从2026中国国际珠宝展看金饰消费新风向:

轻量化圈粉年轻人 非遗工艺提升附加值

一枚仅重1克的黄金小鱼,可以佩戴在身上,也可以作为日常“攒金”的收藏品;一顶重达千克、融合多项非遗技艺的黄金头冠,以精细繁复的工艺展现传统黄金首饰的华丽之美。看似走向两个极端的产品,正在成为黄金珠宝企业争夺市场的路径。

□ 本报记者 **唐 瑞** 文/摄



图为中国珠宝展台前消费者选购金饰。

日前,由中国珠宝玉石首饰行业协会(以下简称“中宝协”)与珠宝玉石首饰国检集团两大机构联合主办的2026中国国际珠宝展在北京落下帷幕。展会上,众多企业带来的黄金新品折射出当前黄金消费市场的结构性变化:一边是面向年轻消费群体的小克重、轻量化产品不断丰富;另一边是融合非遗技艺与传统文化的高工艺、高附加值金饰日益受到重视。

这一变化发生在金价剧烈波动的背景下。进入2026年以来,黄金价格经历了从高位上涨到持续回调的过程。Wind数据显示,今年9月和10月,COMEX黄金期货价格分别下跌6.52%和7.21%。截至11月4日,国内主流品牌足金饰品挂牌价已从年初高点近1700元/克回落至1180元/克左右。

金价总体呈回落趋势并未立即扭转金饰消费承压的局面。中宝协数据显示,珠宝行业上半年限额以上单位金银珠宝类零售额1929亿元、同比增长1.9%,在金价高位震荡的背景下实现正增长;黄金消费量511.412吨、同比增长1.23%。

当黄金的投资属性与消费属性进一步分化,黄金首饰行业也正在寻找新的增长空间。

小克重黄金走俏 年轻人把黄金“戴”进日常

过去,消费者购买黄金首饰往往看重分量,婚庆、礼赠等场景也以大克重产品为主。如今,随着年轻消费者成为黄金消费的重要力量,黄金首饰的形态正变得更加小巧、轻盈。

在中国国际珠宝展上,记者看到中国黄金推出的“金鱼纳福”系列,将一条小金鱼饰品的重量控制在1克。“我们设计了福满鱼、鸿运鱼、喜乐鱼、聚财鱼四款产品,既可单独收藏,也可作为日常佩饰。”中国黄金工作人员介绍,同系列“好多鱼”手串则采用5D硬金工艺制作超轻小鱼珠串,让黄金能够融入日常穿搭。

记者注意到,类似的轻量化设计也出现在多个品牌的产品中。菜百首饰在推出古法工艺黄金套装的同时,也带来了适合日常佩戴的硬金小套装;中国珠宝则从唐代文化中汲取灵感,将金饰与葫芦、唐狮等形象结合,推出吊坠、耳饰、手链等多种产品。

小克重产品受到关注,首先与金价变化带来的消费预算约束有关。尽管近期金价有所回落,但与前些年相比,黄金首饰的购买门槛仍然不低。“将产品克重控制在较低水平,可以降低单件产品的总价,让消费者以相对可控的预算购买黄金。”相关从业者告诉记者。

更深层次的变化来自消费场景的拓展。黄金正逐渐从婚庆礼赠等特定场景,走向日常佩戴、悦己消费以及具有纪念意义的小额购买。世界黄金协会与中国黄金报社联合开展的《2026年中国金饰零售市场洞察》显示,44%的受访零售商反馈,顾客购买金饰以悦己为目的。相比之下,认为婚庆是主要购买场景的受访者占比仅为17%。同时,硬足金购买者的平均年龄低于整体金饰消费人群,18至34岁消费者已成为金饰消费的重要群体。

消费需求的变化也推动企业调整产品结构。该调研显示,超过40%的受访零售商计划增加5克以下产品的备货比例,47%的零售商计划扩大5至10克产品的供给。从过去强调金饰的重量,到如今关注款式、佩戴体验与情感表达,小克重黄金的流行,正在推动传统金饰向日常化、时尚化转变。

