

遇见一个人

，然后一辈子。今年52

0，这个浪漫的日子，奥运冠军徐梦桃

的爱情修得正果，和未婚夫王心迪官宣结婚领证。

戴着来自王心迪“一生只能定制一枚”的DR钻戒，徐梦桃开心地对着镜头比心

。

徐梦桃求婚晒图中，璀璨的钻戒，与王心迪共同签署DR真爱协议，许下“用一生爱一人”的至高承诺，亦引发“这是哪款钻戒”“为什么要选择DR”等热议，掀起大众对DR求婚钻戒源源不断的关注。



徐梦桃 🏆 🐼 🇨🇳

22-4-21 09:00 来自 新版微博 weibo.com

为北京2022
打CALL

很幸运我找到了那个属于我的唯一。@王心迪Freestyle 是你的出现，让爱与被爱同时发生！这枚一生只送一人的钻戒我戴上了，往后余生，让我们继续做彼此的唯一，彼此温暖，彼此扶持！



图片来源：徐梦桃微博

不只徐梦桃，DR钻戒也是众多体育明星为浪漫爱情对另一半做出的“一生唯一真爱”的承诺。

对奥林匹克主角而言，赛场下日以继夜的训练，方能成就赛场上的高光时刻，成为冠军不易，“夺冠”爱情更难。这些年，众多冠军用他们的浪漫爱情，全新定义了“冠军的钻戒”。

DR钻戒是众多体育冠军们见证爱情重要时刻的重要信物，可谓是“冠军的钻戒”。而在习惯以价格为标的珠宝行业，DR重新定义钻戒，以独特的真爱品牌理念成为“钻戒的冠军”：2000多万粉丝追随、全球逾500家实体店、接近高化品牌的门店坪效、业绩亮眼……身处聚光灯下，深受市场关注的DR钻戒是否具备消费者所青睐的珠宝龙头潜力？

爱情见证的潮流

DR钻戒 = “冠军的钻戒”

徐梦桃是今年冬奥会的热门人物。1990年出生的她，早已是体育赛场上的“老将”，赛绩史上硕果累累，截至目前，拿下了35次世界冠军。但新夺得的这枚奥运金牌，来之不易。

徐梦桃曾在前三届奥运中与金牌擦肩而过，这期间，她经历多次严重伤病，但手术后的她毅然选择重回赛场。多年的坚持不放弃，终圆冬奥梦。

通过四届冬奥会，徐梦桃用一个体育精神践行者的身份，向世人讲述了“因热爱而坚持，因梦想而坚定”的故事。这个故事里，“爱情”亦是她圆梦奥运金牌的重要支持。老公王心迪是徐梦桃的队友，二人相识多年、互相扶持。徐梦桃曾说，王心迪就是她心中的一股力量，让她在寻梦的道路上变得越来越好。徐梦桃和王心迪双向奔赴的爱情，打动无数网友，被大家亲切地称作“桃心组合”。

“桃心组合”犹如一本完美的爱情教科书，真爱就是互相珍惜，彼此温暖、彼此成长。“在不确定中，坚持确定性”是徐梦桃的夺冠秘诀，在赛场和爱情中都是如此。

她坚韧不拔的体育精神，和爱情中携手认定的长情，与DR钻戒“坚定彼此是唯一”的品牌理念完美契合。

体育健儿“夺冠”爱情不易，欲开启人生下一段旅程时，在选择钻戒的标准上，也是极为认真苛刻。从在指尖戴上钻戒的一刹那开始，便开启了一生的约定。不只徐梦桃，近年来，众多体育界冠军都选择DR钻戒见证爱情的重要时刻。王心迪选择DR钻戒许下自己一生唯一的真爱承诺，成功求婚徐梦桃。

“坚定彼此是唯一”的DR，不只是在销售一枚钻戒，而是在传播真爱理念、引领真爱文化，倾注了对每一对恋人爱情的美好诠释，让他们相信可以用DR证明

独一无二的真爱的存在，守护彼此最美的爱情。

爱是一件稀缺品，“一生仅能为一人定制”的DR初心纯粹虔诚，代表着有态度的真爱信仰。正犹如冠军对体育事业的热爱和追求，一生为之奋斗，传承体育精神和爱的信仰。

DR抓住不变的真爱本质，获得了一众体育冠军的信赖与选择，成为“冠军的钻戒”。

坐拥2000多万粉丝

为全球情侣写下爱情注脚

时间会不断推移，不变的是始终的真爱。创立至今，DR在巴黎、香港、广州、上海、北京、深圳等全球100多个城市开设了500多家门店，备受中高端消费市场的认可，在全平台拥有2000多万粉丝，并三次入选亚洲品牌500强。

