

赛道名片

2023抖音趋势赛道风向标



珠宝首饰行业专刊

TREND
TRACK

序言

TREND TRACK

2023.09

Foreword



从远古时期，珠宝就成为了人类文明的重要组成部分。珠宝正是对生活的礼赞，人们佩戴珠宝，是为了表达生活的精致感，使生活从纷繁的庸常中暂时解脱，获得新的意义。“妆点生命”是一种仪式感，有助于人们从中获取敬畏生命的新力量。

随着文明的演进和社会的发展，珠宝首饰无论从形式还是从质料方面都取得了空前的进步。形式上看，珠宝不再限于宗教和仪式的用途，而日益成为日常生活中的，被祛魅的消费产品；从质料上看，珠宝的质地远不限于几种主要的贵金属，而是纷繁多样，新意迭出。珠宝市场的快速发展，使得珠宝的从业者、消费者和审美者需要加快脚步，找准趋势，焕新眼光。

「赛道名片」系列研究基于巨量算数&算数电商研究院研发的赛道挖掘模型，帮助读者发现抖音趋势赛道风向标。通过筛选和分析热门趋势，相关研究针对消费者在各个消费领域的场景、功能和情感需求，解答商家关注的“哪些消费者在何处场景下具有何种产品需求”的问题。我们希望通过「赛道名片」系列研究为商家提供具有市场潜力的细分赛道，帮助商家更全面地把握市场脉搏。

本期「赛道名片」珠宝首饰行业专刊，我们通过模型分析，精选了37个珠宝首饰的潜力赛道，预测了珠宝焕新、绿色源头、宝璟星汉和储存未来趋势主题风向，以供读者参考。



目录

TREND TRACK

CONTENTS

PART 01

珠宝首饰行业发展

多重因素拉动珠宝首饰市场复苏
珠宝行业品类创新加快
珠宝市场呈现“一超多强”的竞争格局
抖音助力珠宝首饰行业全域发展

PART 02

趋势赛道精选名录

早期：精选趋势赛道
成长期：精选趋势赛道
成熟期：精选趋势赛道

PART 03

趋势赛道信号解读

信号1：“珠宝焕新”从传统到个性，情感与创意并重
信号2：“绿色源头、科技创新”引领珠宝行业向更高价值发展
信号3：“宝璟星汉”，珠宝行业与国潮的碰撞之火
信号4：“储存未来”，以储备锚定经济稳定与繁荣

PART 04

培育未来趋势赛道爆款

功能创新
场景创新
情感创新

蓬勃人气、工艺创新、线上增长与消费激励，拉动珠宝首饰市场复苏

蓬勃人气：中等收入人群规模持续增长

消费之本在于人。经济学家李实最新测算，2022年我国中等收入（年收入在20-50万）人口数量达到4.6亿人，占总人口约32%，已是世界上最大规模的中等收入群体，比2018年的3.44亿人增长34%。这意味着，中国主流珠宝首饰消费者的消费能力正持续增加，这将推动珠宝首饰行业的增长。

中国中等收入人口

4.6亿

(2022)

数据来源：公共资料整理，2018-2022年

中国中等收入人口增速

34% ↑

(2022 vs 2018)

数据来源：公共资料整理，2018-2022年

工艺创新：原材料供应充足，技术不断革新

珠宝首饰虽然是自古有之，但相关的产品制作技术却仍在不断创新，近年来大火的智能制造、3D打印等技术都为珠宝首饰的制作带来了新的启发。以黄金为例，随着古法金，3D硬金、5G黄金等新工艺的产生，金饰的可能性得到进一步的发掘，珠宝市场的源头产品创新呈现出积极的发展态势。



花丝精雕细琢



古法花丝镶嵌



经典国风设计

渠道多元：线下渠道深耕，线上渠道拓展

随着新零售时代到来，线上线下的珠宝首饰经营业态都展现出新气象。珠宝因其贵重的特点，长期以来偏重线下销售渠道，据国家统计局，2021年亿元以上中国黄金、珠宝、玉器首饰市场摊位数达18591个，亿元以上金银珠宝类市场摊位数达29565个，虽相比2020稍减，但总体大盘比较稳健。随着零售市场的回暖，2023年全年，珠宝零售点数量或将上升。除去线下零售店，珠宝线上零售近年来也取得新的突破，以周大福为例，2022年，该公司自营线上（电商销售）收入较上年同期增长34.65%，线上收入占总收入的比重增长较快。

黄金、珠宝、玉器等首饰市场摊位数

18591个

数据来源：国家统计局，2021年

金银珠宝类市场摊位数

29565个

数据来源：国家统计局，2021年

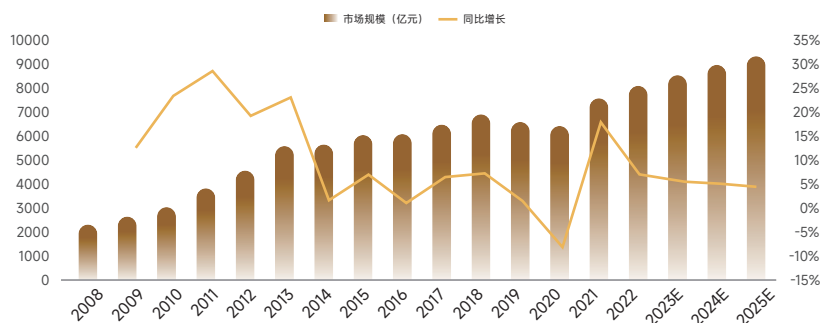
消费激励：内需市场持续扩张，推动高端消费

2022年12月中共中央国务院印发《扩大内需战略规划纲要（2022 - 2035年）》，第三条提到“全面促进消费，加快消费提质升级”，明确要“更好满足中高端消费品消费需求”。扩大内需作为国策级别的纲领，受重视程度高，而珠宝行业作为零售商业的重要组成部分，有机会借此新风扶摇而上。

从行业市场规模看，中国珠宝首饰市场发展前景广阔，内外利好条件兼备，欧睿数据显示，2016年起行业进入高速增长期，2017-2022年年复合增速达到4.57%，远超世界同期水平（2.27%），随着珠宝消费力的进一步提升，消费场景的进一步开发，未来珠宝首饰市场将延续高增长势能。

回到珠宝零售市场，国家统计局数据显示，2023年1-7月中国金银珠宝商品零售类值累计值1905.0亿元，同比增长13.6%，这一增速高于社会消费品零售总额的平均增速（8.2%）。这一消费趋势说明中国珠宝市场发展稳健，底盘坚固，中国消费者对于金饰商品的消费能力正在回升，消费意愿正在恢复，本年度市场规模或创新高。

珠宝首饰市场规模(亿元)及同比增速(%)



资料来源：Euromonitor，中宝协，中国银河证券研究院整理

1905.0亿元
金银珠宝商品零售类值累计值

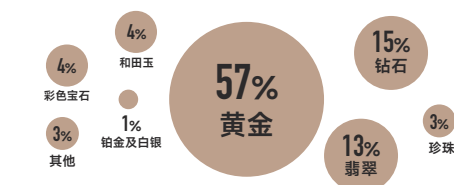
13.6%
同比增长
(2023.1-7 vs 2022.1-7)

数据来源：国家统计局，2022年1-2023年7月

珠宝行业品类繁多，表现不一，黄金产品占据市场主导

中国珠宝首饰细分市场按照产品的构成材料划分主要有8大类，分别为黄金、钻石、和田玉，彩色宝石，珍珠，铂金及白银。其中黄金制成品的销量占比最高为57%，在中国珠宝首饰市场中占有绝对优势；钻石与翡翠销量占比相近，分别为15%与13%，两者在市场中也具有稳固的销量基础，分列第二与第三位；其余5种材料的制成品占总销量仅15%，市场份额相对较小。

2022年中国珠宝行业不同细分品类销量占比



数据来源：益普索根据行业数据整理，2022年

中国“黄金饰品”市场蓬勃发展，消费能力回升助推品类增长

黄金为质地软、抗腐蚀的贵金属，无论中国还是国际市场，黄金都是最普遍使用的饰品原料，在中国，黄金饰品是珠宝大类中最受关注的细分赛道。

世界黄金协会数据显示，中国为2022年最大的黄金生产国，全年共产375吨黄金。另据中国黄金协会的最新数据，2023年上半年全国黄金消费量为554.88吨，同比增长16.37%。其中，黄金首饰消费368.26吨，同比增长14.82%；金条及金币消费146.31吨，同比增长30.12%。一系列数据表明，黄金的生产与销售是比较稳健的，且在2023年有明显的向好趋势。

554.88吨

黄金消费量

16.37%

同比增长

368.26吨

黄金首饰消费

14.82%

同比增长

数据来源：中国黄金协会，2023年1-6月，同比增长为 2023年1-6月 vs 2022年1-6月

数据来源：中国黄金协会，2023年1-6月，同比增长为 2023年1-6月 vs 2022年1-6月

“宝石/彩宝饰品”市场崭露新机，价格飙升折射消费者价值认可与市场潜力

珠宝首饰的构成材质多样，包括珍珠、彩宝、合成/人造宝石、铂金饰品等，其销量相比黄金要小。中国珠宝玉石首饰行业协会数据显示，2023年上半年中国全品类彩色宝石价格平均涨幅为30%—50%，大克拉或相对稀有的宝石价格涨幅则高达100%—150%。价格是品类市场热度最重要的参考依据，价格的快速上升，说明消费者对于该品类的饰品价值十分认可，许多行业玩家将宝石/彩宝饰品作为黄金饰品以外的新大陆，希望能够探索该品类的新潜力。

全品类彩色宝石价格涨幅

30% - 50% ↗

数据来源：中国珠宝玉石首饰行业协会，2023年1-6月，
同比增长为 2023年1-6月 vs 2022年1-6月

大克拉或稀有宝石价格涨幅

100% - 150% ↗

数据来源：中国珠宝玉石首饰行业协会，2023年1-6月，
同比增长为 2023年1-6月 vs 2022年1-6月

“K金钻石饰品”市场稳定发展面临价格挑战与长期潜力

K金与钻石结合可以做出很精美的钻戒、钻石吊坠、手链等珠宝制品，以钻戒为例，钻戒的镶嵌物为钻石，而钻戒的戒托则可以选择18K金、铂金等，其中18K金相比铂金更加常见，价格相对更低，因此受众更广。钻石这一细分品类近年来发展较为平缓。海关总署数据显示，中国钻石出口量自2021年起至今已连续三年下降，Rapaport国际钻石报价表则显示，2023年以来1克拉钻石价格指数下跌8.4%，从供销两端看，钻石细分领域均遭遇小幅萎缩。然而，钻石作为百年来反复验证的高净值珠宝原材料，消费心理基本盘稳固，且虽然钻石价格短期下调，但长期来看，钻石的价格仍然处在历史高位。

亲民价位与广泛运用，“银饰”市场迎消费复苏助增长，潜力待挖掘

银饰是一个受到普遍关注的细分类别，它的运用场景十分广泛，价格亲民，但市场份额受黄金饰品的挤压。从银饰上游的“用银量”指标来看，世界白银协会数据显示，2022年全球用银量同比增长29%至7280吨，然而，这一增长幅度主要源于印度，中国用银量在2022年则下降了18%。2023年，随着零售消费的恢复，银饰消费预计也将受益于整体消费复苏趋势，中国珠宝玉石首饰行业协会数据显示，2022年中国银饰用银量同比下降18%，2023年预计全年银饰用银量将增长10%左右，其中，古法银和925时尚银饰表现相对较好，但这一增幅相比于2019年仍有不小差距，说明银饰赛道在现阶段尚未被激发全部潜力。

2022年全球用银量

7280吨

数据来源：世界白银协会，2022年

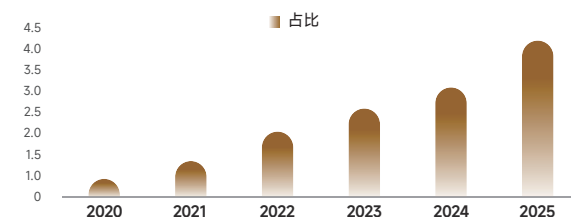
2023年中国全年用银量同比增长

10% ↗

数据来源：中国珠宝玉石首饰行业协会，2023年为预测值

“培育钻”凭借性价比、高品质和环保性吸引国内消费者眼球，高潜有增长空间

2020-2025年中国培育钻石销量预测（百万克拉）



数据来源：Statista，2020-2025年

培育钻石是人工合成钻石的商贸名称，贝恩咨询数据显示，培育钻终端零售市场主要在美国、中国、印度等，目前培育钻第一大消费国为美国，占据80%市场份额，中国约占10%，培育钻对国内钻石整体的渗透率仅为6.7%，有着可观的市场空间。预计到2030年培育钻石将占全球钻石市场总量的15%。Statista数据显示，2020年至2025年，中国培育钻石毛坯钻销量将由40万克拉增长至400万克拉，增长近10倍。