非遗工艺融入黄金 华丽金饰寻求更高附加值

与小克重产品的轻盈形成鲜明对比的,是不断丰富的大克重、高工艺黄金首饰。

在珠宝展上,中国珠宝展出的“国色芳华”黄金头冠,以牡丹花为视觉中心,融合英歌、潮绣两项国家级非物质文化遗产代表性项目,并运用螺钿、花丝等多种传统工艺,呈现出繁复华丽的中式美学。“这款作品最有趣的地方是‘一冠十戴’,每一个细节都可以拆开。”中国珠宝展台工作人员向记者介绍,整件作品以头冠为主体,其中的装饰部件可以拆卸,分别作为簪子、戒指、耳饰、手镯、项链等佩戴,可实现“一冠十戴”。作品整体克重约1314克,取“一生一世”的寓意,可应用于中式婚庆等场景。

另一款唐狮主题金饰则在细节上做起文章。工作人员向记者展示,该产品运用特殊镶嵌工艺,使狮子的眼睛能够随着佩戴角度发生变化,形成睁眼、闭眼的不同效果。产品还融合了珐琅、花丝等工艺,让传统吉祥文化与当代首饰设计相结合。

传统技艺与黄金的结合并非个别现象。中国黄金推出的“国宝金手镯”系列运用了花丝镶嵌、錾刻等工艺;菜百首饰推出的“织金如意”系列则从传统织造文化中寻找设计灵感,并通过与北京文化地标合作开发产品,进一步丰富黄金首饰的文化表达。

这些产品的共同特点是不再仅仅依靠黄金原料本身体现价值,而是将设计创意、手工技艺、文化内涵融入产品之中。世界黄金协会的零售市场调研显示,古法金与硬足金已连续四年表现优于其他黄金品类。一方面,轻克重古法金和硬足金凭借较低的购买门槛受到市场欢迎;另一方面,大克重、手工打造的高端古法金饰,在高净值消费群体中仍保持一定需求。

值得注意的是,复杂工艺并不必然意味着大克重。随着加工技术不断进步,传统花丝、錾刻、珐琅等工艺也在与轻量化设计结合。不同价位、不同场景的黄金产品,正在通过工艺创新寻找各自的消费群体。

从比克重到比设计 金饰行业加快产品分层

一边做“小”,一边做“精”,看似不同的产品方向,背后却有着相似的产业逻辑:当黄金原材料价格波动加剧、传统金饰消费承压,企业需要通过产品创新提高差异化竞争能力。

从市场数据看,这一转型具有现实紧迫性。世界黄金协会11月3日发布的《2026年三季度中国黄金市场回顾与展望》显示,今年第三季度,中国金饰消费量约66吨,但金饰消费金额达到608亿元,高于过去十年的同期平均水平,表明金饰市场仍存在一定的消费支出空间。

对于企业而言,小克重产品有利于降低单件产品的购买门槛、拓展年轻客群。

世界黄金协会亚太区(除印度)研究负责人兼中国区行业拓展副总监贾舒畅认为,高金价并未明显抑制消费者购金意愿,但选购逻辑已经改变。“‘情绪价值’与‘以我为主’成为年轻消费者核心关注点,轻量化与‘足金+’趋势会持续深化,越来越多门店把备货重心转向轻克重产品。”

另一边,高工艺产品则有助于通过设计、品牌与工艺形成差异化,改变单纯依靠黄金克重竞争的模式。“定价交给市场,设计出众、带有镶嵌的产品可按件售卖,普通款按克计价。这样的模式,会反向推动行业去开发更高附加值产品,构建良性循环。”周大生珠宝集团董事夏洪川表示。

浙江金秋消费季启动

科技好物惠及百姓生活

□ 本报记者 **牛夏风**

一边是南北风味、全球好物的人间烟火,一边是智能家居、AI新品的硬核科技……近日,以“浙里来消费·AI尚新生活”为主题的2026金秋消费季活动在浙江温州市科技广场举行。作为全年促消费系列活动的重头戏,活动以人工智能为主题,聚焦新供给、新赛道、新模式、新场景展开,全面激活金秋消费市场活力。

据了解,活动现场总面积约2万平方米、近400个展位,设置九大消费模块,呈现“从现代生活到未来生活”的时空跨越。

广纳八方好物 尽显产业底蕴

“漫享现代生活”板块呈现的是消费的广度与产业的厚度。从温州本土到浙江全省、从长三角到全球货架,消费的广度层层推开。温州城市风采馆以12个县市区“一区一主题”的城市馆为载体,勾勒出民营经济底色下的时尚产业与消费场景。鹿城聚焦潮流智造,龙湾彰显本土品质,瓯海展现世界超市,洞头融合海岛文旅,乐清融汇雁荡山水与老字号,瑞安打造童趣IP,永嘉展开楠溪文旅长卷,文成主打舌尖风味,平阳深耕大黄鱼,泰顺带来山城本味,苍南乐游嗨购,龙港碰撞谷子经济。

