

天然钻石大降价，买钻戒花钱少了吗

记者实探发现，受黄金涨价影响部分钻饰不降反升，但市场需求在萎缩

本周一，全球最大钻石生产商戴比尔斯宣布下调0.75克拉以上毛坯钻价格。作为钻石行业的“价格风向标”，此次调价是否已传导至终端市场？济南消费者能否买到更便宜的钻戒？带着这些疑问，1月21日，记者走访了济南多家珠宝门店。走访结果显示，一场由培育钻石崛起、黄金替代效应引发的行业结构性变革，正悄然改写钻石市场的既有格局。

果然财经

记者 魏银科 孙佳琪 报道

黄金加持下 天然钻戒逆势上行

此次戴比尔斯调价采用统一计价开票政策，摒弃了以往为每盒钻石单独定价的模式，虽增加了具体降幅的测算难度，但业内普遍认可10%-15%的实际议价区间。叠加2024年1月和12月的两次调价，其毛坯钻价格在两年内累计跌幅突破25%，背后是全球天然钻石市场供需失衡的现实困境。

然而，这波降价潮远未传达到终端市场，记者走访世纪缘、周生生、GD钻世界等多家珠宝店发现，天然钻石首饰价格并未出现松动，部分款式反而因黄金价格上涨同步提价。

在世纪缘珠宝店，记者遇到了前来选购婚戒的济南市民张女士，她正手持一款30分天然钻戒试戴。“今年下半年结婚，三金已经买完了，不想在钻戒上过度花费，就想选一款小克拉的意思一下。”张女士的诉求道出了不少年轻情侣的消费心态。面对张女士的需求，店员介绍：“钻戒可以申请满2000元减200元的活动，打完折后价格是15000多元。对于结婚来说，钻戒还是刚需品类，价格一直比较稳定。”

“钻戒价格坚挺，主要是因为戒托是金的。”店员以自身经历建议张女士尽早入手：“我这枚钻戒是4年前买的，同款现在售价已经到八千出头，比我当初买的时候贵了近一倍。钻戒戒托都是18K金的，黄金一直在涨，钻戒价格自然也跟着往上走。”

这一说法在周生生门店也得到印证，记者告知预算两万元后，工作人员坦言：“这个价位想选到颜色、净度都很优质的天然钻戒难度很大。你看，光这款戒指的戒托就要一万六七千元。”

黄金价格持续走高，成为天然



济南一家珠宝店内，销售人员正在向顾客介绍饰品。

钻戒价格坚挺的核心支撑。多家门店店员均表示，天然钻戒价格与毛坯钻价格联动性较弱，反而受黄金价格波动影响显著。周生生工作人员进一步透露：“明天(22日)我们就要上调18K金项链的价格，后续钻戒价格走势也不好预判，有刚需的客户建议尽早锁定。”数据显示，周生生黄金价格十年间从281元/克涨至1492元/克，涨幅超400%，这一涨幅不仅对冲了毛坯钻价格下跌的影响，更成为天然钻戒终端价格逆势上行的重要推手。

价格传导滞后的根源，在于钻石产业链的层层加价机制。戴比尔斯将毛坯钻售予合作看货商后，需经中游切磨加工、品牌商溢价、渠道商加价等多个环节才能抵达消费者手中。Rapaport市场评论指出，当前全球钻石经销商普遍持谨慎库存策略，仅按订单采购，导致毛坯钻降价红利难以快速传递至终端。此外，品牌商为维持利润空间，往往通过控制促销力度、优化产品组合等方式维持终端价格稳定，进一步削弱了上游调价的传导效应。

培育钻石“撬动” 年轻消费市场

与天然钻石终端价格坚挺形

成鲜明对比的是，培育钻石市场正以“价跌量升”的态势快速扩张，成为搅动行业格局的关键力量。近年来，培育钻石零售价格较峰值下跌超50%，性价比优势持续凸显。以1克拉高品质培育钻石为例，2020年市场售价约为8000元，如今已降至3500元左右，而同等品质的天然钻石售价仍高达4万元以上，价差悬殊达10倍之多。

在GD钻世界门店，培育钻石与天然钻石分柜陈列，界限清晰，价格公示牌上的数字极具冲击力：30分培育钻石299元起，50分566元起，一克拉仅1399元起，叠加推广期8折优惠，价格吸引力进一步扩大。“结婚预算有限的话，培育钻石是绝佳选择，又大又亮，价格还便宜，省下的钱能多买些黄金首饰，兼顾美观与保值。”店内女销售顾问向记者介绍，培育钻石的核心客群是年轻消费者，尤其是筹备婚礼的情侣。

