

# 阿里妈妈 热点指南



秋冬  
饰品

2024年  
珠宝配饰趋势洞察



# 目录

- 01 珠宝首饰行业发展概览
- 02 珠宝首饰品类洞察
- 03 珠宝首饰风格趋势
- 04 附录-淘宝天猫饰品-特色100商家
- 05 阿里妈妈产品赋能



# 01

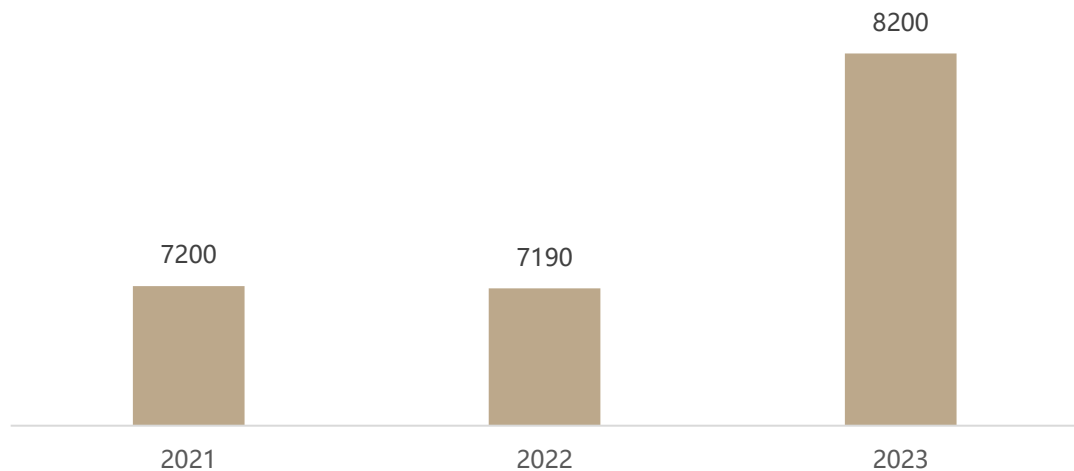
## 珠宝首饰行业概览



# 中国珠宝饰品行业市场规模快速扩张，同时金价持续上涨，行业整体向好

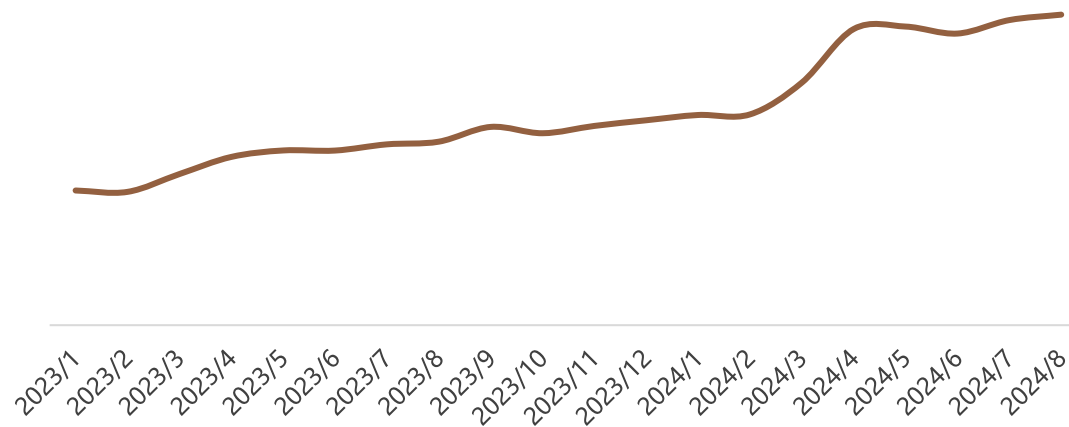
2023年我国珠宝饰品规模突破8000亿元，在金价持续升高的驱动下，珠宝首饰行业增长势头强劲。

### 近3年中国珠宝饰品行业市场规模 (亿元)



数据来源：中国珠宝玉石首饰行业协会

### 2023年起黄金加权平均价 (元/克)



数据来源：上海黄金交易所

# 黄金珠宝欣欣向荣，工艺进步使得黄金饰品更具美观性、功能性，消费属性增强

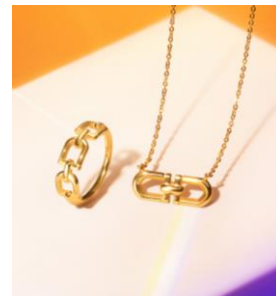
黄金产品的工艺不断升级，如今运用较广的有3D/5D，古法金、5G黄金、K金等；运用不同工艺可以创造出不同的效果，满足消费者多样化的审美需求。