中国珠宝首饰市场竞争格局：一超黄金，多强细分赛道

从上述的行业发展现状看，中国珠宝首饰市场的竞争局面是“一超多强”的。这一局面，既是形容市场份额，也是形容消费心理。**一超**，即是指黄金细分赛道的珠宝首饰，这类消费在珠宝首饰市场上占据绝对支配地位，是毫无疑问的消费主流。黄金珠宝首饰市场规模大，韧性足，从业者多、品牌多，中国主流的珠宝首饰公司如周大福、周生生、六福珠宝等均将黄金饰品作为重点发展赛道进行布局，黄金珠宝首饰赛道的竞争情况，一定程度上决定了行业玩家在行业中的地位，例如，周大福2023财年中，黄金首饰及产品的营业额占该集团总营业额的**76.9%**。同时，黄金之所以有如此的支配地位，也与其在大众消费心理中占据特殊心理位置有很大关系，正是因为黄金审美是珠宝首饰审美的主流，黄金消费才能保持高热度。

多强，是指珠宝首饰行业的审美趣味分化明显，珍珠、翡翠、银饰等不同产品，审美价值各异，受众人群众体各异，适宜的社交场合也各自不同，因此它们的价值不容易被互相替代，而是各自拥有相应的拥趸。例如，翡翠销量虽然只占据13%，珍珠销量占3%，均远不及黄金饰品的市场占比，但这些小额的市场占比也不容易被取代。未来，不同细分赛道各自的拥趸，仍会比较忠诚地为本赛道的产品创新买单。

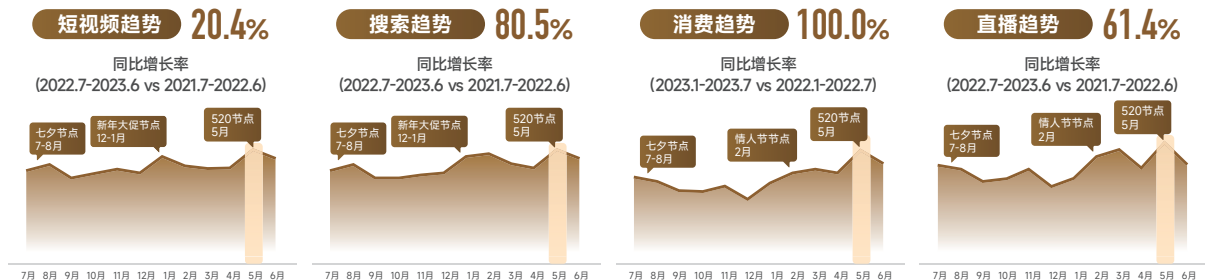
抖音珠宝首饰行业概览：全新的带货场景，助力行业全域发展

2023年抖音珠宝首饰消费热度回暖，关注度与消费意愿上涨

2023年，抖音珠宝首饰行业的各类趋势均显示，珠宝首饰市场的线上消费热度有所回暖。2022年7月至2023年6月间，珠宝首饰行业内容短视频增长率上涨了20.4%，相关搜索同比增长了80.5%，消费同比增长更是达到100.0%，而相关直播同比也增加了61.4%，这些数据是珠宝首饰市场在2023年强势回暖的关键信号。人们搜索相关的内容，浏览相关短视频或观看直播可能直接转化为线上消费，但也可能转化为线下门店的消费，关注度的提升说明消费意愿正在增强。

珠宝首饰受节点影响明显，内容播放、搜索、直播和消费量在节点附近有明显增长，典型的节点如新年、情人节、520和七夕，是不能错过的营销时机，需求机会激增利好内容和消费价值释放，在节点前10-20天商家可提前做好营销预热提升销量。

2022年1月-2023年5月抖音珠宝首饰行业不同形式内容消费情况

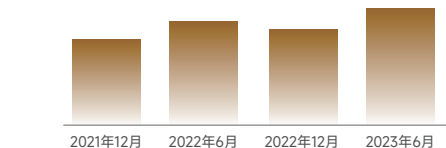


数据来源：抖音电商&巨量算数&算数电商研究院，2022年7月-2023年6月，同比增长率为2022年7月-2023年6月 vs 2021年7月-2022年6月，消费增速同比增速除外
备注：“搜索点击”指搜索点击进入珠宝首饰相关内容，“直播商品点击”指在直播间点击珠宝首饰商品

• 抖音珠宝首饰用户增长活跃，年轻用户是主力

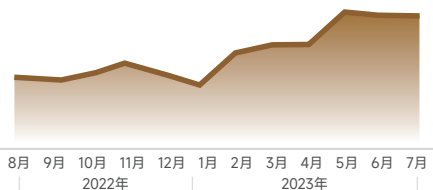
抖音珠宝首饰兴趣用户与购买人数持续增长，多元玩法助推用户完成内容兴趣种草-消费购买的转化，用户的增长也为线上珠宝首饰消费需求开拓新的市场潜力。

抖音珠宝首饰行业兴趣用户数



数据来源：巨量算数&算数电商研究院，2021年12月-2023年6月
备注：珠宝首饰行业用户特指特定时间内点赞行业内容2次及以上的用户

抖音电商珠宝首饰行业购买人数

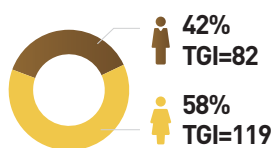


数据来源：抖音电商，2022年8月-2023年7月

· 抖音珠宝首饰行业兴趣用户画像

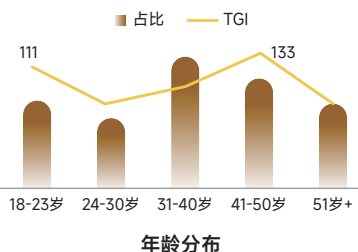
抖音珠宝首饰行业的用户性别与年龄分布相对较均衡，而女性和31-40岁群体占比相对更高，是珠宝首饰目前核心的兴趣群体。其中，女性兴趣用户的TGI表现为119，有更强烈的兴趣喜欢和热情；代际角度看，Z世代（18-23岁）兴趣用户的TGI表现为111，41-50岁兴趣用户的TGI表现则高达133，在关注30岁以上核心群体的同时，不得不注意到年轻群体的珠宝首饰需求。

女性用户为主



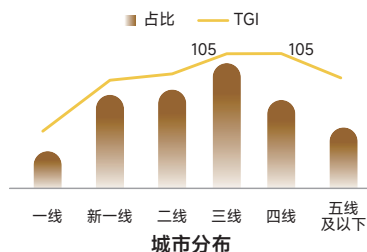
性别分布

31-40岁兴趣用户占比最高



年龄分布

三、四线用户兴趣度更高



城市分布

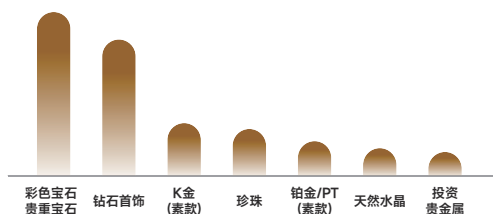
数据来源：巨量算数&算数电商研究院，2023年6月

抖音珠宝首饰行业各品类内容发展格局

根据下述数据，我们发现在抖音黄金彩宝行业中，内容热度分布TOP是彩色宝石/贵重宝石，钻石首饰，以及K金（素款）。这些类别的产品热度高，可能与其特殊的材质和价值挂钩，即它们都有投资和保值的功能，同时适用于重要场合佩戴，提升形象。而且，彩色宝石和钻石都是典型的高贵时尚饰品，有很高的欣赏价值和收藏价值。

内容热度增长品类中，人工宝石/合成宝石，投资贵金属和钻石首饰为TOP3。人工宝石/合成宝石和投资贵金属的热度快速增长，可能说明消费者开始关注价格相对更亲民，但外观效果不输真石的合成宝石，以及有投资增值空间的贵金属。而钻石首饰则在两项排名中都出现，显示其深受消费者喜爱，市场需求持续增长。

抖音珠宝行业细分类目内容热度分布



数据来源：巨量算数&算数电商研究院，2022年7月-2023年6月，同比增长率为2022年7月-2023年6月 vs 2021年7月-2022年6月

从下述数据可以看出，发饰、项链及手镯是当前抖音时尚饰品行业中内容热度最高的品类，这可能是由于消费者对于这些品类的需求较高，且其可供选择的种类较多，设计感觉良好，受到了广大消费者的喜爱。

在热度增长品类方面，项链/吊坠、DIY配件和婚庆饰品成为了TOP3的品类，表明这些品类的市场趋势看好，有巨大的增长潜力。其中，婚庆饰品的热度增长也不容忽视，用户线上备婚习惯常态化。

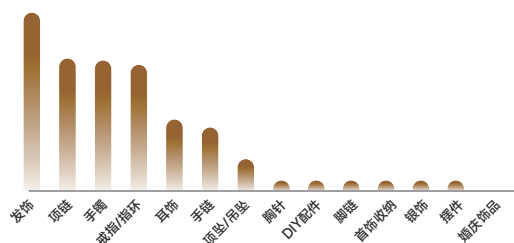
TOP内容热度品类



TOP内容热度增长品类



抖音时尚饰品行业细分类目内容热度分布



数据来源：巨量算数&算数电商研究院，2022年7月-2023年6月，同比增长率为2022年7月-2023年6月 vs 2021年7月-2022年6月

TOP内容热度品类



TOP内容热度增长品类



传统的财富和地位象征内容热度降温，消费者更愿为情绪价值和悦己买单

传统的财富和地位象征如黄金、银饰的内容热度正在降温，这可能是由于现代消费者的价值观发生了改变。他们更加注重个人的感受和情感需求，更愿意为能悦己的事物买单。这种变化反映了消费者对生活质量的追求，不再仅满足于物质层面的富足，而是追求精神层面的满足和生活的品质。这表明提供情绪价值和悦己的产品和服务可能会成为未来市场的新趋势。

珠宝首饰行业热门话题Top50



数据来源：巨量算数&算数电商研究院，2023年1-6月

珠宝首饰行业热门搜索词Top50



数据来源：巨量算数&算数电商研究院，2023年4-6月

首饰搭配

热点名称

- 01 王鹤棣终于戴耳钉了
- 02 杨幂赵今麦同款草莓耳环
- 03 山东女子晒老公送的黄金首饰
- 04 编发发夹一招搞定公主头
- 05 这是在逃公主手链吧

创建时间

2023/02
2022/08
2022/05
2023/01
2022/11

热力值

677.4W
407.5W
382.7W
154.8W
136.7W

知识分享

热点名称

- 01 科学家将塑料变钻石
- 02 今年全球铂金或出现严重短缺
- 03 黄金涨幅
- 04 银手镯为什么会变黑
- 05 故宫国宝科普上新了

创建时间

2022/09
2023/05
2023/03
2022/12
2022/08

热力值

831.5W
421.7W
415.1W
193.0W
174.6W

重要时刻

热点名称

- 01 姥姥戴头纱拄拐为新人送婚戒
- 02 刚会走路萌娃给舅舅送婚戒
- 03 婚礼现场小舅子空翻送钻戒后续
- 04 哈工大录取通知书镶宝石
- 05 爷爷奶奶互相搀扶给孙子送婚戒

创建时间

2022/10
2022/09
2022/07
2022/06
2022/03

热力值

809.2W
504.2W
315.4W
221.3W
215.0W

国潮文化

热点名称

- 01 它曾被称中国考古史最美项链
- 02 凤冠霞帔有多惊艳
- 03 中式婚礼的仪式感
- 04 广东女孩将千里江山图放进手镯
- 05 国风发簪侧盘发教程

创建时间

2022/10
2022/02
2022/08
2022/08
2023/07

热力值

373.9W
352.7W
232.9W
174.7W
115.1W

节点场景

热点名称

- 01 今天520
- 02 母亲节礼物选购指南
- 03 抖音38礼物天花板
- 04 情人节送礼看这篇
- 05 情人节礼物天花板

创建时间

2023/05
2023/05
2023/03
2023/02
2022/02

热力值

459.2W
414.7W
401.1W
390.6W
318.9W

浪漫DIY

热点名称

- 01 孙子退伍用弹壳磨戒指送奶奶
- 02 原来订书钉还可以做手镯
- 03 00后女生用发夹做了只凤凰
- 04 用光给女友做了一条项链
- 05 铁丝也能做戒指

创建时间

2022/09
2022/02
2022/07
2023/02
2022/07

热力值

700.5W
352.7W
189.5W
186.3W
67.9W

数据来源：巨量算数&算数电商研究院，2022年1月-2023年7月，热点按热度值高低排序

消费场景由婚庆向悦己、送礼等拓展，工艺款式和文化内涵融入缔造市场新故事

近年，随着人们对于珠宝首饰的认知提升，整体消费市场由婚庆向个人穿搭佩戴、送礼等场景市场延伸，以自戴为目标的悦己内容热度同比增长67.6%，悦己消费快速发展，戒指、黄金类首饰成为自购首选。而朋友、恋人、家人间的送礼场景消费频次更高，在节日当天为对方准备一份礼物已成表达心意的重要方式，使得每逢情人节、七夕、520、母亲节、新年等节点，珠宝轻奢都会掀起一波销售热潮。