记者观察发现，天然钻石与培育钻石在外观上并无差异。据销售顾问透露，门店每月都卖出多颗培育钻石，除了新婚情侣，还有不少老客户因价格优势选择以小换大，“有些客户之前买了小克拉天然钻石钻戒，戴几年觉得不够大气，就换成一克拉培育钻石。原来的钻石改造成项链，实用性

更强。”

线上消费市场的热度，进一步印证了培育钻石的崛起态势。在小红书、微博、微信等主流网络平台，“培育钻石”已跻身年轻群体热议话题，消费热度持续攀升。淘宝平台数据显示，部分专注于培育钻石的店铺单店销售额可突破百万元；微博上，“培育钻石”话题30天内阅读量超千万次，讨论量居高不下，“性价比”“平替”“无差别佩戴”成为核心关键词。

消费观念的转变，推动培育钻石渗透率快速提升。数据显示，2025年全球钻石珠宝市场中，培育钻石销量占比已超40%，较2019年增长8倍以上；2024年我国培育钻石零售端规模达113.71亿元，2020-2024年复合增速达18.75%，增长势头迅猛。

保值神话破灭 行业加剧分化

近期，多起小克拉钻戒回收价暴跌的案例引发全网热议，彻底击碎了“钻石恒久远”的营销神话。安徽一女子十年前花费1.8万元购买的钻戒，如今回收价仅180元；四川西昌消费者1.4万元入手的婚戒，回收时不足200元，极端贬值幅度达99%。尽管这类

极端案例未完全计入18K金戒托的独立价值，但仍直观反映出消费级钻石的保值困境。

“钻戒本来就不保值，即便天然钻石的钻戒也不例外，消费者不能抱着保值的心态买钻戒，想保值还得买黄金。”GD钻世界销售顾问直言。

值得关注的是，天然钻石的“稀缺性”本身就是一场营销骗局。所谓“钻石恒久远”“男士一生只能定制一枚”等话术，本质上是商家通过垄断货源、营造稀缺感抬高价格的营销手段。随着年轻消费者愈发理性，不再被营销话术“蒙蔽”，天然钻石的消费需求进一步萎缩。

济南市民孙先生的选择颇具代表性。他今年计划结婚，与未婚妻在钻戒和黄金之间纠结许久后，最终敲定了三金。“看了前段时间钻戒回收价暴跌的热搜，觉得花几万元买钻戒不划算，保值率太差，不如买黄金实在，既能日常佩戴，还能作为资产储备。”

珠宝店工作人员普遍反映，随着黄金价格高歌猛进，叠加培育钻石的冲击，天然钻石尤其是消费级小克拉钻石的生意越来越难做，不少门店已悄悄调整陈列比例，扩大培育钻石和黄金首饰的展示区域。

从行业趋势来看，钻石市场“天然钻石聚焦高端，培育钻石抢占大众”的双轨制格局将进一步巩固。天然钻石企业正加速收缩战线，聚焦高端奢侈品与收藏领域，通过强化“天然”标签、讲好品牌故事，守住高净值核心客群。戴比尔斯母公司已计划剥离其85%钻石业务股权，估值从76亿美元骤降至25亿美元，反映出传统钻石企业的转型困境。

与此同时，培育钻石将持续抢占日常佩戴、个性化定制等大众消费场景，中国培育钻石品牌凭借成本优势正快速崛起。尽管我国培育钻石行业仍存在产销结构失衡问题，2024年产销率仅11.38%，2025年上半年小幅提升至12.73%，整体依赖出口，但随着国内渗透率提升和工业应用拓展，产销率有望稳步上升。

编辑：彭传刚 组版：侯波

qilu 齐鲁农超
胶州大白菜
帮嫩薄 汁乳白 青岛原产地 棵棵有身份!
特产好价 农超心意卡
39.9/4.5斤

qilu 齐鲁农超
烟台苹果栖霞红富士
脆甜脆甜的好果子 正宗产地直发 更好吃!
特产好价 农超心意卡
¥36.9/4.5斤

qilu 齐鲁农超
章丘大葱上新!
山东章丘产地直供 高大脆白甜
特产好价 农超心意卡
32.9/5斤礼盒