

唐风宋韵助力国风首饰热销 颈间耳畔回响“千年之音”

宝相花雍容舒展，柿蒂纹含蓄留白。从何家村窖藏金银器流转的缠枝卷草，到宋代院体小品疏朗的折枝花影……如今，封存于古卷、壁画与出土器物中的唐宋美学，正经由当代设计师拆解、转译、重构，化作项链、耳饰、手镯落在今人颈间耳畔。主打唐风宋韵的国风首饰持续升温，成为黄金珠宝消费市场一道醒目的风景。

行业数据显示，“Z世代”已成为市场消费主力，超七成青年愿意为原创设计与文化内涵支付溢价。对这一群体而言，选购黄金首饰，早已不再唯金价、克重是论。

□ 本报记者 **贾淘文**

审美迭代：
跳出“论克计价”，为文脉意境买单

唐风的富丽与宋韵的清简，在当下国风首饰产品谱系里形成鲜明对照。以鎏金为底、搭配南红珍珠的宝相花流苏耳坠，线条圆融舒展，承载着丝路文明交融的浪漫气韵；哑光素金勾勒的折枝梅吊坠则取法宋画留白，简约疏淡的轮廓之间，尽显宋人“平淡天真”的审美意趣。

“95后”消费者林女对记者说：“从前陪长辈买黄金，开口先问金价、核算克重。轮到我自己挑选，克重反倒退居其次，最先打动我的，是纹样承载的意境。在我眼里，国风首饰是安静的自我表达，不必向旁人刻意解说，自己读懂这份含蓄就足够。”

市场端这种审美偏好的转变，在国内大型珠宝集散市场同样清晰显现。在深圳水贝珠宝集散地经营国风首饰的陈先生告诉记者，“早年走量主力是素圈手镯、婚嫁龙凤镯，顾客最关心克重与工费，核心诉求偏向保值。如今，轻量化唐风、宋韵款式稳步起量，占到我们总销量六成以上。市场需求变化也带动备货思路调整，目前店铺主力开发千元价位、适配日常佩戴的轻款耳饰、小吊坠，同时保留少量手工限量款，面向收藏爱好者与高端礼赠客户。”

随着，国风首饰的热销越来越多的年轻消费者下单前主动溯源纹样，甚至对照博物馆出土文物图片比对款式。一位国家级非遗花丝镶嵌传承人在接受采访时坦言，“创造性转化不等于原样复刻古物。唐代首饰的审美是丝路多文明交融的产物，追求多宝共生、开放饱满，而宋代首饰则崇尚素雅内敛，黄金多作为衬底烘托玉、宝石，而非抢占视觉重心。但古代首饰体量偏大，多用于盛装礼饰，日常佩戴较为笨重，容易勾刮衣物。我们创作古风首饰产品核心，应学会提炼传统美学元素，融入时代创新，在坚守花丝、錾刻、烧蓝等古法工艺内核的同时，缩减体量、调整弧度、优化佩戴重心，让千年美学适配当代生活。”

产线重塑：
数字赋能传统，推动产业转换价值赛道

消费端的审美转向，正在撬动黄金珠宝产业底层逻辑变革。行业逐步从依赖贵金属差价的低附加值加工贸易，转向以文化为核心驱动的历史经典产业。

产业研究专家指出，近年金价高位运行，依靠原料价差、同质化素金走货的盈利空间持续收窄，唐风宋韵国风赛道，正是行业跳出材质内卷、提升产品附加值的重要方向。今年9月，工信部等六部门印发《关于推动历史经典产业高质量发展的意见》，将工艺美术纳入重点培育的历史经典产业，支持传统工艺创造性转化、创新性发展，培育本土知名消费品牌，为国风珠宝的长远发展明确了政策导向。