工艺	应用时间	工艺特点	计价
普通足金	从古至今	熔炼、铸模、打磨、抛光的传统工艺，质地较柔软，易磨损、变形	工费：古法金 > 5D ≈ 5G > 足金 价格：古法金 > 5D > 5G > 足金
3D/5D硬金	2014	电铸工艺，特点是重量减少、硬度提升（传统足金的4倍），可制作更复杂的造型	
古法金	2017	传统古法配以手工艺进行表面处理，工艺复古，做工厚实	
5G黄金	2019	加入石墨烯及稀有元素，紧密黄金分子结构，增加硬度	
K金	较久	与其他金属混合，提高硬度和颜色多样性	

古法金



5G黄金



3D/5D硬金



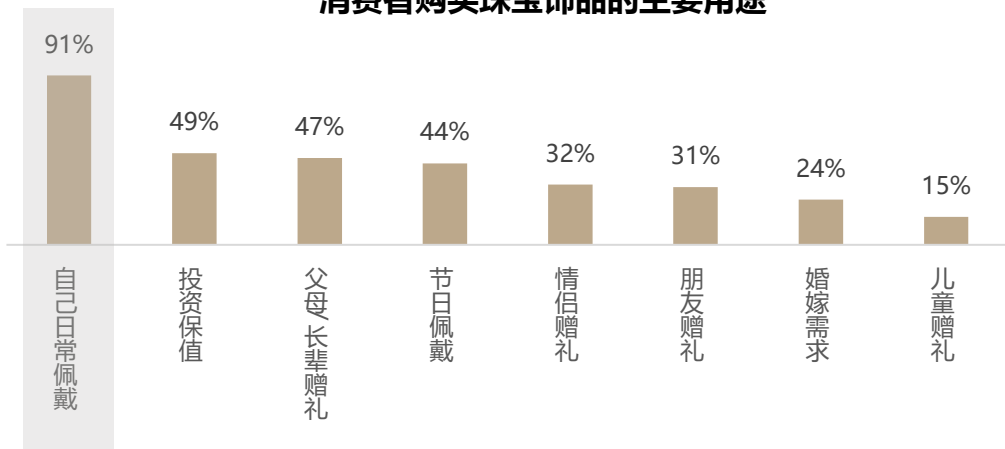
K金



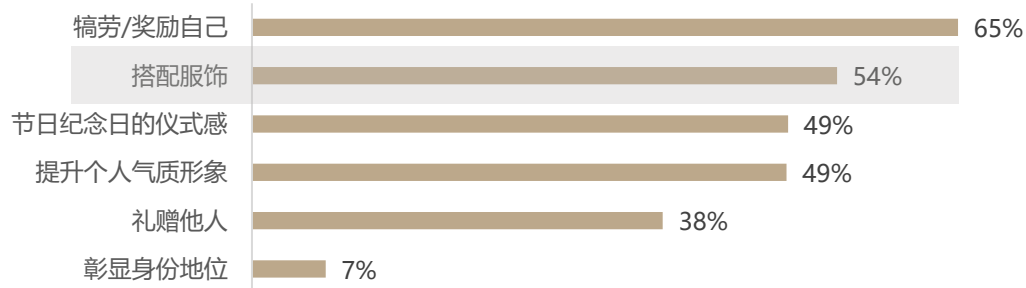
# 悦己消费兴起，不同场景、风格下的自戴需求成为珠宝饰品主要消费动因

超过50%的消费者购买珠宝饰品的主要动因是搭配服饰，悦己消费受追捧；其中职场穿搭及饰品搭配是需求最高的场景，其次是日常娱乐、约会、疗愈及旅行场景，各场景下所需求的搭配风格多样。