“DR能够凝聚这么多粉丝的主要原因在于其品牌理念更契合人们对真爱的向往和需求。不管时代如何变迁，人们对真爱的渴望和需求是亘古不变的，尤其是在科技快速发展变化的今天，人们对一生不变的爱情会更加向往。”一位行业资深人士分析称，正是因为DR钻戒独特的品牌理念，才能吸引众多用户通过朋友圈等社交媒体来主动分享，进而吸引更多人关注、渴望拥有一枚DR钻戒。

男士一生仅能定制一枚的DR求婚钻戒，将之送给心爱之人的严苛规定，是发自肺腑的契约精神。DR主张的是“爱情要么不开始，要么一辈子”，现今社会舆论对爱情的浮躁观点越来越多，彰显出坚持用“真爱”定义求婚钻戒的DR的稀缺珍贵，选择DR也成为越来越多情侣的心声。

钻石的稀缺性弥足珍贵，而在DR的世界，钻石不以价格为标，而是以真情为尺，度量情侣之间能否坚定彼此是唯一、可用一生去珍惜。

受益于此，不仅仅以销售为目的的DR收获了广大人群的喜爱，更是贯穿到大众不同恋爱阶段的需求里：期待真爱、热恋中、准备求婚/结婚、已婚。“用户选择DR的消费场景主要涵盖求婚、结婚和纪念日礼物三大场景。”在上述资深人士看来，不论是想表达承诺的年轻人，还是想宣告结婚的人亦或是要守护婚姻的人，都可以用代表真爱的DR来表达爱意。

DR“用一生，爱一人”的爱情理念，深深打动了因爱而结合的体育明星，成为了体育冠军“求婚钻戒”的选择高地，也为全球众多情侣的独家爱情故事，写

下永恒注脚，既是珠宝界备受推崇的婚戒品牌，也是钻戒品类中的领军者。

门店坪效的佼佼者

DR钻戒 = “钻戒的冠军”

DR连接为爱而聚的人，这是一个广泛而朝气蓬勃的群体，市场潜力巨大。

产品丰富

、用户黏性铸就D

R的护城河，助其在资本市场上持续

璀璨。

DR母公司迪阿股份（301177）2021年年度报告显示，2021年公司营收较2020年同期增长87.57%至46.23亿元。

坚持独特的品牌真爱理念，善于长线布局，线下线上高曝光，使得DR品牌屹立于行业前列。九龙仓IFS、华润万象城

等国内一线豪华商业体，都能看到DR的身影。优质商圈、高端店铺、尊享服务，DR为持续增长的用户提供浪漫的爱情服务，并将线下店铺打造成了爱情地标，吸引众多年轻情侣络绎不绝地前来打卡消费。此时的门店，既是DR形象宣传的新窗口，也成为商场吸引人气、创造独特体验的新入口。

连锁反应下，DR的门店坪效在行业中名列前茅。

“DR坪效已接近高化品牌。”行业资深人士表示，DR门店坪效高的核心原因在于，“独特的品牌理念，已在广泛的年轻人中建立极高的认知，在求婚承诺和真爱表达等场景中具备不可替代性的品牌价值。在很多新一代年轻消费群体的心智中，DR已经成为求婚钻戒的优选。”

夯实的线下布局，浪漫的“爱情地标”还带动了DR线上“自来水”。据观察，不少粉丝会主动发布、转发DR相关的内容。“随着经济的快速发展，消费者的需求逐渐从物质需求转向精神需求，能满足消费者情感表达需求的品牌将迎来更大的发展空间。”上述行业资深人士认为，市场上珠宝品牌众多，但鲜少能够引发用户情感共鸣

，在这方面，DR具备领先优势。“爱的需求在情感表达中居于首位，DR代表的真爱承诺又是情感表达中的至高点。”

在真爱的带动下，越来越多年轻的消费者对DR品牌心生向往，从而形成强大购买力。据天猫、京东

双电商平台的数据

显示，DR钻戒长期稳居钻戒品类榜

首。据生意参谋

检测数据，今年5月，DR钻戒旗舰店的交易指数高达98.6万，领先行业。

寻找优质标的，是投资人永远的追求，DR是否具备珠宝龙头潜力？正所谓得消费者得天下，放眼珠宝行业，各大品牌的核心竞争已围绕品牌塑造展开，消费者的需求才是支撑企业发展的动力。

上述行业资深人士表示，“Z世代

正在成为消费市场的主导力量，其消费行为具有个性化、圈层化和碎片化的消费特征。他们更倾向于购买能够引起自身共鸣的商品，同时借品牌的品牌观念来表达自我、突出个性。”

DR“一生仅能为一人定制”的品牌规则区别于其他珠宝品牌，契合年轻人对爱情专一的追求，更能激发情感共鸣，

“冠军的钻戒，钻戒的冠军”，当之无愧！

（文章内容仅供参考，不构成任何投资建议。投资者据此操作，风险自担。）

文/刘泽