记者走访多家珠宝研发工坊发现，传统手艺与数字技术融合已经形成成熟路径。设计师依托三维软件拆解唐宋纹样曲线，反复模拟佩戴角度、肌肤触感，提前规避古法首饰棱角尖锐、剐蹭衣物等痛点。基础轮廓、表层肌理交由CNC精雕、3D打印完成标准化打样，保障同批次产品版型稳定，花丝堆叠、錾刻走线、点蓝烧色等承载工艺灵魂、考验匠人功底的工序，则保留手工完成。激光微雕技术的成熟应用，让汝窑天青、唐彩赭红等古典釉色稳定附着于贵金属表面，拓宽了中式美学的表达边界，在规模化生产效率与手工温度之间找到平衡点。不少新锐设计师另辟蹊径，推出模块化、可重组的国风首饰，吊坠可转换为胸针，宝石组件自由更换，一件作品适配多元穿搭场景，契合可持续消费理念，和快时尚饰品一次性消费模式形成区隔。

古风首饰热度攀升的同时，行业乱象也相伴而生。记者走访发现，不少中小商家仓促跟风入局，省略文化考据环节，直接取用网络纹样投产，唐宋纹样胡乱混搭、器物形制出现错讹。更有商家借助直播、商品标签夸大宣传，假借“非遗花丝”“古法手工”吸引客流，产品实则全系机雕量产，依靠文化概念虚抬溢价，持续透支消费者信任。

在专家看来，行业亟需联动品牌、文博机构、考古学者与非遗传承人，共建纹样溯源数据库，出台清晰的工艺标注标准，明确区分全机雕、半手工、全手工等制作形式，推动工艺信息透明化，夯实行业发展根基。

理性观潮：
读懂消费新逻辑，建立选购新标尺

“国风首饰走红，不是短期流量红利，而是文化自信下沉至日常消费的鲜明信号。”产业研究专家表示，本轮唐风宋韵首饰热潮，是叙事型消费崛起的缩影。消费者购置的早已不止贵金属本身，而是审美认同、情绪价值、文化叙事与社交表达叠加形成的复合需求。年轻人愿意为东方美学支付溢价，折射出大众审美选择权的转变：不再单向追随外来审美，主动从本土文脉中寻找自我表达的载体。这种消费转向，倒逼行业摒弃“以料定价”的单一评价模式，建立文化、设计、工艺价值协同评估的新体系，这也是历史经典产业升级的内生动力。

该专家提出，国风首饰正在打破悦己、礼赠、收藏之间的刚性边界，催生“阶段性纪念消费”新形态。不少年轻人选择一枚小巧的唐风宋韵首饰，作为自我嘉奖、纪念人生节点的情感信物，消费场景跳出婚嫁、祝寿等传统礼赠范畴，首饰承载的情感价值持续放大。面对市场热潮，消费者仍需理性甄别，避开营销陷阱。其一，不必执着于原样复刻出土器物，优质国风设计重在摄取唐宋审美气韵，优先适配现代佩戴需求；其二，细看工艺标注，分清机雕量产、半手工修饰、全手工创作的差异，理性看待溢价，不要被“非遗”“古法”标签裹挟；其三，优先考量佩戴体验，不必盲目追捧繁复厚重造型，舒适度与场景适配是长期佩戴的基础；其四，摆正价值预期，国风首饰核心价值在于审美表达，不等同于投资藏品，切勿受营销话术诱导，抱着保值增值心态盲目入手。

消费端的审美觉醒与理性选择，也推动了供给端提质升级，形成良性循环。专家表示，唐风宋韵首饰的流行契合消费升级大势，精准承接市场差异化、细分需求，对珠宝行业与非遗工坊拉动作用显著。长期以来，行业深陷同质化竞争，比拼重心局限于原料价格；唐宋美学的挖掘转化，推动竞争维度转向原创设计、工艺质感与文化内涵。这条赛道，也为花丝镶嵌、錾刻、烧蓝等传承压力较大的非遗技艺打开大众市场，让非遗工坊获得稳定订单、持续创作收入与传承阵地，实现活态传承。