消费者购买珠宝饰品的主要用途



消费者购买珠宝饰品的主要动因



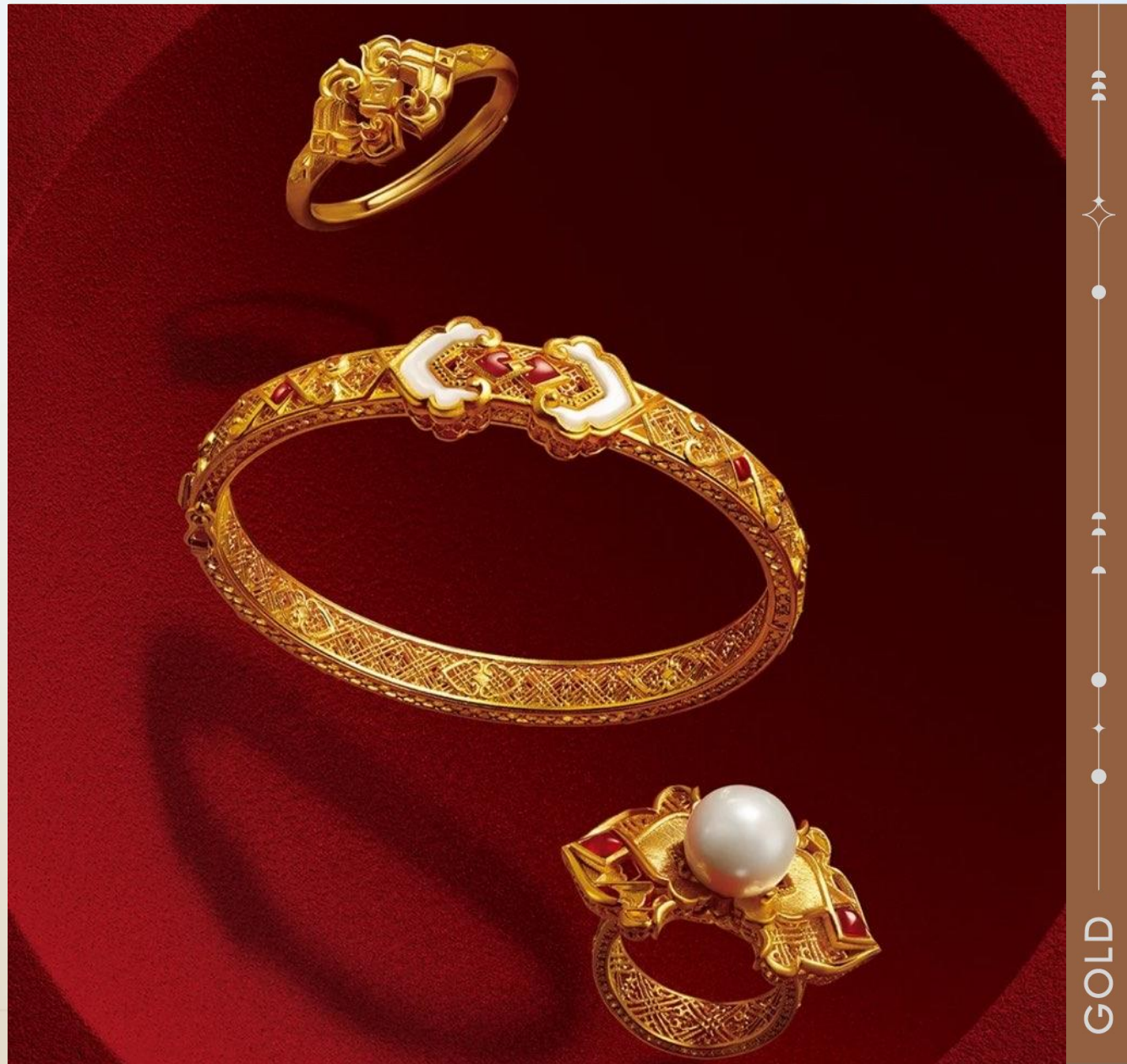
珠宝饰品搭配场景&风格



数据来源：TMIC 9月问卷调研 (N=1583)，智篆GI

# 2.1

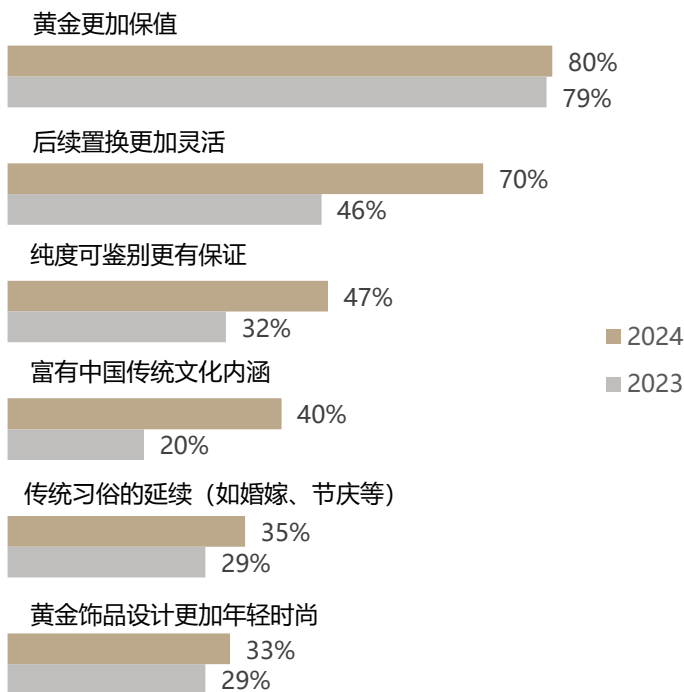
## 黄金品类趋势洞察



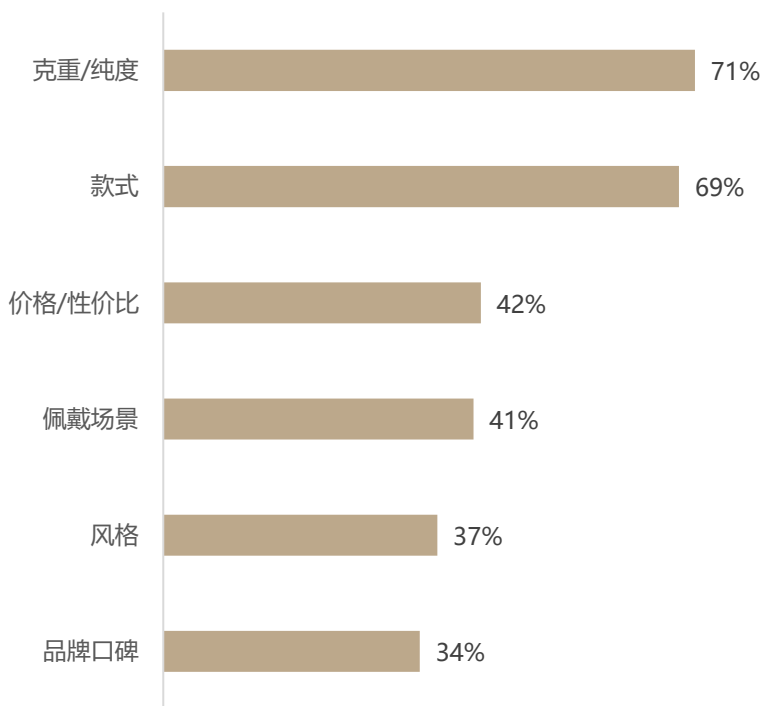