2023年抖音珠宝首饰主要消费场景内容表现

场景一：悦己

抖音上珠宝首饰【悦己】场景下相关视频播放量

播放量
同比增长

67.6% ↑



7月 8月 9月 10月 11月 12月 1月 2月 3月 4月 5月 6月
2022年 2023年

数据来源：巨量算数&算数电商研究院，2022年7月-2023年6月，同比增长率为2022年7月-2023年6月 vs 2021年7月-2022年6月

场景二：送礼

抖音上珠宝首饰【送礼】场景下相关视频播放量

播放量
同比增长

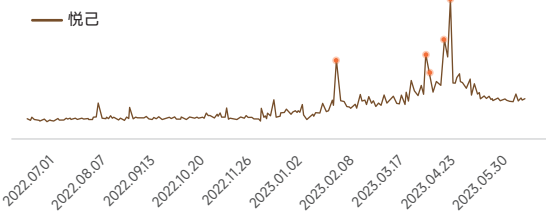
116.0% ↑



7月 8月 9月 10月 11月 12月 1月 2月 3月 4月 5月 6月
2022年 2023年

场景一：悦己

在“悦己”场景下，情人节、520等节点附近，搜索指数会明显飙升。此外，女性和31-40岁的用户在此场景下的视频内容兴趣度更高，他们对时尚和美食的视频内容更感兴趣，上海列城市榜第一，她们更加关注自我需求和感受，追求自己内心的快乐。



数据来源：巨量算数-算数指数“悦己”，2022年7月-2023年6月

相关话题



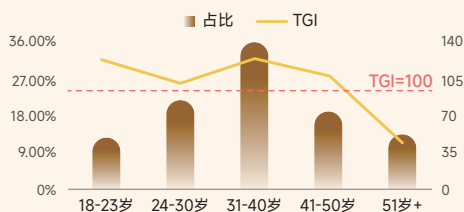
数据来源：巨量算数&算数电商研究院，2022年7月-2023年6月

节点场景



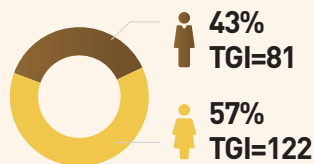
人群画像

年龄分布



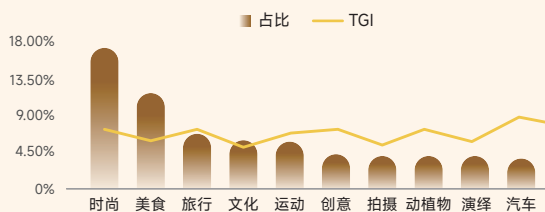
数据来源：巨量算数-算数指数“悦己”-人群画像，2022年7月-2023年6月

性别分布

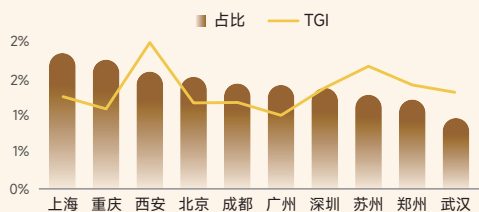


人群画像

用户兴趣



地域分布



数据来源：巨量算数-算数指数“悦己”-人群画像，2022年7月-2023年6月

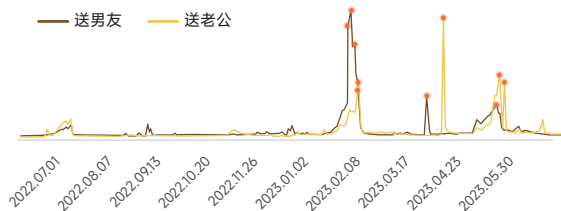
场景二：送礼

送男友/老公

相关话题

节点场景

在“送男性”礼物场景下，“送男友”关键词在情人节前夕的搜索量通常会暴增，而送老公礼物则在520节点相对男友有更高的热度。在2023年4月12日，一条关于“开学季女子送丈夫上大学”的短视频登上了当日的热搜，引起了广泛关注。



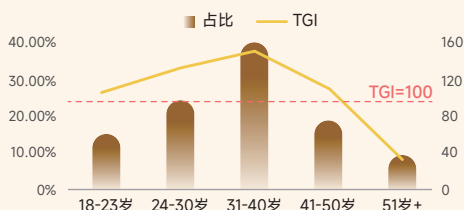
数据来源：巨量算数-算数指数“送男友/送老公”，2022年7月-2023年6月



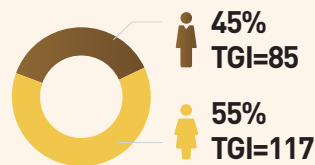
数据来源：巨量算数&算数电商研究院，2022年7月-2023年6月

人群画像

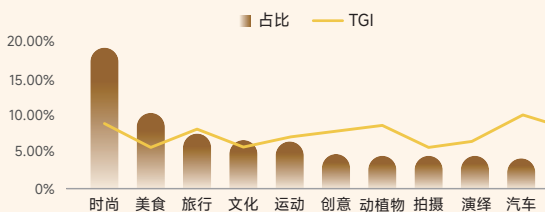
年龄分布



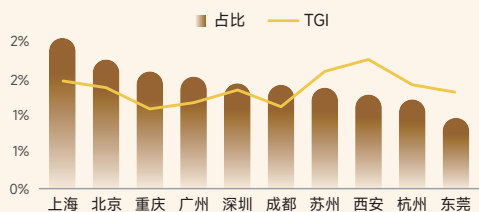
性别分布



用户兴趣



地域分布



数据来源：巨量算数-算数指数“送老公”-人群画像，2022年7月-2023年6月

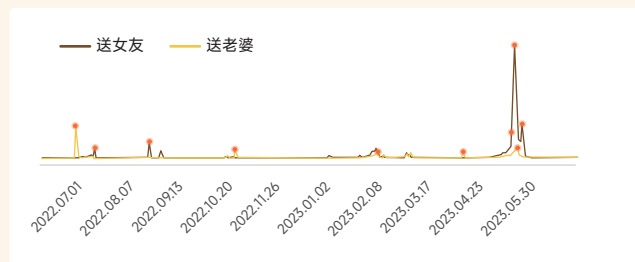
场景二：送礼

送女友/老婆

相关话题

节点场景

在“送女性”礼物场景下，“送女友”关键词在520前夕的搜索量增至全年最高，2023年5月18日当天，“520项链送女友”成当日热门搜索，表明在 520 这个特殊的日子选购礼物时，考虑送女友项链的人很多。



数据来源：巨量算数-算数指数“送女友/送老婆”，2022年7月-2023年6月

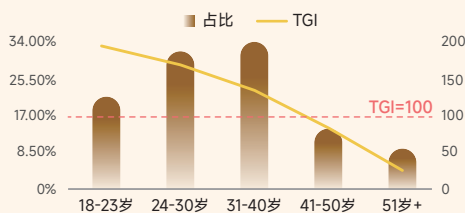


数据来源：巨量算数&算数电商研究院，2022年7月-2023年6月

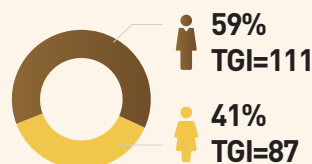


人群画像

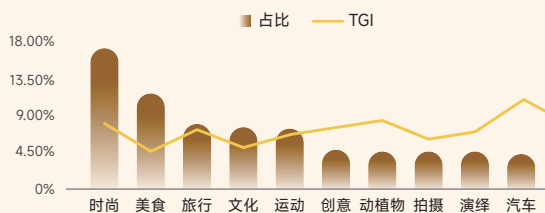
年龄分布



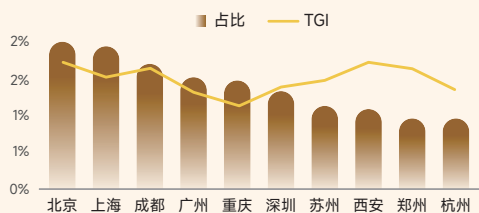
性别分布



用户兴趣



地域分布



数据来源：巨量算数-算数指数“送老婆”-人群画像，2022年7-2023年6月

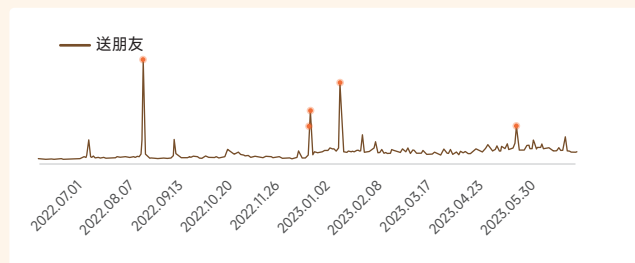
场景二：送礼

送朋友/同学

相关话题

节点场景

在“送朋友”礼物场景下，“送朋友”开学季，9月8日搜索量增至全年最高，许多人会选择在这个时候送礼物给朋友以表示关心；另一个重要节点为春节时间段，“新年送朋友”成热门搜索。



数据来源：巨量算数-算数指数“送朋友”，2022年7月-2023年6月

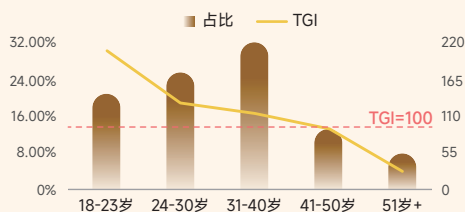


数据来源：巨量算数&算数电商研究院，2022年7月-2023年6月

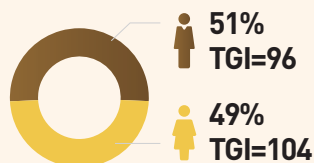


人群画像

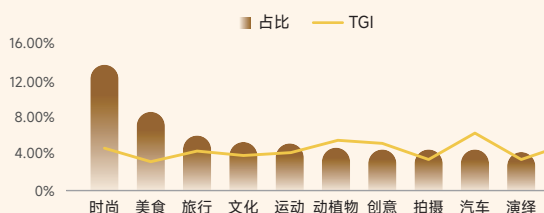
年龄分布



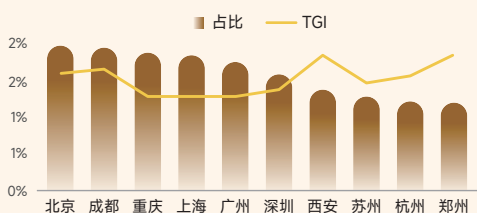
性别分布



用户兴趣



地域分布



数据来源：巨量算数-算数指数“送朋友”-人群画像，2022年7-2023年6月

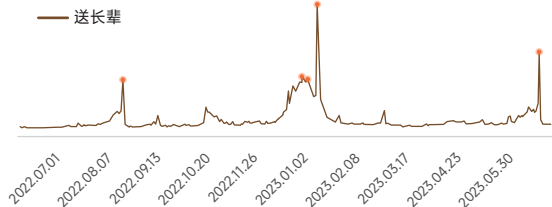
场景二：送礼

送长辈

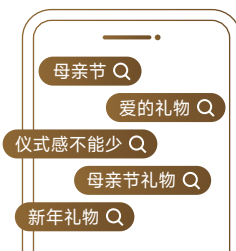
在“送长辈”礼物场景下，母亲节、新年、中秋作为重要的节点，送上一份精心挑选的礼物，如送长辈珠宝首饰品是一种很好的表达关心和敬意的方式。

相关话题

节点场景



数据来源：巨量算数-算数指数“送长辈”，2022年7月-2023年6月

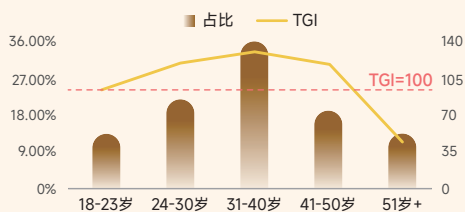


数据来源：巨量算数&算数电商研究院，2022年7月-2023年6月

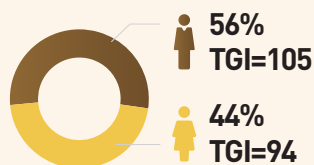


人群画像

年龄分布



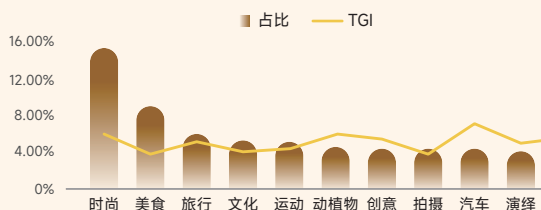
性别分布



数据来源：巨量算数-算数指数“送长辈”-人群画像，2022年7-2023年6月

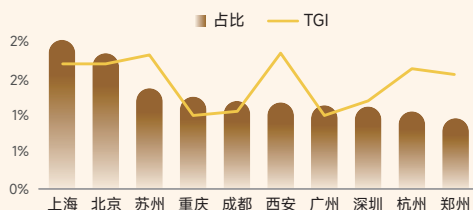
人群画像

用户兴趣



数据来源：巨量算数-算数指数“送长辈”-人群画像，2022年7-2023年6月

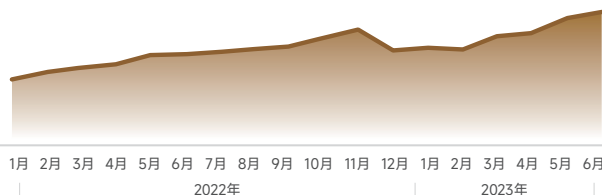
地域分布



聚集用户、商家、达人的珠宝首饰内容生态逐渐成熟，短直配合充分放大行业优势

在抖音，珠宝首饰用户需求与日俱增，平台内容快速发展，视频内容质量、话题丰富性、直播模式上不断升级。2022年珠宝首饰行业达人数量持续上升，在2023年初虽然有短暂下滑，3月后又恢复到去年最高值，继续平稳增长。