标准聚焦

新版贵金属首饰强制性国家标准发布实施

统一争议判定标尺 降低维权举证门槛

本报讯（记者 **贾淘文**）贵金属首饰是社会关注度较高的消费品类，也是消费投诉纠纷多发领域。近日，国家市场监督管理总局（国家标准化管理委员会）批准发布GB 11887—2026《首饰 贵金属纯度、标识和命名规则》强制性国家标准，自2027年11月1日起正式实施。该标准由工业和信息化部提出并归口，全国首饰标准化技术委员会组织修订，汇集检测机构、品牌企业、计量院所等多方主体共同参与起草。标准替代GB 11887—2012《首饰 贵金属纯度的规定及命名方法》，覆盖黄金、铂金、钯金、银等主流贵金属首饰产品，为贵金属首饰的生产制造、检验监管、消费选购提供更加清晰严谨的技术依据，将有效破解长期以来部分消费纠纷判定口径不一、消费者举证难的痛点。

黄金、铂金、钯金、银等贵金属首饰消费纠纷，不少源于标识模糊、命名随意、复合材质标注不清。以往，部分商家利用非标准化商贸俗称、模糊标签、多材质混配设计制造信息差；在调解和争议处置过程中，对于宣传表述是否合规、产品是否符合技术要求，各方容易产生理解分歧。消费者往往需要投入较高成本搜集证据、辨析专业术语，维权耗时费力。作为强制性国家标准，GB 11887—2026针对非贵金属使用、标识命名等市场突出问题划定硬性技术底线，既是生产制造、检验监管的技术准则，也将成为消费争议调解、检验判定、纠纷处置的刚性技术支撑。

标准进一步完善纯度体系，衔接ISO国际标准，扩充贵金属纯度序列；同时结合国内行业发展趋势，保留“足（金、铂、钯、银）”（纯度不低于990‰）为最高纯度表述，压缩纯度虚标、概念炒作空间，从源头减少纯度相关争议。针对多材质组合首饰，新标准强化异质部件标注管理，要求对搭配的非贵金属部件清晰标识，防范贵金属含量偏低产品借贵金属概念营销；同时兼顾首饰工艺特性，对弹簧、轴承等功能性配件设置适配规则，兼顾工艺创新与质量底线，避免“一刀切”判定引发新的争议。

印记与命名规则的修订，直接服务于消费纠纷的清晰判定。新标准统一贵金属首饰印记定义，明确首饰责任印记、贵金属材料、纯度及主钻石质量标注要求，以“责任印记”替代原有“厂家代号”，实现责任主体可追溯。标准规定贵金属质量统一以克（g）为单位标注；产品命名仅可包含材料、纯度、珠宝玉石名称和首饰品种，珠宝玉石不得使用商贸俗称，覆盖层、纺织品、配件等不得纳入产品命名范畴，将品名限定在真实材质框架内，挤压商家玩“文字游戏”的空间。

这一系列刚性条款，将让市场监管部门、消协组织、检验检测机构在处置投诉时共用同一套判定依据。消费者选购商品时，对照标准即可核验标签、印记、品名是否合规，无需自行甄别各类自创叫法与模糊宣传；发生消费争议后，标准条款可作为判定产品标识、命名、材质标注是否合规的明确依据，减少同类纠纷处置结果不一的现象，简化核验流程，降低消费者举证难度。一年的过渡期也为监管部门、消协组织、检测机构预留了标准学习、更新判定口径、开展消费教育引导的缓冲时间。

据悉，中国轻工业联合会将积极组织相关标准化技术委员会，面向行业企业、检验检测机构和销售终端开展标准宣贯、培训与解读工作，引导企业依照新标准优化生产工艺、健全质量管控、规范标识标注，推动标准要求落地见效。本次标准升级，厘清贵金属首饰消费领域的信息迷雾，统一争议判定尺度，护航放心消费，引领首饰行业规范有序、高质量发展。

