示，尽管由于经济不确定性，天然钻石市场仍持谨慎态度，但近一半的行业受访者（47%）预计未来12个月将有积极表现，另有60%的企业计划加大对天然钻石的推广投入。

资料来源：公开资料，观研天下整理

数据来源：尼尔森，观研天下整理

六、当下天然钻石行业仍面临实验室培育钻石替代效应加剧、消费端去库存压力等挑战
不过，尽管市场出现回暖迹象，但天然钻石行业仍面临经济不稳定、消费者信心的下降、实验室培育钻石替代效应加剧、消费端去库存压力等挑战。分析认为，当前天然钻石行业面临的首要挑战是经济不稳定以及消费者信心的下降。其次是消费者对非钻石类产品（如黄金、珍珠、翡翠等）购买兴趣的上升。再次，消费者价值观的转变也开始显现，例如他们越来越重视可持续性、道德采购以及极简主义。最后，实验室培育钻石珠宝竞争加剧和结婚/订婚率偏低也是主要的挑战。

数据来源：尼尔森，观研天下整理(WW)

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国天然钻石行业发展趋势分析与未来前景研究报告（2025-2032年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。观研天下是国内知名的

行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

目录大纲：

【第一部分 行业定义与监管】

第一章 2020-2024年中国	天然钻石	行业发展概述
第一节	天然钻石	行业发展情况概述
一、	天然钻石	行业相关定义
二、	天然钻石	特点分析
三、	天然钻石	行业基本情况介绍
四、	天然钻石	行业经营模式
	(1) 生产模式	
	(2) 采购模式	
	(3) 销售/服务模式	
五、	天然钻石	行业需求主体分析
第二节 中国	天然钻石	行业生命周期分析
一、	天然钻石	行业生命周期理论概述
二、	天然钻石	行业所属的生命周期分析
第三节	天然钻石	行业经济指标分析
一、	天然钻石	行业的赢利性分析
二、	天然钻石	行业的经济周期分析
三、	天然钻石	行业附加值的提升空间分析
第二章 中国	天然钻石	行业监管分析
第一节 中国	天然钻石	行业监管制度分析
一、	行业主要监管体制	
二、	行业准入制度	
第二节 中国	天然钻石	行业政策法规
一、	行业主要政策法规	
二、	主要行业标准分析	
第三节 国内监管与政策对	天然钻石	行业的影响分析

【第二部分 行业环境与全球市场】

第三章 2020-2024年中国	天然钻石	行业发展环境分析
第一节 中国宏观环境与对	天然钻石	行业的影响分析
一、	中国宏观经济环境	
二、	中国宏观经济环境对	天然钻石 行业的影响分析

第二节 中国社会环境与对	天然钻石	行业的影响分析	
第三节 中国对外贸易环境与对	天然钻石	行业的影响分析	
第四节 中国	天然钻石	行业投资环境分析	
第五节 中国	天然钻石	行业技术环境分析	
第六节 中国	天然钻石	行业进入壁垒分析	
一、	天然钻石	行业资金壁垒分析	
二、	天然钻石	行业技术壁垒分析	
三、	天然钻石	行业人才壁垒分析	
四、	天然钻石	行业品牌壁垒分析	
五、	天然钻石	行业其他壁垒分析	
第七节 中国	天然钻石	行业风险分析	
一、	天然钻石	行业宏观环境风险	
二、	天然钻石	行业技术风险	
三、	天然钻石	行业竞争风险	
四、	天然钻石	行业其他风险	
第四章 2020-2024年全球	天然钻石	行业发展现状分析	
第一节 全球	天然钻石	行业发展历程回顾	
第二节 全球	天然钻石	行业市场规模与区域分 布	情况
第三节 亚洲	天然钻石	行业地区市场分析	
一、亚洲	天然钻石	行业市场现状分析	
二、亚洲	天然钻石	行业市场规模与市场需求分析	
三、亚洲	天然钻石	行业市场前景分析	
第四节 北美	天然钻石	行业地区市场分析	
一、北美	天然钻石	行业市场现状分析	
二、北美	天然钻石	行业市场规模与市场需求分析	
三、北美	天然钻石	行业市场前景分析	
第五节 欧洲	天然钻石	行业地区市场分析	
一、欧洲	天然钻石	行业市场现状分析	
二、欧洲	天然钻石	行业市场规模与市场需求分析	
三、欧洲	天然钻石	行业市场前景分析	
第六节 2025-2032年全球	天然钻石	行业分布	走势预测
第七节 2025-2032年全球	天然钻石	行业市场规模预测	
【第三部分 国内现状与企业案例】			
第五章 中国	天然钻石	行业运行情况	
第一节 中国	天然钻石	行业发展状况情况介绍	