抖音珠宝首饰行业达人数量



数据来源：巨量算数&算数电商研究院，2022年1月-2023年6月
说明：达人数量为累计值

抖音珠宝首饰行业优秀达人及内容示例

古法金

@疯狂小杨哥 粉丝量：**9999万+**



获赞量：**9.4亿**

搞笑短视频创作者，深受网友的喜爱，直播间幽默有趣，内容形式别出心裁，深受网友喜爱。

黄金饰品

@琦儿Leo 粉丝量：**532.3万**



获赞量：**1306.7万**

全品类带货主播，时尚热点、珠宝搭配、美妆护肤等一网打尽，提供前沿种草内容。

珍珠穿搭

@泉腾腾 粉丝量：**89.5万**



获赞量：**221.0万**

2022年度抖音宝藏达人奖，珠宝行业领域达人，对行穿戴搭配、珠宝文化内涵、购买注意事项有独到见解。

设计师珠宝

@龙梓嘉 粉丝量：**94.5万**



获赞量：**797.5万**

95后珠宝设计师，坚持中国传统美学风格设计，日常分享珠宝保养、传递珠宝美学、普及真假鉴别，深耕珠宝领域。

黄金溯源

@黄圣依 粉丝量：**1662.4万**



获赞量：**6254.8万**

明星达人，全品类带货主播，明星人气效应成功吸引无数观众注意，而明星同款作为新的消费热点也吸引了大量消费者。

珍珠溯源

@东方甄选 粉丝量：**365.1万**



获赞量：**1792.0万**

东方甄选美好生活京润珍珠文化之旅溯源，全场以“博物馆”+“实景直播间”+“珠宝走秀”等多场景串联，单场破珍珠溯源记录。

数据来源：巨量算数&算数电商研究院，2023年8月

珠宝首饰趋势赛道版图

TREND TRACK MAP

赛道预测方向 ● 早期 ● 成长期 ● 成熟期

自然之悦钻石项链

金镶珠宝海螺珍珠项链

情缘K金项链

新疆紫牙乌手链

相影雅致耳环

晶莹剔透马贝珠耳环

星辰之链

珠宝焕新

海婆罗洲之光珍珠项链

节日金光海珠项链

节日之夜珍珠礼盒

醒目吸睛时尚款吊坠

永恒誓约钻石戒指

永恒誓约钻石手链

古韵碧玺挂坠

简约款利落耳钉

国潮文化新中式手镯

岁月情牵K金手链

星光熠熠银手链

宝璟星汉

时光美好镶钻闪耀K金手镯

时尚简约明星同款项链

纯天然水晶璀璨吊坠

阿富汗天然祖母绿

节日之光海蓝宝石DIY套装

自然之光水晶手饰

海南之夜宝石吊坠

绿色科技

清新简约发夹

森林漫步手链

浪漫闪耀培育钻首饰

自然之光淡水珍珠项链

典雅开口指环

气质经典轻奢银耳饰

月光婴语银手镯

压岁金

经典传承足金古法金饰

储蓄未来

创意财富银摆件

绽放誓约银戒

经典古法传承金

PART 02 趋势赛道精选名录



锚定2023趋势品类，预测赛道方向

早期：精选趋势赛道

● 早期 ● 成长期 ● 成熟期

合成（培育）钻石

所属板块
合成宝石



主题：绿色科技

指数总得分

85.37

核心震源：功能、场景

内容热度

51.36

关键词：订婚、求婚、结婚、金镶、纪念、18k、七夕

用户兴趣度

87.12

爆发月份：4、5、6、7、8月

市场消费潜力

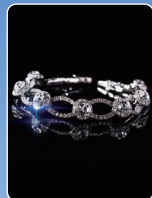
69.30

预测方向

结婚、求婚、（场景）+天然（功能）+幸福（情感）
➡“浪漫闪耀培育钻石首饰”

手链/手串（钻石）

所属板块
钻石首饰



主题：珠宝焕新

指数总得分

85.07

核心震源：功能、场景

内容热度

61.62

关键词：求婚、同款、结婚、18k、男女、金镶、新鲜感

用户兴趣度

44.25

爆发月份：2月

市场消费潜力

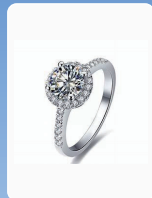
94.35

预测方向

18k、男女、金镶（功能）+结婚、求婚、同款（场景）+新鲜感（情感）
➡“永恒誓约钻石手链”

戒指/戒圈（钻石）

所属板块
钻石首饰



主题：珠宝焕新

指数总得分

80.96

核心震源：功能、场景

内容热度

88.42

关键词：订婚、求婚、结婚、金镶、纪念、18k、七夕

用户兴趣度

42.35

爆发月份：4、5、6、7、8月

市场消费潜力

73.52

预测方向

结婚、求婚、订婚、七夕（场景）+金镶、18k、纪念（功能）+回忆、诚信（情感）
➡“永恒誓约钻石戒指”

银手链

所属板块
银饰



主题：宝璟星汉

指数总得分

77.50

核心震源：功能、情感

内容热度

87.59

关键词：多宝、品质、招财、七夕、招财、富贵、享乐

用户兴趣度

73.05

爆发月份：2、12月

市场消费潜力

72.30

预测方向

七夕、富贵（场景）+多宝、品质、招财（功能）+享乐（情感）
➡“星光熠熠银手链”

马贝珠

所属板块
珍珠



主题：珠宝焕新

指数总得分

72.91

核心震源：功能、情感

内容热度

69.32

关键词：金镶、清冷、珍珠、天然、送礼、礼物

用户兴趣度

56.64

爆发月份：5月

市场消费潜力

75.32

预测方向

清冷（情感）+珍珠+金镶（功能）+送礼、礼物（场景）
➡“晶莹剔透马贝珠耳环”

颈饰/挂件/吊坠（水晶）

所属板块
天然水晶



主题：宝璟星汉

指数总得分

71.63

核心震源：功能、场景

内容热度

20.53

关键词：水晶、蜜蜡、精雕、天然、s925、节日、diy、能量

用户兴趣度

93.02

爆发月份：3、4月

市场消费潜力

86.34

预测方向

水晶、天然、s925（功能）、节日、DIY（场景）+能量（情感）
➡“纯天然水晶璀璨吊坠”

黑色海水珍珠/大溪地珍珠

所属板块
珍珠



主题：珠宝焕新

指数总得分

65.33

核心震源：功能、场景

内容热度

60.07

关键词：节日、同款、礼盒、金镶、天然、18K、清冷

用户兴趣度

37.53

爆发月份：5月

市场消费潜力

82.79

预测方向

金镶、天然、18K（功能）+礼盒、节日、同款（场景）
➡“节日之夜黑珍珠礼盒”

海蓝宝石

所属板块
彩色宝石/贵重宝石



主题：绿色科技

指数总得分

64.94

核心震源：场景、情感

内容热度

67.91

关键词：金镶、珠宝、s925、治愈、创造、diy、节日

用户兴趣度

58.10

爆发月份：1、2、12月

市场消费潜力

82.54

预测方向

节日、diy（场景）+金镶、珠宝、s925（功能）+治愈（情感）
➡“节日之光海蓝宝石DIY套装”

投资银

所属板块
银饰



主题：储蓄未来

核心震源：场景、情感

关键词：创造、摆件、礼品、收藏、把件、999

爆发月份：11月

预测方向

创造（情感）+摆件、礼品（场景）+收藏、把件、999（功能）➡“创意财富银摆件”

指数总得分

61.66

内容热度

59.27

用户兴趣度

78.54

市场消费潜力

73.75

古法金

所属板块
足金首饰（素款）



主题：储蓄未来

核心震源：功能、情感

关键词：长命锁、送人、婚礼、中国风、传承、足金、坚定、浪漫

爆发月份：6月

预测方向

中国风、传承、足金（功能）+长命锁、送人、婚礼（场景）+坚定、浪漫（情感）➡“经典传承足金古法金饰”

指数总得分

58.02

内容热度

26.38

用户兴趣度

92.40

市场消费潜力

78.60

k金手镯

所属板块
k金（素款）



主题：宝璟星汉

核心震源：场景、功能

关键词：平安、18k、珠宝、开口、情侣、惊喜

爆发月份：2、8月

预测方向

情侣（场景）+18K、珠宝、开口（功能）+惊喜（情感）➡“时光美好镶钻闪耀K金手镯”

指数总得分

51.89

内容热度

45.63

用户兴趣度

84.00

市场消费潜力

57.87

粉色海水珍珠/海螺珍珠

所属板块
珍珠



主题：珠宝焕新

核心震源：场景、功能

关键词：金镶、珠宝、diy、18k、白玉

爆发月份：5月

预测方向

金镶、diy（场景）+珠宝、18k、白玉（功能）➡“金镶珠宝海螺珍珠项链”

指数总得分

46.58

内容热度

51.11

用户兴趣度

66.46

市场消费潜力

43.58

成长期：精选趋势赛道

● 早期 ● 成长期 ● 成熟期

戒指（银饰）

所属板块
银饰



主题：储蓄未来

核心震源：场景、功能

关键词：求婚、情侣、开口、男士、男款、结婚、朴素

爆发月份：1、2、4、5、7月

预测方向

求婚、情侣、结婚（场景）+开口、男士、男款（功能）+朴素（情感）➡“绽放誓约银戒”

指数总得分

93.96

内容热度

87.39

用户兴趣度

86.17

市场消费潜力

99.48

手镯（非银）

所属板块
手镯



主题：宝璟星汉

核心震源：功能、场景

关键词：老坑、中国风、装饰、送亲人、汉服、送闺蜜、自在、勇气

爆发月份：2月

预测方向

老坑、中国风、装饰（功能）+送亲人、汉服、送闺蜜（场景）+自在、勇气（情感）➡“国潮文化新中式手镯”

指数总得分

93.96

内容热度

87.39

用户兴趣度

86.17

市场消费潜力

99.48

祖母绿

所属板块
彩色宝石/贵重宝石



主题：绿色科技

核心震源：功能、场景

关键词：阿富汗、金镶、天然、18k、diy、礼物、放松、治愈

爆发月份：1、2月

预测方向

阿富汗、金镶、天然、18k（功能）+diy、礼物（场景）+放松、治愈（情感）➡“阿富汗天然祖母绿”

指数总得分

89.72

内容热度

83.45

用户兴趣度

82.28

市场消费潜力

95.00

手饰（水晶）

所属板块
天然水晶



主题：绿色科技

核心震源：场景、功能

关键词：水晶、送朋友、送长辈、DIY、多宝、天然、能量

爆发月份：3、4月

预测方向

水晶、多宝、天然（功能）+送朋友、送长辈、DIY（场景）+能量（情感）➡“自然之光水晶手饰”

指数总得分

79.50

内容热度

73.94

用户兴趣度

72.91

市场消费潜力

84.17

颈饰挂件 吊坠（钻石）

所属板块
钻石首饰



主题：珠宝焕新

核心震源：功能、场景

关键词：自带、金镶、18k、悦己、情人节、惊喜、精美

爆发月份：2、7、8月

预测方向

自带、金镶、18k（功能）+情人节、悦己、生日（场景）+惊喜、精美（情感）➡“自然之悦钻石项链”

指数总得分

77.07

内容热度

71.68

用户兴趣度

70.68

市场消费潜力

81.60

银耳饰

所属板块
银饰



主题：储蓄未来

核心震源：场景、功能

关键词：无耳洞、同款、纯银、简约、中国风、s925、汉服

爆发月份：2、4月

预测方向

无耳洞、纯银、简约、中国风、s925（功能）+同款、汉服（场景）➡“气质经典轻奢银耳饰”

指数总得分

62.51

内容热度

58.14

用户兴趣度

57.33

市场消费潜力

66.19

手镯（银饰）

所属板块
银饰



主题：储蓄未来

核心震源：功能、场景

关键词：满月、婴儿、开口、平安、纯银、送闺蜜、朴素、传统

爆发月份：5、12月

预测方向

开口、平安、纯银（功能）+满月、婴儿、送闺蜜（场景）+朴素、传统（情感）➡“月光婴语银手镯”

指数总得分

55.74

内容热度

51.84

用户兴趣度

51.12

市场消费潜力

59.02

紫牙乌/石榴石

所属板块
彩色宝石/贵重宝石



主题：珠宝焕新

核心震源：功能、场景

关键词：新疆、和田玉、碧玉、宝宝、本命年、诚信、信赖

爆发月份：3、4月

预测方向

新疆、和田玉、碧玉（功能）+宝宝、本命年（场景）+诚信、信赖（情感）➡“新疆紫牙乌手链”

