



培育钻石专题分析报告：培育钻石：珠宝业的新征程



投资逻辑

我们为什么看好培育钻石的推广？培育钻石具有天然钻石一样的化学与物理性质，品质上能做到更优，鉴定较为困难；人造金刚石用途广泛，电子半导体等行业发展需要推动培育钻石往质优价低方向发展，目前实验室级别已能实现重达 14.6 克拉，F 色、VVS2 切工的培育裸钻，以及品相较好的各类彩色钻石，未来在产量、品质、价格上都有更多期待；当前珠宝零售行业金银业务占比重，加价难，毛利率低，而镶嵌类产品毛利率相对较高，行业求变下，下游珠宝零售商有动力推广培育钻石，而下游品牌珠宝商的终端供应加大，将加快消费者教育；年轻一代消费者消费趋势变化，悦己消费、线上消费上升，给培育钻石带来发展良机。

目前已经看到的零售端的变化：印度培育钻石毛坯进口额和裸钻出口额增长较快，增速快于同期天然钻石毛坯进口额和裸钻出口额。根据 GJEPC 数据，今年 9 月印度培育钻石毛坯进口额 1.02 亿美元（同比+38%，环比+39%），裸钻出口额 0.96 亿美元（同比+20%，环比-24%），加上国内目前也在打造钻石加工基地，实际的培育钻石裸钻产量更高。美国已成为培育钻石最大的消费国，根据贝恩咨询数据，2019 年美国培育钻石销售额占全球市场的 80%；根据市场调研，欧洲和中国市场对培育钻石了解和接受度也在提升，且更多发生在高线城市。

如何看待培育钻石的市场空间？我们认为培育钻石在品质上能与天然钻石相媲美，价格更低，情感价值可以通过商家的“仪式感”手段来部分

弥补，且年轻消费者对培育钻石的关注度与接受度在上升，作为钻石最大应用的婚庆市场渗透率提高可以期待；同时，培育钻石将在轻奢悦己领域开辟新天地，整体市场空间巨大。培育钻石发展核心在于全球价格体系的建立，尤其是零售端价格体系的建立。培育钻石发展初期，乱象较多扰乱消费者信心，零售价格也从2016年天然钻石的80%走低至2019年的45%（贝恩咨询），价格体系迟迟没有建立，是阻碍其发展的最大原因。随着行业组织建立、技术规范制定、鉴定技术提升、产能规模扩大、消费者认知和市场份额提高等，品牌珠宝商有望凭借设计能力、营销经验、品牌背书等获得更高更稳定溢价。

投资建议

我们认为，培育钻石是珠宝行业发展的又一个契机。培育钻石在品质、环保、成本等方面具备较大优势，全球钻石大类行业供给的再分配、半导体行业等发展需要使得培育钻石技术&产品品质提升，轻奢悦己需求带来的市场需求爆发等，市场空间有望打开。随着国内外珠宝品牌商们逐步布局，零售端供给将加快消费者教育。目前美国零售市场销量增速快，短期毛坯钻石供给端尚处供不应求阶段。建议重点关注下游品牌零售商——豫园股份、周大福、周大生等，有望借助培育钻石品类，通过自身营销经验、设计能力、品牌背书获得更高溢价，实现整体更高的毛利率和销售收入。同时建议关注上游培育钻石毛坯生产商，有望随产品品质提升享受高毛利和全球培育钻石市场爆发的红利。

风险提示

全球经济大幅下滑;培育钻石推广不及预期;全球价格体系建立缓慢。

关键词: 环保

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_28408