树立技艺标尺 规范产业发展

《金银饰品古法技艺制作规范》团体标准立项

本报讯（记者 **贾淘文**）近日，《金银饰品古法技艺制作规范》团体标准通过北京工艺美术行业协会立项评审。该标准由北京工美集团有限责任公司、北京握拉菲首饰有限公司、北京市工艺美术技师学院、北京国首珠宝首饰检测有限公司联合牵头申报，直面古法金银技艺传承与市场治理中的现实难题，为千亿规模的古法金银饰品市场搭建统一技术共识框架，推动传统工艺美术正本清源、实现活态有序传承。

古法金银饰品制作技艺是我国传统工艺美术重要门类，历史底蕴深厚、工艺特色鲜明。伴随国潮消费持续升温，古法金银品类市场空间不断拓展，产品覆盖陈设品、器皿、首饰等多个品类，首饰板块增长尤为突出，全国年销售额超千亿元。市场热度持续走高的同时，不同金属基材、不同加工方式、不同表面装饰材料的产品纷纷入市，大量产品共用“古法”概念，行业边界日渐模糊。

长期以来，行业产品形态多样、品类划分不清、技艺定义缺乏统一口径，集中表现为技艺表述不统一、工艺流程不规范、质控标准不清晰、传承体系不系统，缺少一套统一、权威、可落地的行业规范。概念泛化直接造成市场价格秩序混乱，损害企业、商家、消费者多方合法权益，扰乱行业良性发展节奏，也对古法金银传统技艺本身造成冲击，制约技艺的规范化传承、产业化发展与市场化推广。

作为本次标准牵头单位，北京工美集团承载多项国家级、市级、区级非物质文化遗产项目，拥有“中华老字号”“北京老字号”“中国驰名商标”等品牌资质，是北京乃至全国工艺美术行业的标杆企业。本次联合申报的协同单位，分别深耕非遗首饰生产、工艺美术职业教育、贵金属首饰检测领域，形成产业实践、人才培育、检测认证协同联动的编制团队，立足一线实操积淀，针对性破解行业共性难题。

据立项披露信息，本次团体标准制定，将重点实现三方面价值：一是正本清源、规范技艺，统一行业技艺标准；二是赋能传承、规范教学，助力传统工艺有序传承；三是提质升级、赋能产业，推动北京工艺美术传统技艺创新性发展、规范化发展。

标准正式生效并推广应用后，将从产业链各环节释放正向引导作用。对于生产端与技艺传承端，统一的技艺表述、工序要求与质量控制共识，能够帮助合规经营主体厘清工艺边界，消除同工艺不同说法、同类产品质控尺度不一带来的行业内耗，让繁复耗时的传统手工技艺价值得到客观公允的体现；对于职业院校与师徒传承场景，标准化技术内容可作为教学参考蓝本，将长期依靠口传心授的经验转化为稳定、可系统学习的教学素材，推动技艺传承由零散化走向体系化；对于检测机构与终端销售环节，统一的技术口径将搭建起各方共通的沟通语言，支撑行业自律评价与工艺溯源核验，引导市场竞争回归工艺本身、文化内涵本身，有效遏制单纯依靠概念炒作的营销行为，带动产业提质升级。

对广大消费者而言，标准落地将带来更加直观清晰的消费指引。选购古法金银饰品时，消费者可将商家是否明示产品遵循本标准作为重要参考，便于区分依照规范古法技艺制作的产品与仅做仿古外观处理的饰品；在咨询、比价过程中，也能够依托统一的工艺口径，向商家核实产品的工艺特征、制作工序，减少因“古法”定义模糊产生的信息不对称；一旦出现消费纠纷，这份规范也可作为双方协商、调解的重要参考，帮助消费者理性辨识工艺价值，降低被夸大宣传、虚高概念误导的风险，更好守护自身消费权益。

行业人士表示，该标准的立项将为生产端、销售端、教学端搭建统一沟通框架，兼顾传承人的技艺价值保护与消费者合法权益维护，靶向化解市场乱象。依托标准化路径，把口传心授的传统技艺经验固化为可落地的规范体系，让古法金银技艺在产业化浪潮中守住文化内核。下一步，编制组将有序开展行业调研、样品验证、征求意见等工作，广泛吸纳传承人、生产企业、检测机构、教育单位意见，稳步推进标准编制，助力工艺美术传统技艺在标准化护航下，持续释放文化价值与市场活力。