指数总得分

53.64

内容热度

49.89

用户兴趣度

49.19

市场消费潜力

56.79

k金手链/手串

所属板块
k金（素款）



主题：宝璟星汉

核心震源：功能、场景

关键词：送对象、本命年、情侣、好看、18K

爆发月份：2、8月

预测方向

18k（功能）+送对象、本命年、情侣（场景）+好看（情感）➡“岁月情牵K金手链”

指数总得分

49.57

内容热度

46.11

用户兴趣度

45.46

市场消费潜力

52.49

金色海水珍珠

所属板块
珍珠



主题：珠宝焕新

核心震源：场景、功能

关键词：富贵、金镶、天然、节日、礼盒、珍珠

爆发月份：5月

预测方向

金镶、珍珠、天然（功能）+富贵、礼盒、节日（场景）➡“节日金光海珠项链”

指数总得分

47.74

内容热度

44.40

用户兴趣度

43.78

市场消费潜力

50.55



成熟期：精选趋势赛道

● 早期 ● 成长期 ● 成熟期

耳环（非银饰）

所属板块
耳饰



主题：珠宝焕新

指数总得分

94.23

核心震源：场景、功能

内容热度

97.23

关键词：无耳洞、典雅、新款、同款、礼盒、个性

用户兴趣度

91.34

爆发月份：2、4月

市场消费潜力

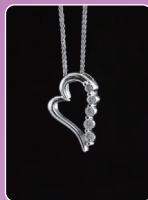
94.56

预测方向

无耳洞、典雅+新款（功能）+同款、礼盒（场景）+个性（情感）➡“相影雅致耳环”

银项链/吊坠（银饰）

所属板块
银饰



主题：珠宝焕新

指数总得分

92.10

核心震源：场景、功能

内容热度

82.57

关键词：纯银、新款、999、代言、七夕、生日、浪漫

用户兴趣度

98.60

爆发月份：2、3、4、5、7月

市场消费潜力

71.37

预测方向

纯银、新款、999、（功能）+七夕、代言、生日（场景）+浪漫（情感）➡“星辰之链”

古法金

所属板块
足金首饰（素款）



主题：储蓄未来

指数总得分

89.50

核心震源：场景、功能

内容热度

30.12

关键词：婚嫁、三金、传承、古法、回忆

用户兴趣度

83.18

爆发月份：2、6、8月

市场消费潜力

93.53

预测方向

婚嫁、三金（场景）+传承、古法（功能）+回忆（情感）➡“经典古法传承金”

淡水珍珠

所属板块
珍珠



主题：绿色科技

指数总得分

85.06

核心震源：场景、功能

内容热度

67.28

关键词：送自己、珍珠、s925、礼盒

用户兴趣度

55.53

爆发月份：5月

市场消费潜力

92.73

预测方向

送自己、礼盒（场景）+珍珠、s925（功能）➡“自爱之光淡水珍珠项链”

红宝石/蓝宝石

所属板块
彩色宝石/贵重宝石



主题：绿色科技

指数总得分

84.60

核心震源：功能、场景

内容热度

71.48

关键词：缅甸、海南、金镶、原石、天然、diy

用户兴趣度

62.38

爆发月份：1、2、3、5、7月

市场消费潜力

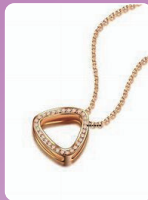
88.75

预测方向

缅甸、海南、金镶、原石、天然（功能）+diy（场景）➡“海南之夜宝石吊坠”

颈饰/挂件/吊坠（K金）

所属板块
K金（素款）



主题：珠宝焕新

指数总得分

82.73

核心震源：功能、场景

内容热度

95.87

关键词：18k、时尚、情人节、节日

用户兴趣度

41.58

爆发月份：5、7、8月

市场消费潜力

55.42

预测方向

18k+时尚（功能）+情人节、节日（场景）➡“情缘K金项链”

碧玺

所属板块
彩色宝石/贵重宝石



主题：宝璟星汉

指数总得分

77.97

核心震源：功能、场景

内容热度

65.88

关键词：碧玺、金镶、diy、情人节

用户兴趣度

57.49

爆发月份：1、2、7、8、9、10月

市场消费潜力

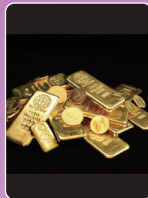
81.80

预测方向

碧玺、金镶（功能）+diy、情人节（场景）➡“古韵碧玺挂坠”

投资金

所属板块
投资贵金属



主题：储蓄未来

指数总得分

76.42

核心震源：情感、功能

内容热度

64.57

关键词：家国、享受、投资、收藏、馈赠、纪念、送礼

用户兴趣度

56.35

爆发月份：11月

市场消费潜力

80.17

预测方向

家国、享受（情感）+投资、收藏、纪念、馈赠（功能）+送礼（功能）➡“压岁金”

手链（非银）

所属板块
手链



主题：绿色科技

指数总得分
75.44

核心震源：功能、场景

内容热度
63.74

关键词：手持、多宝、汉服、
本命年、能量

用户兴趣度
55.63

爆发月份：2、11月

市场消费潜力
79.14

预测方向

手持、多宝（功能）+汉服、本命年（场景）+能量（情感）➡“森林漫步手链”

白色海水/Akoya/
澳白珍珠

所属板块
珍珠



主题：珠宝焕新

指数总得分
72.79

核心震源：场景、功能

内容热度
51.79

关键词：海南、珍珠、金镶、18k、
s925、送女友、送礼

用户兴趣度
61.27

爆发月份：2、5、7、8、9月

市场消费潜力
78.92

预测方向

海南、珍珠、金镶、18k、s925（功能）+送女友、送礼（场景）➡“海婆罗洲之光珍珠项链”

戒指/指环（非银）

所属板块
戒指/指环



主题：绿色科技

指数总得分
64.51

核心震源：功能、场景

内容热度
54.51

关键词：开口、典雅、送闺蜜、
求婚、情侣

用户兴趣度
47.57

爆发月份：2、4、12月

市场消费潜力
67.67

预测方向

开口、典雅（功能）+送闺蜜、求婚、情侣（场景）➡“典雅开口指环”

耳钉（非银饰）

所属板块
耳饰



主题：宝璟星汉

指数总得分
63.38

核心震源：场景、功能

内容热度
53.56

关键词：悦己、同款、无耳洞、
装饰、简约、时尚

用户兴趣度
46.74

爆发月份：2月

市场消费潜力
66.49

预测方向

悦己、同款（场景）+无耳洞、装饰、简约、时尚（功能）➡“简约款利落耳钉”

发夹

所属板块
发饰



主题：绿色科技

指数总得分
63.04

核心震源：场景、功能

内容热度
53.26

关键词：diy、水晶、新款、简约、
慵懒

用户兴趣度
46.48

爆发月份：7月

市场消费潜力
66.13

预测方向

水晶、新款、简约（功能）+diy（场景）+慵懒（情感）➡“清新简约发夹”

项链（非银饰）

所属板块
项链



主题：宝璟星汉

指数总得分
54.19

核心震源：功能、场景

内容热度
43.14

关键词：装饰、新款、时尚、悦己、
同款、个性、简单

用户兴趣度
64.00

爆发月份：2、4、7月

市场消费潜力
93.17

预测方向

装饰、新款、时尚（功能）+悦己、同款（场景）+个性、简单（情感）➡“时尚简约明星同款项链”

项坠/吊坠（非银）

所属板块
项坠/吊坠



主题：珠宝焕新

指数总得分
53.19

核心震源：场景、功能

内容热度
44.94

关键词：新款、时尚、简约、同款、
diy、挂件

用户兴趣度
39.22

爆发月份：2、11月

市场消费潜力
55.80

预测方向

新款、时尚、简约、（功能）+同款、diy、挂件（场景）➡“醒目吸睛时尚款吊坠”

④ 信号1：“珠宝焕新”从传统到个性，情感与创意并重



抖音平台 # 珠宝首饰 话题累计视频播放量达

531.6亿

趋势解读：

越来越多的人开始将珠宝视为表达个性、情感和创意的方式，这推动了珠宝行业的升级和创新。新的设计理念、材质选择以及与消费者互动的方式都在重新定义传统的珠宝概念，创造出与众不同的珠宝体验。

趋势特点：

1 “传统贵族”变身“个性创造者”：人们开始寻求与自己独特个性和故事相关联的珠宝设计，而不再局限于传统的宝石和款式。定制化、手工艺以及独特的设计成为人们选择珠宝的重要因素，从而塑造了他们独特的“个性创造者”形象。

2 深入的情感体验，创意与珠宝相融：情感因素在珠宝行业变得更加重要。人们追求与珠宝背后的故事、意义和情感共鸣，从而创造出更具有深度和内涵的作品。珠宝不再只是美丽的装饰，更是情感和记忆的载体。

④ 信号2：“绿色源头、科技创新”引领珠宝行业向更高价值发展



抖音平台 # 培育钻 话题累计视频播放量达

1760.5亿次

趋势解读：

当前的环保主流趋势下，珠宝行业也开始朝着绿色源头探索，也就是追求珠宝的原料、加工和销售环节都符合环保理念，比如推广再生金和矿石追溯等方式，提供消费者透明的供应链信息。同时，科技的引入使珠宝展示和购买方式新颖而便捷，如VR实体展示、在线购买等方式，这也使珠宝行业的消费群体进一步向年轻化扩展。

趋势特点：

1 科技与珠宝融合：3D 打印技术使得珠宝生产更加精细，也使大众能够接触到更多高精度的设计。VR/AR 技术则可以提供更为生动的购物体验，使消费者在购买前可以尝试和比较不同的珠宝。

2 绿色可持续观念：现代消费者特别是年轻的消费者们越来越在意珠宝品牌的环保和社会责任行为。他们更愿意购买和推荐那些具有环保理念，使用再生材料，关注矿工权益，甚至制造有机珠宝的品牌。

信号1：“珠宝焕新”从传统到个性，情感与创意并重

赛道案例1：“古法金”的复兴：珠宝行业的传统与创新的融合

赛道案例1 古法金

古法金搜索量增速

行业搜索增速

787.7% **80.5%**

数据来源：巨量算数&算数电商研究院，
2022.7-2023.6 vs 2021.7-2022.6

2022.7月-2023.6月
抖音“古法金”搜索量趋势

7月 8月 9月 10月 11月 12月 1月 2月 3月 4月 5月 6月
2022年 2023年

预测方向：经典传承足金古法金饰

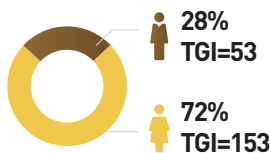
爆发月份：2月、6月、8月



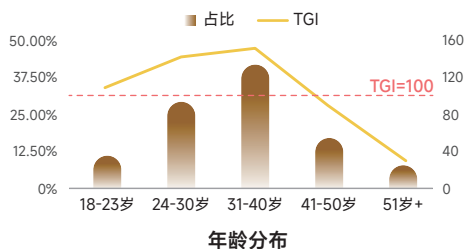
趋势解读：

“古法金”以其独特的制作方式和工艺在珠宝行业内独树一帜，尤其是其中的“古法金”案例，成为了传统与创新结合的代表。“古法金”对金的原料、配料以及熔炼、拉丝、编织等步骤要求严苛，依据古法制作，以人工精制的工艺制作而成，珠宝首饰精美古朴，质地细腻。与普通金饰相比，古法金饰更耐磨，色泽亦更鲜亮。“古法金”的出现，无疑也是珠宝行业发展的一个新趋势，更符合了消费者对个性化、诚实公平的需求。因此，可以看出，珠宝行业已经从过去的“贵而无用”转变为了现在的“贵而有用”的理念，而这一变化也正是市场需求对行业所造成的推动。

赛道核心人群画像



性别分布



年龄分布

排名	城市	排名	城市
1	上海	6	成都
2	北京	7	西安
3	广州	8	重庆
4	深圳	9	郑州
5	苏州	10	东莞

地域分布

数据来源：巨量算数官网-算数指数-人群画像，2023年8月

核心功能需求

- 传承
价值与历史
- 古法
工艺独特，质地上乘
- 中国风
吉祥安详

核心场景需求

- 礼物
诚挚的礼物
- 生日
纪念日的亮点
- 婚礼
双方的承诺

核心情感需求

- 浪漫
浪漫情感，光彩夺目
- 坚定
独特的美，引人入胜
- 满意
精心打造，求之不得

概念方向：大师精造、国潮IP化、个性定制、福禄寿喜



非遗古法金丝花



古法黄金吊坠



古法黄金手镯

古法金赛道解读：该赛道抖音搜索量同比增长787.7%，远高于行业整体水平。该赛道的兴趣群体以31-40岁的女性为主，主要分布地区涵盖多个一线城市。随着消费者日益关注珠宝首饰的价值和公平性，定古法金应运而生，得到了消费者的欢迎和接纳。古法金未来趋势方向旨在提供优质的商品，公平的价格，同时也在设计、工艺上进行创新以满足消费者独特的个性化及情感需求。