一、行业发展历程回顾	
二、行业创新情况分析	
三、行业发展特点分析	
第二节 中国 天然钻石	行业市场规模分析
一、影响中国 天然钻石	行业市场规模的因素
二、中国 天然钻石	行业市场规模
三、中国 天然钻石	行业市场规模解析
第三节 中国 天然钻石	行业供应情况分析
一、中国 天然钻石	行业供应规模
二、中国 天然钻石	行业供应特点
第四节 中国 天然钻石	行业需求情况分析
一、中国 天然钻石	行业需求规模
二、中国 天然钻石	行业需求特点
第五节 中国 天然钻石	行业供需平衡分析
第六节 中国 天然钻石	行业存在的问题与解决策略分析
第六章 中国 天然钻石	行业产业链及细分市场分析
第一节 中国 天然钻石	行业产业链综述
一、产业链模型原理介绍	
二、产业链运行机制	
三、 天然钻石	行业产业链图解
第二节 中国 天然钻石	行业产业链环节分析
一、上游产业发展现状	
二、上游产业对 天然钻石	行业的影响分析
三、下游产业发展现状	
四、下游产业对 天然钻石	行业的影响分析
第三节 中国 天然钻石	行业细分市场分析
一、细分市场一	
二、细分市场二	
第七章 2020-2024年中国 天然钻石	行业市场竞争分析
第一节 中国 天然钻石	行业竞争现状分析
一、中国 天然钻石	行业竞争格局分析
二、中国 天然钻石	行业主要品牌分析
第二节 中国 天然钻石	行业集中度分析
一、中国 天然钻石	行业市场集中度影响因素分析
二、中国 天然钻石	行业市场集中度分析

第三节 中国	天然钻石	行业竞争特征分析
一、企业区域分布特征		
二、企业规模分 布	特征	
三、企业所有制分布特征		
第八章 2020-2024年中国	天然钻石	行业模型分析
第一节 中国	天然钻石	行业竞争结构分析（波特五力模型）
一、波特五力模型原理		
二、供应商议价能力		
三、购买者议价能力		
四、新进入者威胁		
五、替代品威胁		
六、同业竞争程度		
七、波特五力模型分析结论		
第二节 中国	天然钻石	行业SWOT分析
一、SWOT模型概述		
二、行业优势分析		
三、行业劣势		
四、行业机会		
五、行业威胁		
六、中国	天然钻石	行业SWOT分析结论
第三节 中国	天然钻石	行业竞争环境分析（PEST）
一、PEST模型概述		
二、政策因素		
三、经济因素		
四、社会因素		
五、技术因素		
六、PEST模型分析结论		
第九章 2020-2024年中国	天然钻石	行业需求特点与动态分析
第一节 中国	天然钻石	行业市场动态情况
第二节 中国	天然钻石	行业消费市场特点分析
一、需求偏好		
二、价格偏好		
三、品牌偏好		
四、其他偏好		
第三节	天然钻石	行业成本结构分析

第四节	天然钻石	行业价格影响因素分析
一、	供需因素	
二、	成本因素	
三、	其他因素	
第五节	中国 天然钻石	行业价格现状分析
第六节	2025-2032年中国 天然钻石	行业价格影响因素与走势预测
第十章	中国 天然钻石	行业所属行业运行数据监测
第一节	中国 天然钻石	行业所属行业总体规模分析
一、	企业数量结构分析	
二、	行业资产规模分析	
第二节	中国 天然钻石	行业所属行业产销与费用分析
一、	流动资产	
二、	销售收入分析	
三、	负债分析	
四、	利润规模分析	
五、	产值分析	
第三节	中国 天然钻石	行业所属行业财务指标分析
一、	行业盈利能力分析	
二、	行业偿债能力分析	
三、	行业营运能力分析	
四、	行业发展能力分析	
第十一章	2020-2024年中国 天然钻石	行业区域市场现状分析
第一节	中国 天然钻石	行业区域市场规模分析
一、	影响 天然钻石	行业区域市场分布 的因素
二、	中国 天然钻石	行业区域市场分布
第二节	中国华东地区 天然钻石	行业市场分析
一、	华东地区概述	
二、	华东地区经济环境分析	
三、	华东地区 天然钻石	行业市场分析
(1)	华东地区 天然钻石	行业市场规模
(2)	华东地区 天然钻石	行业市场现状
(3)	华东地区 天然钻石	行业市场规模预测
第三节	华中地区市场分析	
一、	华中地区概述	
二、	华中地区经济环境分析	