浙江产业特色馆,把杭州丝绸、宁波文具、绍兴黄酒、慈溪小家电、三门冲锋衣、龙泉青瓷等享誉全国的产业集群搬进同一片空间,喜得宝、天堂伞、古越龙山等老字号与经典产业数字化、时尚化转型的最新成果同台可鉴。

沪苏皖好物馆则汇聚科大讯飞、孩子王、卓文后、冠生园以及丹阳眼镜、固城湖大闸蟹等长三角知名消费品牌,上海老字号伴手礼、潮流国货美妆、江苏纺织精品、前沿科创品牌,130多个品牌齐聚金秋美食嘉年华:丁源兴、旺马兴等品牌带来百年糕饼老味道,开元名都大酒店、瓯正味、钟鲜笙等星级湖鲜与地道瓯味轮番登场;从武汉热干面到温州鱼丸,一口吃遍大江南北;新疆红枣、湖岭牛肉干等特色农产品原产地直供;火焰棉花糖、腐乳鸡翅等轻食潮味扎堆。百年古早糕点、精品匠心菜肴与新潮小吃同场,共赴秋日舌尖盛宴。

此外,进口好物站汇聚挪威海豹油、波兰美妆、澳大利亚绵羊油与蜂蜜、朝鲜参片、墨西哥咖啡、马来西亚燕窝、泰国榴莲饼,以及非洲亚麻籽、乳木果油、手串工艺品等全球好物,一站式购齐全球好物。

科技赋能消费 解锁全新图景

“遇见未来生活”板块描摹的是消费的深度与未来,以“四新”维度呈现科技如何重塑消费与生活方式,展示未来生活的无限可能。

潮趣生活空间以“浙里上新”为主题,汇聚浙江省新消费创新大赛获奖品牌,智能家居区域,国补政策、智能门锁、按摩椅、家电家居实景体验一站打卡;科技区域有脑科学智能指环、折叠电动车、腰部助行外骨骼等硬核产品;文创与百工技艺同台,瓯窑、黄杨木雕、米塑等可看可玩可体验。

低空体验空间把“低空经济”搬进商圈。消费者可以参与第一视角(FPV)飞行赛道互动赛事,温州黑蜻蜓大载重消防无人机与大疆无人机同场陈列,让普通市民近距离接触无人机设备商业化应用的样貌。

机器人服务空间里,宇树科技、众擎机器人等头部企业摆开擂台,举行机甲巅峰对决;越疆、松延动力、强脑科技等企业带来仿生灵巧手、外骨骼机器人等前沿科技产品;写字机械臂、生活巡检机器狗、导览机器人组成“生活服务天团”,把机器人从展台上的模型,变成走近日常的伙伴。

车旅智能生活空间紧扣扩大汽车消费与周边市场培育的目标,新能源汽车、房车休旅、车载智能、汽车补能和后备箱市集联袂登场,打造车轮上的车旅智能生活新现场。

惠民互动不断 新品“抢鲜”首发

为了让这场消费升级转型的主题展陈更加可感可及,展区同步设置了丰富的惠民互动环节。浙江银联联合32家银行举办全省性银联卡联合营销活动,优惠力度覆盖全省近2000个商户门店。活动现场交通银行还设置满40元立减20元、互动抽奖、集章打卡、美食一元购等活动;主舞台还有乐队常驻演绎,节目不断。

10月30日晚举行的全省启动仪式上还首发一批人工智能新品,消费者在展区内抢先体验首发新品。比如,全进科技数智力量健身器,把传统大型无氧器械化为轻薄数字形态,450余套AI私教课程随练随教;贝发AI智能翻译笔,一支笔完成书写、翻译、录音与纪要整理;巾帼西丽元宝、兔宝、星宝、熊猫系列机器人,把“懂你”写进每一次互动;中国移动打造“流量+Token”创新商业模式,赋能AIoT玩具产业价值跃升,温州谢灵运AI玩具公仔、金华文旅吉祥物“小义”、绍兴鲁迅IP智能玩偶,让地域特色看得见、摸得着、带回家。