赛道案例2：“璀璨恒久”的心头好，定制的爱之石

赛道案例2

钻石颈饰

裸钻搜索量增速

23.6%

行业搜索增速

80.5%

数据来源：巨量算数&算数电商研究院，
2022.7-2023.6 vs 2021.7-2022.6

2022.7月-2023.6月
抖音“钻石颈饰/挂件/吊坠”的搜索量趋势

7月 8月 9月 10月 11月 12月 1月 2月 3月 4月 5月 6月
| 2022年 | 2023年 |

爆发月份：2月、7月、8月

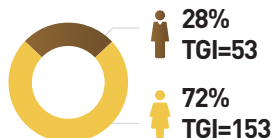
预测方向：自然之悦钻石项链



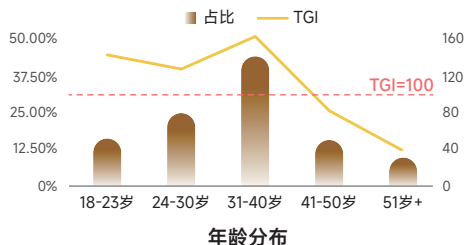
趋势解读：

随着技术的进步，钻石定制服务也愈发成熟与精致，这些钻石经过精准切割和精心打磨，璀璨夺目，典雅华贵。此外，根据客户的不同需求，市面上涌现出了各种类型的定制服务，从单钻钻戒到家族珍藏、从简易吊坠到豪华头饰，这些产品为顾客提供了个性化的定制体验，确保客户能够尽享“定制”的乐趣，实现“独一无二”。钻石本身就是对爱情的守护和象征，而定制的钻石吊坠更是为了适应每个人对爱情的独特理解和表达，展现“璀璨恒久”的特质。

赛道核心人群画像



性别分布



年龄分布

排名	城市	排名	城市
1	北京	6	深圳
2	上海	7	苏州
3	广州	8	西安
4	成都	9	杭州
5	重庆	10	武汉

地域分布

数据来源：巨量算数官网-算数指数-人群画像，2023年8月

核心功能需求



自带
尊贵璀璨全然展现



金镶
巧妙设计焕发光彩



18k
别致魅力瞬间释放

核心场景需求



悦己
赏心悦目，为自己的美丽加分



情人节
温馨惊喜无限



生日
体现心意，表达情谊

核心情感需求



惊喜
惊喜感动，喜悦之情



自由
尽显风度，彰显自由



喜悦
美丽艳丽，喜悦满溢

概念方向：尊贵气质，精致工艺，艳丽华美的钻石项链

趋势代表商品：

周大福玫瑰白18k金镶钻石项链，深受消费者的喜爱和好评。设计新颖，钻石与金镶的搭配既保持了传统的尊贵气质，又赋予了新时代时尚气息。无论是自用还是赠送，都是一个不错的选择。



时尚设计



钻石包镶



高端配色

钻石颈饰/挂件/吊坠赛道解读：该赛道抖音搜索量同比增长23.6%。该赛道的兴趣群体以31-40岁的女性为主，主要分布地区涵盖多个一线城市。随着消费者消费升级，对珠宝首饰尤其是钻石项链的需求和喜好也在持续增长。在抖音等社交平台的推动下，珠宝首饰，尤其是钻石项链的关注度和讨论度也在提升。消费者对钻石项链的需求不只是珍贵和瑰丽，更注重个性和情感的体现。金镶钻石、玛瑙搭配等特色设计，以及结合传统与时尚的元素，使得钻石项链更具魅力。

赛道案例3：“紫夜低语”的紫牙乌，释放魅力与神秘

赛道案例3 紫牙乌/ 石榴石

紫牙乌/石榴石
搜索量增速

90.7%

数据来源：巨量算数&算数电商研究院，
2022.7-2023.6 vs 2021.7-2022.6

行业搜索增速

80.5%

2022.7月-2023.6月
抖音“紫牙乌”的搜索量趋势

7月 8月 9月 10月 11月 12月 1月 2月 3月 4月 5月 6月
| 2022年 | 2023年 |

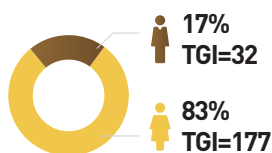
爆发月份：1、12月

预测方向：新疆紫牙乌手链

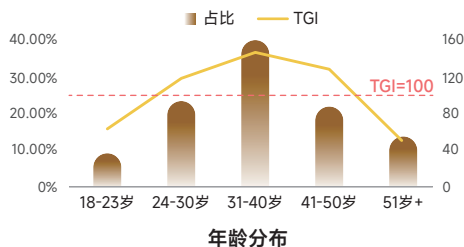
趋势解读：

紫牙乌被视为内心力量的象征，代表了坚韧和决心。其紫色闪烁的光芒犹如深夜的微光，照亮了前进的路。设计师通过精致的工艺，巧妙的设计，使这种罕见的宝石更加动人心魄，每一款珠宝都是个性化的艺术品。消费者可以选择定制自己的“紫牙乌”珠宝——成为自己故事的创造者。每件“紫牙乌”珠宝都能代表着消费者自己的个性、感情和记忆，每一个细节都与他们的故事息息相关，为消费者带来深入且独特的情感体验。“紫牙乌”系列珠宝提供了一种情感的共鸣，它们不仅是精美的装饰，更是消费者情感活动和记忆的载体。设计旨在提供宽广的创造空间，让消费者能够将自己的情感和个性融入珠宝中，创造出真正属于自己的珠宝。

赛道核心人群画像



性别分布



年龄分布

排名	城市	排名	城市
1	广州	6	天津
2	武汉	7	苏州
3	北京	8	邯郸
4	上海	9	合肥
5	成都	10	南阳

地域分布

数据来源：巨量算数官网-算数指数-人群画像，2023年8月

核心功能需求



新疆
新疆钻石，赠人体现



和田玉
和田玉链，我国独有



碧玉
碧玉镶嵌，华丽色彩

核心场景需求



送朋友
珍贵的礼物，表达友谊之深



宝宝
初生，赠以寓意祝福



本命年
把好运气带在身边

核心情感需求



归属
显露自我



信赖
保持信心，无畏前行



友谊
庄重表达，友谊永恒

概念方向：紫牙乌手链、和田玉紫牙乌手链



紫牙乌手链



和田玉紫牙乌手链



碧玉紫牙乌吊坠

紫牙乌/石榴石赛道解读：该赛道抖音搜索量同比增长90.7%，高于行业整体水平。目标消费人群女性为主，男性占比17%，女性占比83%，其中一线城市的31-40岁人群占比较大。随着人们生活品质的要求提高，珠宝首饰的多样性以及其小巧轻便，越来越受到人们的打破。以宝石饰品作为礼物赠送，特别是纪念生日、结婚、庆祝节日等重要日子，已经逐渐成为一种流行趋势。紫牙乌市场正处在上升期，预计未来几年将有巨大的市场空间。

信号2：“绿色源头、科技创新”引领珠宝行业向更高价值发展

赛道案例1：培育钻的兴起：珠宝行业的未来发展

赛道案例1 培育钻

培育钻搜索量增速

690.0%

行业搜索增速

80.5%

数据来源：巨量算数&算数电商研究院，
2022.7-2023.6 vs 2021.7-2022.6

2022.7月-2023.6月
抖音“培育钻”的搜索量趋势

7月 8月 9月 10月 11月 12月 1月 2月 3月 4月 5月 6月
2022年 2023年

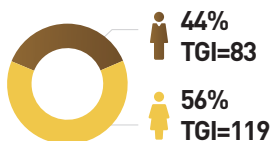
预测方向：浪漫闪耀培育钻首饰

爆发月份：4、8、12月

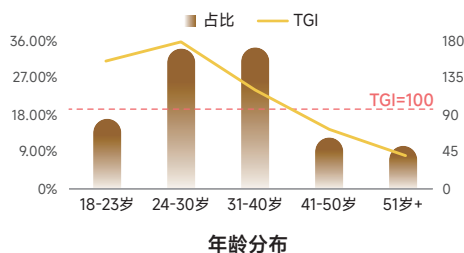
趋势解读：

近年来，合成钻石的技术取得了显著的进步，这种新方法完全模拟了自然的钻石形成过程，能够培育出和天然钻石在物理、化学性质上相同的产品。而且，合成钻石有其独特优势，它的制造过程更符合环保原则，能源消耗更低，同时避免了在传统采矿过程中可能对环境和人权造成的伤害。这些完全由人工合成的钻石不仅在硬度、光学性能和化学构造方面与天然矿石无异，甚至在品质上还超过了很多天然钻石。此外，智能科技的运用也使得合成钻石行业的发展更加高效和科学。通过机器学习和大数据挖掘，我们可以优化钻石的生长条件，制造出质量更稳定、品质更高的产品。总的来说，合成钻石无疑是珠宝行业的一个重要趋势，其产品的环保和社会公益优势，以及与天然钻石不相上下的品质，使得其市场前景广阔。这种利用科技手段保护环境资源，同时改善产品品质的创新表现，必将在未来的珠宝行业中占据越来越重要的地位。

赛道核心人群画像



性别分布



年龄分布

排名	城市	排名	城市
1	上海	6	成都
2	深圳	7	重庆
3	北京	8	杭州
4	广州	9	苏州
5	郑州	10	武汉

地域分布

数据来源：巨量算数官网-算数指数-人群画像，2023年8月

核心功能需求



钻石
珍贵，象征永恒



天然
真实无虚



克拉
尺寸匀称，光泽璀璨

核心场景需求



悦爱
永恒的爱



求婚
象征真切之心



婚戒定制
独一无二

核心情感需求



悦己
自我犒赏，精致生活



价格对比
物有所值

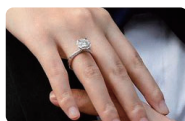


太火
潮流热点，引领时尚

概念方向：价格优势，纯度高，悦己消费



轻薄舒适



时尚设计

培育钻赛道解读：搜索量同比增长690.0%，这一增长率远超过珠宝行业的整体增长速度，兴趣群体以女性为主，31-40岁人群占比高，用户集中在南方城市。培育钻石凭借其独特的产品特性，在珠宝行业中脱颖而出，引起越来越多消费者的关注。尤其是在年轻、敢于尝试新事物的女性群体中，其市场潜力巨大。随着大众对可持续、环保审美以及科技的深入理解，未来此项技术或将在珠宝行业中发挥更大的作用，值得各大珠宝品牌高度关注并积极布局。

赛道案例2：红宝石/蓝宝石的科技革新，珠宝业的“绿色革命”

赛道案例2

红/蓝宝石

红/蓝宝石
搜索量增速

142.7% 80.5%

数据来源：巨量算数&算数电商研究院，
2022.7-2023.6 vs 2021.7-2022.6

行业搜索增速

2022.7月-2023.6月
抖音“红/蓝宝石”的搜索量趋势



预测方向：海南之夜宝石吊坠

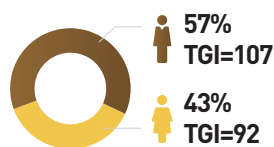
爆发月份：1月、2月、3月、5月、7月



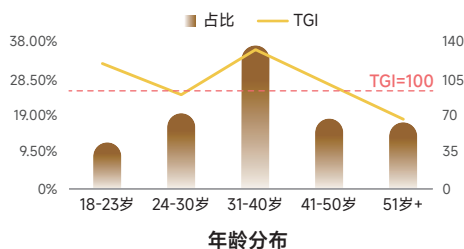
趋势解读：

随着现代技术的进步，红宝石/蓝宝石在珠宝行业中的应用也更加精细和多样。珠宝业开始大规模引入3D打印技术，使得红宝石/蓝宝石饰品的生产更为精细，生动的细节充分展示出宝石的独特魅力。此外，VR/AR技术的引入更为消费者带来了生动的购物体验。同时，珠宝行业也不断努力走向绿色化和可持续化。积极采用再生材料，在确保美观的基础上也兼顾环保和社会责任。各大品牌纷纷推出使用回收金属和可持续地采矿所得的红宝石/蓝宝石的珠宝产品，实现更绿色更美好的世界尽一份力。这种结合现代科技与环保理念的珠宝行业发展趋势，无疑是对传统珠宝行业的一种革新，也是对消费者的一种新的吸引。

赛道核心人群画像



性别分布



年龄分布

排名	城市	排名	城市
1	北京	6	杭州
2	深圳	7	成都
3	广州	8	天津
4	上海	9	重庆
5	苏州	10	温州

地域分布

数据来源：巨量算数官网-算数指数-人群画像，2023年8月

核心功能需求

- 缅甸 高品质的红蓝宝石
- 海南 自然矿物的魅力
- 天然 高品质，纯天然

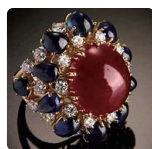
核心场景需求

- diy 自我表达，个性化
- 摆件 美化环境，摆件的魅力
- 挂件 精美饰品，时尚元素

核心情感需求

- 归属 宝石收藏家
- 治愈 心灵的宁静、治愈的力量
- 真实性 可信赖

概念方向：缅甸原产、海南矿场采购、精美镶嵌、精致好物



熔焰法
合成红宝石



镶嵌
红/蓝宝石

红/蓝宝石赛道解读：搜索量同比增长142.7%，远高于行业整体，兴趣群体以男性为主，31-40岁人群占比高，用户集中在一线和沿海城市。随着生活质量提高和对自然休闲需求增加，高品质红蓝宝石和其相关产品如摆件、挂件在未来将更受欢迎。此外，在技术创新、产品多样化、个性化定制和环保可持续发展等方向，这个领域将有广阔的市场前景。

