

中國鑽石買家忠誠度及購買能力高

2018年1月31日

資料來源：The Diamond Loupe



ALROSA與消費者研究公司GfK (Growth from Knowledge)合作，對鑽石買家的購物習慣進行調查。美國仍為全球最大的鑽石購買市場，而中國則成為增長最快的市場。

調查於2017年秋季進行，訪問了來自美國及中國超過4000名於過去12個月曾購得或收過鑽石首飾作禮物的消費者，年齡介乎25至55歲，收入達平均及平均以上水平。調查結果指，中國及美國分別約73%及71%的受訪者曾自購鑽石首飾，而僅有少於三成的情況下，兩國的受訪者曾購買鑽石作為禮物。

在該三成的鑽石禮物中，約六成受訪者表示該禮物是送給伴侶。相較中國的消費者而言，美國的消費者較多將鑽石首飾贈予父母(14%)及朋友(12%)。鑽石首飾一般贈予年齡介乎26至45歲人士，佔中國送禮對象的71%及美國的57%。同時，美國消費者亦較常將鑽石首飾贈予年青人——於美國贈禮予年齡介乎11至17歲年青人佔4%，在中國則僅佔1%。調查亦指出，在兩國鑽石首飾均較常贈予女性，分別佔94% (中國) 及87% (美國)。

該調查指86%受訪中國人及59%受訪美國人計劃於來年再次購買鑽石首飾，由此可見，中國消費者多提早計劃其購買，而對美國消費者而言，購買珠寶屬於較隨性的購物。此外，不少於上年度已購入鑽石首飾的受訪者表示不會購買多於一件鑽石首飾，平均而言，44%中國受訪者及34%美國受訪者於去年購入一件鑽石首飾，34% (中國) 及30% (美國) 購入兩件鑽石首飾，而購入三件及三件以上的受訪者則分別為14% (中國) 及19% (美國)、8% (中國) 及11% (美國)。