此外,启动仪式还发布了浙江“三新”消费典型案例、温州“美食十大消费新场景”,并集中签约一批商贸新项目。淘天集团、美团等平台带来优惠举措,共同为金秋消费赋能。

展会资讯

福建安溪商会谱写闽陕经贸合作新篇章

本报讯(记者 **李福琳** □ **徐健中**)跨越山海之遥,共赴岁月之约。近日,陕西省西安市福建安溪商会(以下简称“福建安溪商会”)第五届第一次会员大会、第十一次异地安溪商会(经济促进会)会长秘书长联席会议及商会第五届理事会监事会就职典礼暨成立20周年庆典在陕西西安华海酒店举行。来自西安、安溪两地的有关领导、各异地安溪商会代表、在陕闽籍商会及友好商会负责人、在陕安溪乡贤和全体会员等出席。

会议听取并审议第四届理事会工作报告和监事会工作报告,表决通过《商会章程》等制度文件,并以无记名投票方式选举产生第五届理事会、监事会及新一届负责人。大会顺利完成新老交替、薪火接力。

紧随其后召开的第十一次异地安溪商会(经济促进会)会长、秘书长联席会议上,各异地安溪商会会长、秘书长及商会同仁齐聚一堂,共叙乡情、共谋发展。福建安溪商会秘书长陈建春作交流发言,分享商会扎根三秦、深耕丝路古都的实践探索。安溪县工商联党组书记张金波传达安溪县“思想解放不停步、千亿筑基启新程”大讨论活动动员大会精神和全国行业协会商会深化改革推进会精神,号召广大安商当好安溪形象“宣传员”、招商引资“牵线人”、商会改革“践行者”,推动商会“建得起、转得动、活起来、叫得响”。

当晚,福建安溪商会第五届理监事会就职典礼暨成立20周年庆典启幕。安溪县工商联党组书记张金波宣读第五届理监事会成员名单,现场举行授牌仪式。连任会长翁再新发表就职致辞,深情回望商会二十载风雨征程,表示将携新一届理监事会班子承二十载荣光、启新征程,守正创新、深耕实干、聚力赋能做好乡贤的贴心港湾、政企的坚实桥梁、闽陕的纽带桥梁。

庆典现场举行慈善捐赠仪式,会长单位陕西奥康钢铁物资有限公司向安溪县慈善总会捐赠50万元,用于美顶社圆文化书院建设,彰显安商情系社会、大爱无疆的责任担当。北京安溪企业商会会长叶思东代表兄弟友好商会致贺词。安溪县政协主席陈剑宾在讲话中充分肯定西安安溪商会二十年来扎根长安、深耕实业、赋能乡贤、反哺故土、链接两地的卓越贡献,勉励全体在陕安溪乡贤永葆爱拼敢赢的初心本色,立足三秦、勇立潮头、再创佳绩,持续擦亮安商名片、传递安溪力量。

二十载风华谱新章,同心致远再启航。站在二十周年全新起点,福建安溪商会新一届领导班子表示,将承载初心使命、承载乡贤重托、承载时代期许,以更开阔的格局、更务实的作风、更温暖的服务、更强劲的力量,团结带领全体会员同心聚力、笃行致远,为闽陕两地经贸交流合作和家乡高质量发展贡献安商力量。

第二十届联合国旅游组织/亚太旅游协会旅游趋势与展望大会在广西举办

擦亮桂林世界级旅游城市标志性名片

近日,第二十届联合国旅游组织/亚太旅游协会旅游趋势与展望大会在广西桂林香格里拉酒店开幕。本届大会以“新前沿:人工智能时代的旅游趋势”为主题,恰逢大会创办二十周年,来自亚太地区及其他地区的300多名代表齐聚一堂,共同研判全球旅游发展大势,探索人工智能与数字化转型给行业带来的机遇与挑战,打造亚太地区旅游智库与政策对话的高端平台。

自2007年在桂林创办以来,该大会已连续举办二十届,是亚太地区最具持久影响力的旅游智库与政策交流平台之一,也是桂林以国际化视野推进世界级旅游城市建设的重要载体和标志性名片。

本届周年大会召开之际,正值人工智能和数字化转型从根本上重塑旅游业的生产、分销、体验与治理方式的关键阶段。大会为政府、学术界和私营部门利益相关方搭建高层次平台,发布并分析全球和区域旅游数据、趋势与展望;审视人工智能和数字平台如何重塑旅游市场、游客行为和目的地竞争力;围绕数字旅游转型的治理议题推动高层次政策对话;探讨人工智能和数字创新如何促进更具包容性的旅游发展;加强联合国旅游组织、亚太旅游协会、香港理工大学与东道城市桂林之间的合作,共同推进本地区旅游信息研判与创新议程。