赛道案例3：“绿意盎然”的淡水珍珠，源自大自然的美丽珍宝

赛道案例3 淡水珍珠

淡水珍珠
搜索量增速

行业搜索增速

163.6% 80.5%

数据来源：巨量算数&算数电商研究院，
2022.7-2023.6 vs 2021.7-2022.6

2022.7月-2023.6月
抖音“淡水珍珠”的搜索量趋势

7月 8月 9月 10月 11月 12月 1月 2月 3月 4月 5月
2022年 2023年

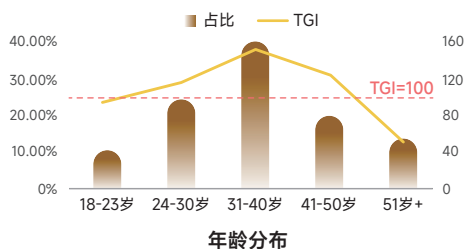
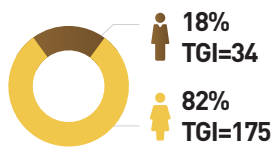
预测方向：自然之悦淡水珍珠项链

爆发月份：2月、5月、7月、8月、9月

趋势解读：

伴随着绿色可持续观念的兴起，源自大自然的淡水珍珠备受珠宝行业及消费者青睐。与海水珍珠相比，淡水珍珠的制作过程更加环保友好：它们主要产于淡水环境，不仅减少了海洋生态环境的破坏，同时在成长过程中也没有加入任何人工色素或填充剂，是真正的自然之美。以此为理念，淡水珍珠系列含各款淡水珍珠首饰，如项链、手链、耳环等，而且每一款产品都有专属的QR码，消费者扫描后可以看到珍珠的生长过程及相关环保信息，进一步增进消费者对产品的认知和信任。旨在满足消费者对于绿色环保、社会责任和持续性消费的需求，同时也展示出淡水珍珠独特的美，让每一个佩戴者都能感受到源自大自然的恬静和美丽。

赛道核心人群画像



排名	城市	排名	城市
1	北京	6	重庆
2	上海	7	深圳
3	苏州	8	广州
4	杭州	9	西安
5	成都	10	武汉

地域分布

数据来源：巨量算数官网-算数指数-人群画像，2023年8月

核心功能需求



天然
天然，质地柔润而通透



传家
情感诉求，带动情感的连接



珍珠
情感诉求，带动情感的连接

核心场景需求



礼盒
情感诉求，带动情感的连接



送自己
自我奖励，爱惜自己



爱自己
展现个人魅力

核心情感需求



冷峻
凸显佩戴者独特的气质



亢奋
快乐甚至亢奋的情绪



联结
家族传家宝

概念方向：天然美丽、现代时尚元素



18k金淡水珍珠满天星项链



淡水珍珠
双层手链



天使之泪
淡水珍珠项链

淡水珍珠赛道解读：该赛道抖音搜索量同比增长163.6%，远高于行业整体水平。该赛道的兴趣群体以31-40岁的女性为主，主要分布地区涵盖多个一线城市。随着社会经济的快速发展，消费者的消费观念和消费行为正发生着深刻变化。他们不再只满足于珍珠的物质价值，更加重视的是其天然、独特、有情感的属性。在这个基础之上，配以精致的设计、细致的工艺，或是结合了传统和时尚元素的珍珠项链，更能触动消费者的购买欲望。比如结合现代技术的微镶工艺，使得淡水珍珠更显独特，体现出每一个女性的独立与自信。消费者对珍珠项链需求的日益升级，天然、独特、有情感的淡水珍珠项链在赛道上已经站稳脚跟，并对未来的珠宝首饰市场发展产生着深远影响。

信号3：“宝璟星汉”，珠宝行业与国潮的碰撞之火



抖音平台 # 国潮 话题累计视频播放量达

66.7亿次

趋势解读：

随着国家弘扬传统文化的步伐推进，珠宝行业正逐步融入国潮元素。国潮在年轻人群中所引起的热潮使得珠宝行业开始采用极富东方特色的元素，如福字、龙凤、花卉、飞禽走兽等进行设计，从而将传统美学与时尚潮流完美地结合在一起。

趋势特点：

1

传统符号的现代再造：在现代设计中，传统符号在保留其深深的文化底蕴的同时，加入更多的现代和时尚元素，使珠宝品牌能够在尊重传统的基础上创新发展。

2

消费者的接受程度：国潮珠宝的消费者主要来自于新一代年轻人，他们对于国潮珠宝的接受程度更高，他们更喜欢国潮珠宝中融入的中国风元素，因此珠宝品牌应该重点考虑这一消费群体的需求和趋势。

信号4：“储存未来：以储备锚定经济稳定与繁荣”



抖音平台 # 黄金 话题累计视频播放量达

369.2亿次

趋势解读：

随着全球经济的不确定性增加，以储存为核心的珠宝行业趋势正在崭露头角。人们开始逐渐认识到珠宝不仅仅是装饰品，更是一种重要的财富储存工具，可以抵御经济震荡带来的影响，保持资产价值的稳定。而精密的珠宝工艺技术和不断创新的设计理念，为珠宝增添了更多的艺术价值和期待。

趋势特点：

1

高贵而独特的“点石成金”：我们注意到，越来越多的人开始将珠宝视为一种保值和增值的投资工具，体验珠宝制造过程的严谨和神秘，更加珍视每一件珠宝的独特价值。尖端的制作技艺以及珍稀的材料，使得珠宝愈加珍贵，并体现出其独立于传统货币的价值基础。

2

“每一颗都有故事”的珠宝，触及未来和过去：随着科技的发展，珠宝的来源和工艺都逐渐透明化，消费者不再只是被动接受，而是能够了解到每一件珠宝的背后故事，从中感受历史的痕迹和未来的可能。

信号3：“宝璟星汉”，珠宝行业与国潮的碰撞之火

赛道案例1：“回归中华”的独特味道，以国潮K金项链引燃潮流

赛道案例1

k金颈饰/ 吊坠

k金颈饰/吊坠
搜索量增速

87.6%

数据来源：巨量算数&算数电商研究院，
2022.7-2023.6 vs 2021.7-2022.6

行业搜索增速

80.5%

2022.7月-2023.6月
抖音“k金颈饰/吊坠”的搜索量趋势

7月 8月 9月 10月 11月 12月 1月 2月 3月 4月 5月 6月
2022年 2023年

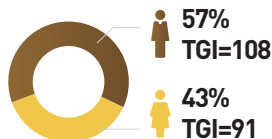
爆发月份：5、7、8月

预测方向：情缘k金项链

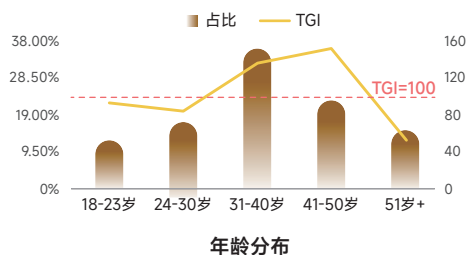
趋势解读：

进入到人们视野的，是那些融合了传统中国元素的品牌。我们可以看到，K金饰品充满了中华特色，而且又充分地顾及到了现代审美。配合着独特的国风设计，每一款项链都独具一格。传统的龙凤图案可以手链中巧妙演绎。K金国潮项链，不仅是身份的象征，更是一种态度的传递。它代表着一种对旧日时尚的解构，对新世纪潮流的热诚，以及对传统文化的深深敬仰。传统符号的现代化再造，使得这样的珠宝不仅具有装饰的功能，更成为了展示个性的一种方式。

赛道核心人群画像



性别分布



数据来源：巨量算数官网-算数指数-人群画像，2023年8月

排名	城市	排名	城市
1	上海	6	东莞
2	北京	7	成都
3	广州	8	天津
4	苏州	9	青岛
5	深圳	10	重庆

地域分布

核心功能需求



18k

厚重感，黄金温暖光感



珠宝

为佩戴者带来运气



黄金

贵重稀缺，至高无上的象征

核心场景需求



送对象

如兰送佳人，表达真挚的爱意



本命年

自我欣赏，亦是一个新开始



情侣

表达深情的物质寄托

核心情感需求



真实性

真金不怕火炼，
象征真实无虚的感情



和谐

和谐共处，熠熠生辉



归属

寻找内心的归属感与安定

概念方向：以中国元素为设计灵感，结合时尚K金材质，打造属于当代年轻人的国潮风尚



国潮k金项链



时尚简约k金项链

k金项链赛道解读：搜索量同比增长87.6%，兴趣群体以女性为主，31-40岁人群占比高，用户集中在南方城市。随着国潮风潮的崛起，更多的年轻人开始热爱并寻找富含中国元素的产品。K金首饰与国潮元素结合，吸引了众多追求时尚又喜爱中国传统文化的消费者，赛道发展前景广阔。特别是在重大节日或特殊情况下，如春节、中秋、本命年等，销售增长明显。预期在未来，国潮元素的K金项链将持续受到市场追捧。

赛道案例2：“国潮流行”碧玺项链的现代演绎

赛道案例2 碧玺

碧玺搜索量增速

129.5%

行业搜索增速

80.5%

数据来源：巨量算数&算数电商研究院，
2022.7-2023.6 vs 2021.7-2022.6

2022.7月-2023.6月
抖音“碧玺”的搜索量趋势

7月 8月 9月 10月 11月 12月 1月 2月 3月 4月 5月
| 2022年 | 2023年 |

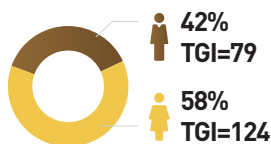
预测方向：古韵碧玺挂坠

爆发月份：1月、2月、7月、8月、
9月、10月

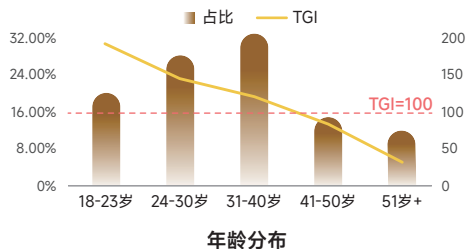
趋势解读：

碧玺在珠宝市场中独树一帜，以其深邃的色彩和神秘的灵性故事，深受消费者喜爱。以国潮为设计主题的碧玺项链，将中国独有的文化符号以新颖的视角和创新的设计手法展示出来。国潮流行的碧玺项链，深入理解了新一代年轻消费者的个性化需求和审美趋向，展现出一种既传统又现代的美感。在精选的碧玺石上刻画出富有民族特色的图案，通过精湛的工艺和高品质的选材，打造出既富有文化底蕴又充满了艺术感的款式。国潮流行的碧玺项链，成功诠释了传统文化符号和现代设计的完美结合，成为新一代消费者追寻的理想之选。

赛道核心人群画像



性别分布



数据来源：巨量算数官网-算数指数-人群画像，2023年8月

排名	城市	排名	城市
1	北京	6	广州
2	上海	7	苏州
3	成都	8	西安
4	重庆	9	武汉
5	深圳	10	郑州

地域分布

核心功能需求



碧玺
强化能量、辟邪避灾



旺夫
帮助吸引和保持好的婚姻的幸运石



金镶
稀缺以及独特的美感

核心场景需求



diy
个性化的首饰或饰品，
展现个性和品味



情人节
表达爱意、情感交流



圣诞
独特的礼物，带来欢乐和祝福

核心情感需求



喜欢
独特魅力和价值的认知



好看
美学价值和视觉效果

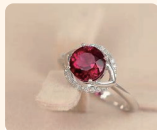


满意
充实了个人的精神生活

概念方向：珠宝轮廓设计、优质质地、时尚流行、传统之美



碧玺手链



18k金碧玺戒指



碧玺吊坠

碧玺赛道解读：该赛道抖音搜索量同比增长129.5%，远高于行业整体水平。该赛道的兴趣群体以31-40岁的女性为主，主要分布地区涵盖多个一线城市。国潮风格流行，使得碧玺等独特的中华文化元素在年轻群体中越来越受欢迎。碧玺具有深厚的文化底蕴和价值内涵，与“国潮”的风格理念呼应，同时又不失时尚和新潮。在这个赛道中，碧玺将会成为一种符号、一种趋势，代表中国独特的艺术审美和文化内涵。

信号4：“储存未来”，以储备锚定经济稳定与繁荣

案例赛道1：投资金储备：盗梦空间里的“保险箱”

