

洞悉钻石商乐观后市的原因

2017-02-22

資料來源：大河網

过去数年，全球钻石业皆面对严峻挑战。尽管如此，仍有不少企业，非常积极地对前景未明的经济状况。小编今天分享一篇来自《亚洲珠宝》行业资讯，了解一下这些企业对未来市况抱乐观态度的原因。

01 Dehres

“蓝钻与粉红钻仍然是市场最热门的彩钻产品。随著亚洲市场的消费者对彩钻的认知度越来越高，加上彩钻供应有限，带动市场对彩钻的需求显著上升，且增加势头一直持续。”

成立于 1971 年的 Dehres，堪称彩色钻石行业的龙头企业。第二代掌舵人——Ephraim Zion 表示，面对多变的市场，企业认为适应市场转变、迎难而上，是彩钻行业的自然定律。再者，市况越艰难的时候，客户组合是否多元化尤其重要。被问及有否察觉美国市场开始转强及中国重拾消费动力，Ephraim 先生表示这是一个难以回答的问题，因为美国市场的消费表现相受当季节性影响，例如在圣诞档期，消费力及购买气氛一直表现强劲。

至于中国市场，市场表现仍然疲弱，但从多方的市场信息反映，市场正以平稳、缓慢的步伐从阴霾中走出来。与此同时，他亦指出来自投资角度的需求亦是彩钻需求上升的驱动力：“我个人认为，无论在价格及需求上，彩钻在本年度仍能维持平稳的增长。基本上，过去数年彩钻一直呈上升势头，我们可以预见，在供应紧绌、消费者对彩钻的兴趣日浓等等因素下，彩钻表现继续平稳向上的这个趋势将能够延续至 2017 年。”

02 Dharmanandan Diamonds

“设计时尚新颖、造型轻巧的首饰会成为市场上的主流产品，并且更能迎合买家的口味及消费能力。”

作为全球最具实力的钻石生产商之一，Dharmanandan Diamonds 视当前的市场转变为未来增长的机遇。企业的市场及销售部董事 Sutariya Vipul 表示，在 2016 年，公司实现了两大工作目标，包括开展了中国的营运工作及正

式成为责任珠宝委员会(Responsible Jewellery Council)的成员。而且，中国是集团目前最大的市场，与正在增长中的远东市场并驾齐驱；美国市场也正逐步转强。

有鉴于全球经济情况，预期市场对轻奢珠宝的需求会不断上升。对于钻石业而言，即时尚钻饰的需要会相对增加，需求亦会集中在小颗、商业级的钻石。

03 AMTC

“我们时刻谨记要紧贴市场，我们会与新、旧客户，资深及年青的业者交流，了解他们的喜好及抗拒的元素。从这些资料中整合出方向，指引我们的产品开发工作及以至定价的水平。”

在今时今日充满不明朗因素的营商环境，新加坡钻石商 AMTC 的 Reuben Khafi 强调，紧贴市场至关重要：“这不是解决方案，我们需要从大众市场角度考虑价格因素；从设计师角度，则提供更丰富、更精细的产品。”

在决定开发新产品系列之前，AMTC 会搜集客户的意见及进行市场调查。Khafi 先生认为，即使经济好坏，亦不会影响消费者佩戴首饰的心情。“品质，始终是客户最重要的考量。除品质以外，设计及可佩戴性也是选购的决定因素。”同时，还补充道：“在互联网时代，电商平台能够面向全世界。亚洲市场的发展一日千里，很难去准确说出不同市场的喜好和要求，尤其是设计师首饰类别。我相信，客户的喜好便决定了他所属市场将会销售什么类型的产品。”他指出，科技把人类的距离拉近，所有资讯均在网上垂手可得。这反而更加推动团队在钻石、设计及时尚资讯方面均要具备专业的知识及便敏锐的触觉。“诚如我一直强调：必须与时俱进、紧贴市场脉搏。”

根据调查，国内的城市居民中，约 20% 拥有钻石首饰。但这 20% 钻石消费却占了全球钻石消费总额约 15%，可见国内的钻石消费市场有着非常好的消费前景，特别是全新消费主力军——千禧一代。