一家之言

以匠心设计展现中国珠宝东方气韵

□ 左 鲤

珠宝首饰，是可佩戴的文明，是流动的文化名片。数据显示，2025年我国珠宝玉石首饰产业市场规模达9780亿元，在复杂市场环境下实现稳步增长，国风、古法类产品成为拉动产业提质升级的重要力量。这一增长背后，不只是消费偏好的转向，更是匠心设计、传统工艺与中式纹样正在改写行业的价值逻辑。植根中华沃土的传统工艺与中式纹样，正在重塑我国珠宝产业的价值坐标，推动行业从原料竞争、规模扩张，转向以文化价值、原创设计驱动的高质量发展新赛道。

笔者认为，坚守匠心、赓续传承，用好传统工艺与美学资源，以匠心设计展现中国珠宝的东方气韵，是行业夯实本土根基、面向世界表达东方审美的必由之路。

第一，传统工艺与经典纹样重塑价值逻辑，推动产业摆脱原料依赖，构建差异化文化溢价体系。过去很长一段时间，国内珠宝行业存在重材质、轻创意的路径依赖，产品同质化突出，价值锚点高度绑定贵金属、宝玉石价格，抗周期风险能力偏弱。中式纹样“有图必有意，有意必吉祥”，寄托着中国人和合共生、向善祈福的精神追求。这些技艺与符号，绝非简单的装饰手段，而是独属于我们的价值内核。伴随国风赛道持续升温，越来越多品牌深耕古法工艺、原创纹样，小克重、重设计的国风产品持续走热。这场转型的本质，是将匠心技艺、文化符号转化为消费者可感知、可认同的文化价值，用文化附加值对冲原料价格波动带来的压力，为产业培育稳定持久的内生动力。

第二，传统美学赋能原创设计，打通古今审美通道，在消费场景中厚植文化自信。文化传承不等于简单复刻古物，活化传统的关键，在于实现传统与当代的审美对话。新一代消费者对国风珠宝的需求，早已跳出纹样堆砌的浅层国潮，更加青睐适配现代生活、简约克制而底蕴深厚的东方表达。当代设计师从古画、石窟、织锦、古器物中萃取美学元素，对繁复古法工艺做轻量化转译，让花丝、錾刻等手艺走出小众收藏圈，化为日常可佩戴的首饰。沉睡在典籍与博物馆中的纹样走出展柜，小众非遗手艺走进寻常生活，在一次次消费选择之中润物无声地传递中华审美，让文化自信融入触手可及的首饰之上。

第三，匠心设计搭建国际化传播桥梁，助力中国珠宝跳出代工思维，以东方审美参与全球时尚对话。我国拥有完备的珠宝产业链，长期是全球重要的珠宝加工基地，但在过去的国际时尚话语体系中，大多以代工者的身份出现，缺少辨识度高、扎根本土文化的品牌符号。体量小巧、便于流通的珠宝，是天然轻量化的文化传播载体。依托传统工艺、中式纹样打造的原创首饰，正在获得海外市场的认可，海外消费者也更愿意为独一无二的东方匠心与美学叙事支付溢价。这意味着中国珠宝有机会摆脱对西方审美范式的追随，建立自主的美学话语，以工艺之精、纹样之美，传递温润包容的东方价值，让东方气韵变得可触摸、有温度。

当然，守匠心不等于固步自封，文化赋能产业更忌空谈概念。推动传统工艺持续赋能珠宝行业，一方面要做好技艺抢救记录、传承人梯队建设，夯实传承根基；另一方面坚持守正创新，善用数字化手段留存古法技艺，同时完善原创知识产权保护，遏制抄袭跟风乱象，守护手艺人与设计师的创作初心。只有坚持守正创新，方能让古老技艺持续转化为原创设计的活水，让中国珠宝独有的东方气韵，在时代浪潮中行稳致远。