赛道案例1 投资金

投资金搜索量增速

129.7%

行业搜索增速

80.5%

2022.7月-2023.6月
抖音“投资金”的搜索量趋势

7月 8月 9月 10月 11月 12月 1月 2月 3月 4月 5月 6月
2022年 2023年

数据来源：巨量算数&算数电商研究院，
2022.7-2023.6 vs 2021.7-2022.6

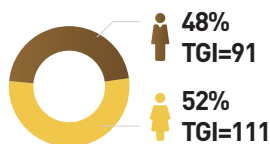
预测方向：压岁钱

爆发月份：11月

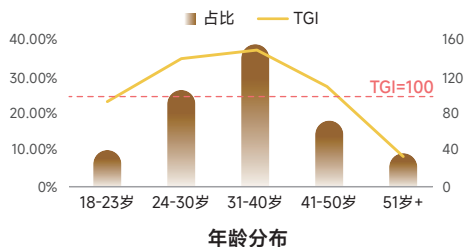
趋势解读：

随着全球经济的不断发展和金融系统的复杂性增加，个人对资产保值和增值的需求成为不可忽视的力量。投资金作为全球接受度极高的硬通货，正在成为个人理财和财富管理中的重要选项。

赛道核心人群画像



性别分布



年龄分布

排名	城市	排名	城市
1	汕头	6	苏州
2	上海	7	成都
3	深圳	8	西安
4	广州	9	武汉
5	北京	10	郑州

地域分布

数据来源：巨量算数官网-算数指数-“投资金条”人群画像，2023年8月

核心功能需求



投资理财投资



中国风
寓意吉祥，悠久瑰丽



收藏
收藏品

核心场景需求



长命锁
长久之情，守护永恒



送人
献上新意，情深礼赞



婚礼
浓情蜜意，喜结良缘

核心情感需求



坚定
砥砺前行，一往无前



独立
优雅自我，高雅非凡

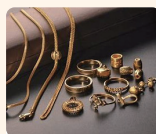


浪漫
挚爱一生，浪漫至死

概念方向：黄金实物投资、黄金收藏、及具有独特文化内涵的礼品



投资理财



黄金收藏



礼盒赠送

投资金赛道解读：该赛道抖音搜索量同比增长129.7%，远高于行业整体水平。该赛道的兴趣群体性别分布较均衡，以31-40岁的人群为主，主要分布地区涵盖多个一线城市。黄金投资市场虽然受到全球经济的影响，但依然保持稳健的增长，并逐步向公众消费者扩散。并且各年龄段都有一定的市场份额。随着消费升级和购买力的提高，黄金首饰越来越受到消费者的喜欢和追捧，特别是在送礼、婚礼等场合的需求持续增长。在这一趋势下，黄金市场具有广阔的发展前景。

赛道案例2：高贵而独特的"点石成金"，奢华的空气城堡

赛道案例3 银手镯

银手镯播放量增速 行业播放增速
135.1% 20.4%

数据来源：巨量算数&算数电商研究院，
2022.7-2023.6 vs 2021.7-2022.6

2022.7月-2023.6月
抖音“银手镯”的搜索量趋势

7月 8月 9月 10月 11月 12月 1月 2月 3月 4月 5月
2022年 2023年

预测方向：月光婴语银手镯

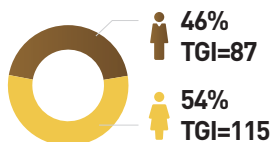
爆发月份：5月、12月



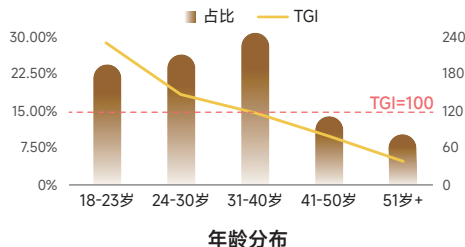
趋势解读：

随着珠宝工艺的发展和消费者对珠宝独特价值的认识，银手镯等珠宝制品也日趋珍贵。银手镯制作过程严谨，不仅需要高超的技艺，更需要珍稀的材料，这都使其显得极为珍贵，仿佛将“点石成金”的奇迹附着于其身。银手镯不仅是一种身份的象征，更是一种文化的传承，它融合了过去与未来，传统与创新，实现了“穿越时空的珠宝艺术”的概念。

赛道核心人群画像



性别分布



排名	城市	排名	城市
1	重庆	6	成都
2	广州	7	苏州
3	深圳	8	郑州
4	上海	9	东莞
5	北京	10	西安

地域分布

数据来源：巨量算数官网-算数指数-人群画像，2023年8月

核心功能需求



开口

容易搭配，适应众多装饰风格



纯银

蕴含古老的文化符号



平安

祝福的象征，传达心意与关爱

核心场景需求



送闺蜜

情之礼，温馨且珍重



婴儿

表达祝福的特殊礼物



满月

祝福和寓意的满月礼物

核心情感需求



可预测

稳定的情感寄托



肆意

自我风格的个性化装饰品



传统

文化的传承

概念方向：吉祥物、异域风情、送人的礼物



999纯银素手镯



藏银手镯

银手镯赛道解读：该赛道播放量同比增长135.1%，高于行业整体，受众男女均衡，31-40岁人群占比高，主要集中在南方一线城市。随着社会文化的发展，消费者对饰品的需求已经从单一的装饰用途转变为追求独特性、象征意义和文化底蕴的多元需求。银手镯以其独特的工艺、深厚的文化遗产和丰富的寓意，满足了消费者对于个性化和文化寓意商品的寻求，进而引领了饰品市场的一股新潮流。

✦ 功能创新 ✦

珠宝行业的科技革新：从奢华走向智能

科技与时尚的结合是近年来的消费风口之一，在很多行业都能见到相关消费热点，类似的功能转变也在潜移默化地改变珠宝首饰行业，智能珠宝除了选材、工艺等方面精益求精，也可以满足佩戴者健康需求、社交需求等，如通过佩戴珠宝进行心率、血压、睡眠质量的健康监测和预警；时尚科技融入珠宝首饰设计，通过手链内含智能芯片，可实现情感的联系。



健康监测



社交工具



科技跨界

注明：内容、图片均来自网络，巨量算数&算数电商研究院整理，2023年9月

珠宝行业的绿色革新：朝着可持续发展的未来前进

珠宝首饰是一个源头上非常依赖自然资源的行业，金，银，翡翠，玛瑙等均是地下发掘或地上开采出来的矿产加工而成，在加工过程中产生了污染和碳排放，这些“环境负债”近年来越来越受到重视。随着ESG风潮的兴起，越来越多地消费者认识到可持续消费的重要性，意识到自身应该更积极地承担可持续发展责任，而珠宝行业也正在探索可持续发展的新型珠宝首饰，比如，推动上游采矿业“负责任开采”的进程，更多地利用可持续的材料、再生材料等制作新型珠宝首饰等。



环保材质



新材料应用



废弃塑料循环



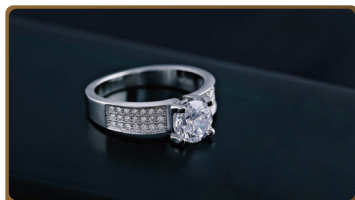
中古二手

注明：内容、图片均来自网络，巨量算数&算数电商研究院整理，2023年9月

✦ 场景创新 ✦

婚礼珠宝新风尚：创意婚礼下的珠宝首饰创新趋势

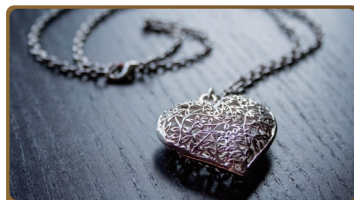
婚嫁是人生中最具仪式感的场合之一，珠宝首饰能够增添这一场合的神圣氛围，虽然婚嫁是一个传统的珠宝首饰场景，但是，相关场景中的珠宝创新却也是层出不穷。随着创意婚礼等新式婚礼的逐渐增多，婚礼新场景也需要不同于以往的，更为时尚，调性更为新颖的珠宝作为衬托。



婚礼定制钻戒



新中式珠宝



情人节/520节点珠宝

注明：内容、图片均来自网络，巨量算数&算数电商研究院整理，2023年9月

新时代的珠宝消费趋势：从仪式瑰宝转变为日常时尚佩饰

传统的意义上看，珠宝因为具有强烈的象征意义和仪式意义，一般的使用场景多在婚宴、酒会等各类较为正式场合，购买者不轻易示人，不轻易佩戴。然而，随着珠宝首饰日渐带有“快速消费品”的性质，大多数珠宝产品的仪式属性开始减弱，而成为日常佩戴的单品，“王谢堂前燕”也不再能静栖高枝，而是要更多地飞入尘间，成为大众文化的一部分。正是在此趋势下，珠宝设计，以及人们对珠宝的看法都得到了新一轮的解放。新珠宝必须要在一个新的，消费者注意力被分割、打散的新商业态势下，寻找自身值得被关注的新价值。



点亮职场



潮流快时尚



小众轻奢

注明：内容、图片均来自网络，巨量算数&算数电商研究院整理，2023年9月

情感创新

国潮风潮：赋予珠宝新活力的东方美学

中国古典美学具备非常高的文化价值，中国古代饰品也曾经达到很高的工艺制作水平，在现代商业世界，“推陈出新”仍然有其空间。近年来，中国消费市场的逐渐发达，新一代消费者消费观念逐渐转变，“国潮”概念在许多行业开始走俏。在珠宝首饰行业，“国潮”也正在成为重要的消费风潮，中国经典的图纹，题材（比如凤凰，十二生肖，牡丹等）受到消费者的关注与喜爱，在中国珠宝首饰行业，讲好东方美学故事意义非凡，值得从业者重点关注。



新中式珠宝



生肖戒指



少数民族设计

注明：内容、图片均来自网络，巨量算数&算数电商研究院整理，2023年9月

珠宝消费新趋势：从观赏到悦己，重塑消费者价值观

按较为传统的认知，珠宝佩戴行为不可避免与观赏者发生联系，珠宝佩戴者选配何种珠宝，与他们想要传达给观赏者的信息有关。然而，随着时代的变迁，消费心理也在不断变化，在新兴的珠宝首饰消费者中，产生了新的珠宝消费价值观，即更愿意“悦己”，追求随性的美好。在这种消费价值的逻辑中，珠宝不必是复杂的、昂贵的产品，而是可以更时尚，更新潮，价格更亲民，当然，在这一种消费风潮的影响下，珠宝不必是金银珠玉，若消费者喜欢铜铁铝镍，则它们也可制成珠宝，因此，珠宝的定义和范围可能被大大地改写。



开心派对



顺利毕业



悦己消费

注明：内容、图片均来自网络，巨量算数&算数电商研究院整理，2023年9月

趋势雷达 | 赛道名片——为巨量算数&算数电商研究院打造的前沿赛道趋势洞察，覆盖美妆、母婴、日化等10余个行业，从情感、功能、场景三方面深度挖掘赛道核心震源，发现市场潜在机会，用数据驱动营销增长。

顺“源”起势，助力各位商业伙伴掌握发现新机遇，收获竞争优势！

本报告由【巨量算数&算数电商研究院】制作。

报告中文字、数据等内容受中国知识产权相关法律法规保护。除报告中引用的第三方数据及其他公开信息，报告所有权归巨量引擎所有。

报告制作方对报告中所引用的第三方数据及其他公开信息不承担任何责任或义务。在任何情况下，本报告仅供读者参考。

如果您对报告中的内容存在异议，可通过eresearch@bytedance.com联系我们。

【巨量算数】是巨量引擎旗下内容消费趋势洞察品牌。以今日头条、抖音、西瓜视频等内容消费场景为依托并承接巨量引擎先进的数据与技术优势，坚持客观严谨的理念，输出内容趋势、产业研究、广告策略等前沿的洞察与观点，同时，开放巨量算数指数、巨量算数榜单数据分析工具，满足企业、营销从业者、创作者等数据洞察需求。

【算数电商研究院】是巨量引擎旗下的电商研究机构，立足于抖音平台的内容、消费、广告等多元数据沉淀，解读消费者心理、洞察市场机会、指导产品研发、解析营销密码，实现以内容驱动商业、以数据启发经营，致力于打造中国专业的消费和商业洞察机构。

【巨量云图-趋势洞察】是巨量引擎旗下一款商业化产品，通过对抖音电商全行业现有商家供给侧（行业商品交易/在线商品等数据）与抖音短视频消费者需求侧（行业内容热度/内容互动量等）进行分析对比，帮助商家明确品类蓝海赛道，加速占领高价值市场。

未经允许，不得对报告进行加工和改造。欢迎转载或引用。如有转载或引用，请及时与我们联系，并注明出处。

【数据说明】

- **时间周期：**年度数据：2022年7月-2023年6月（特殊说明除外）。
- **人群说明：**报告中所分析人群均为18周岁以上成年人。
- **数据来源：**内容播放量、评论、点赞等数据来源为内部数据平台；
部分文字、图片及数据来源于公开信息，版权归原著作者所有；
初步统计，未经审计。



巨量算数
微信公众号



巨量算数
官网



珠宝的报告
官网二维码