开幕式由桂林市委副书记邝驱主持。桂林市人大常委会党组书记李军、联合国旅游组织执行主任刘士军、亚太旅游协会首席执行官努尔·艾哈迈德·哈米德、香港理工大学酒店及旅游业管理学院院长兼讲座教授田桂成、广西壮族自治区人民政府副主席蓝晓先后致辞。开幕式通过短片回顾大会二十周年历程,全景展现平台从2007年创办以来二十年的发展与合作成果。

随后,大会发布了2026年9月期《世界旅游晴雨表》,这是大会召开时可获得的最新全球旅游数据来源,全面呈现国际旅游业发展表现、区域发展趋势与行业未来展望,为后续所有讨论提供重要的数据基础。

在主旨演讲环节,携程集团首席运营官熊星围绕“旅游新篇章——人工智能时代的价值观与变革中的旅行者”发表演讲,探讨旅游平台的发展演变,以及人工智能在影响人们发现、规划和体验旅行方式中的日益重要作用,分享对新兴旅行者需求的洞察,并探讨目的地及旅游业相关利益方如何在日益数字化的全球旅游环境中调整,以保持相关性、竞争力和韧性。

本届大会还就消费者趋势变化、增长管理、韧性建设、数字化转型时代的人才吸引与培养,以及人工智能带来的影响展开深入对话,从社交媒体到体验角度探讨数字平台、内容创作者和人工智能如何重塑游客的选择、发现、规划与购买方式。香港理工大学讲座教授、旅游业数字化转型研究中心主任宋海岩作题为“人工智能与游客行为:粤港澳大湾区旅游满意度指数洞察”的循证研究报告。

大会举行多场分论坛和专题活动。行业展望环节,亚太旅游协会首席执行官努尔·艾哈迈德·哈米德发表了题为“中国2030年旅游愿景——以数据、人工智能与创新推动入境旅游增长”的演讲,围绕数据、人工智能、创新、签证便利化和目的地竞争力,展望中国入境旅游发展趋势及其对亚太旅游生态体系的影响。

炉边对话以“从趋势到文化——新消费行为如何重塑旅游体验”为主题,由世界旅游经济研究中心副主席徐京主持,探讨不断演变的消费文化、创意与数字互动如何影响旅游动机与体验,重点关注年轻一代游客群体。技术专题方面,围绕“数据系统如何助力打造更优质目的地”“数字敦煌——当科技遇见濒危遗产”“人工智能、数字平台与社区型旅游”等议题展开讨论,涵盖国家旅游主管部门数字化转型、世界文化遗产莫高窟数字化保护、人工智能助力乡村旅游和社区型旅游发展等热点话题。

大会期间还安排三项技术考察活动。桂林市区考察代表前往叠彩山景区、桂海晴岚景区,感受桂林市区文旅新貌;阳朔考察乘竹筏游览漓江,夜观遇龙河“金龙巡游”,并考察银子岩、阳朔胜地酒店,沿遇龙河徒步;龙胜梯田与大寨村考察前往龙脊梯田景区,乘缆车游览金坑大寨梯田,探访黄洛瑶寨、长发科技馆,登观景台欣赏“星光龙脊”。龙胜梯田历经600余年开垦,是壮族和红瑶居民世代生活的家园,获联合国粮农组织认定为全球重要农业文化遗产,大寨村获联合国旅游组织“最佳旅游乡村”。

大会闭幕式上,联合国旅游组织亚太部项目官员太恩智博士、亚太旅游协会首席执行官努尔·艾哈迈德·哈米德、香港理工大学酒店及旅游业管理学院院长田桂成教授及桂林市有关领导分别致辞。

据介绍,本届大会形成多项核心成果:发布2026年9月期《联合国旅游组织世界旅游晴雨表》,提供最新全球和区域旅游数据与趋势;形成政策对话成果及建议概要,涵盖部长级圆桌会议和专题讨论成果;持续加强大会作为区域知识平台的建设,巩固其在支持亚太地区循证决策和旅游智库方面的作用,进一步夯实桂林作为国内对接两大国际旅游组织永久对话平台基地的独特地位,推动人工智能时代的旅游创新理念落地,为广西乃至中国文旅高质量发展注入国际动能。

(**黄晓溪 刘国健**)