三、华中地区 天然钻石

(1) 华中地区 天然钻石

(2) 华中地区 天然钻石

(3) 华中地区 天然钻石

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区 天然钻石

(1) 华南地区 天然钻石

(2) 华南地区 天然钻石

(3) 华南地区 天然钻石

第五节 华北地区 天然钻石

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区 天然钻石

(1) 华北地区 天然钻石

(2) 华北地区 天然钻石

(3) 华北地区 天然钻石

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区 天然钻石

(1) 东北地区 天然钻石

(2) 东北地区 天然钻石

(3) 东北地区 天然钻石

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区 天然钻石

(1) 西南地区 天然钻石

(2) 西南地区 天然钻石

(3) 西南地区 天然钻石

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

行业市场规模预测

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

行业市场规模预测

行业市场分析

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

行业市场规模预测

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

行业市场规模预测

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

行业市场规模预测

三、西北地区	天然钻石	行业市场分析	
（1）西北地区	天然钻石	行业市场规模	
（2）西北地区	天然钻石	行业市场现状	
（3）西北地区	天然钻石	行业市场规模预测	
第九节 2025-2032年中国	天然钻石	行业市场规模区域分布	预测
第十二章	天然钻石	行业企业分析（随数据更新可能有调整）	
第一节 企业一			
一、企业概况			
二、主营产品			
三、运营情况			
（1）主要经济指标情况			
（2）企业盈利能力分析			
（3）企业偿债能力分析			
（4）企业运营能力分析			
（5）企业成长能力分析			
四、公司优势分析			
第二节 企业二			
一、企业概况			
二、主营产品			
三、运营情况			
（1）主要经济指标情况			
（2）企业盈利能力分析			
（3）企业偿债能力分析			
（4）企业运营能力分析			
（5）企业成长能力分析			
四、公司优势分析			
第三节 企业三			
一、企业概况			
二、主营产品			
三、运营情况			
（1）主要经济指标情况			
（2）企业盈利能力分析			
（3）企业偿债能力分析			
（4）企业运营能力分析			
（5）企业成长能力分析			

四、公司优势分析

第四节 企业四

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第五节 企业五

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第六节 企业六

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第七节 企业七

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第八节 企业八

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第九节 企业九

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第十节 企业十

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

【第四部分 展望、结论与建议】

第十三章 2025-2032年中国	天然钻石	行业发展前景分析与预测
第一节 中国	天然钻石	行业未来发展前景分析
一、中国	天然钻石	行业市场机会分析
二、中国	天然钻石	行业投资增速预测
第二节 中国	天然钻石	行业未来发展趋势预测
第三节 中国	天然钻石	行业规模发展预测
一、中国	天然钻石	行业市场规模预测
二、中国	天然钻石	行业市场规模增速预测
三、中国	天然钻石	行业产值规模预测
四、中国	天然钻石	行业产值增速预测
五、中国	天然钻石	行业供需情况预测
第四节 中国	天然钻石	行业盈利走势预测
第十四章 中国	天然钻石	行业研究结论及投资建议
第一节 观研天下中国	天然钻石	行业研究综述
一、行业投资价值		
二、行业风险评估		
第二节 中国	天然钻石	行业进入策略分析
一、目标客户群体		
二、细分市场选择		
三、区域市场的选择		
第三节	天然钻石	行业品牌营销策略分析
一、	天然钻石	行业产品策略
二、	天然钻石	行业定价策略
三、	天然钻石	行业渠道策略
四、	天然钻石	行业推广策略
第四节 观研天下分析师投资建议		

详细请访问：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202510/768962.html>