# 对置换灵活、纯度保证的需求增长，新工艺设计款更受消费者青睐

消费者选择黄金同时受多种因素驱动，保值依然是最主要的原因，消费者较去年更加看重置换灵活、纯度保证和其具有的中国传统内涵；克重/纯度、款式是消费者购买黄金首饰时的核心关注因素；在款式偏好上，近六成消费者喜欢新工艺设计款，此外小克重黄金配件、IP联名款也收到消费者的喜爱。

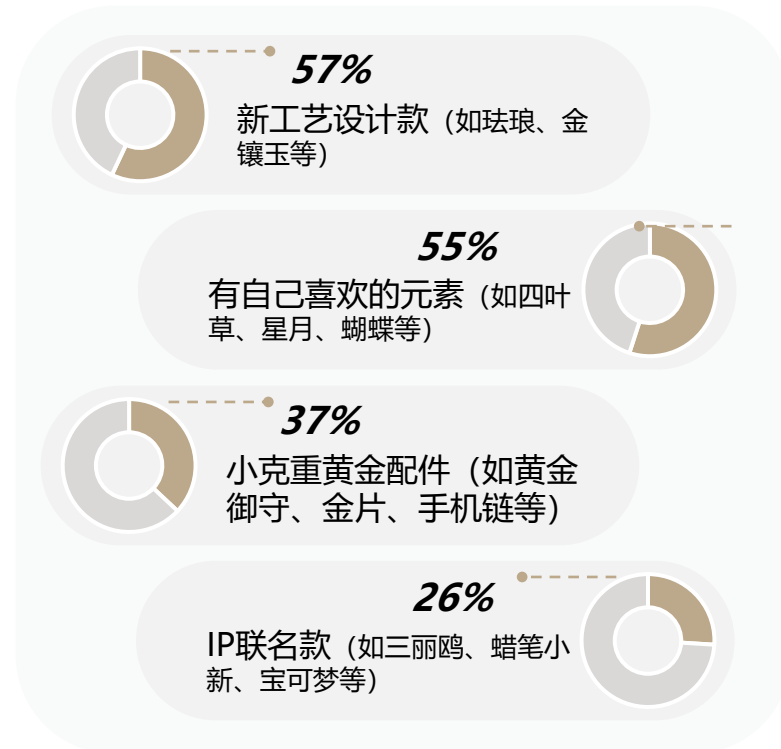
消费者选择黄金产品而非其它珠宝原因



消费者购买黄金首饰的主要关注点



消费者购买黄金首饰偏好款式

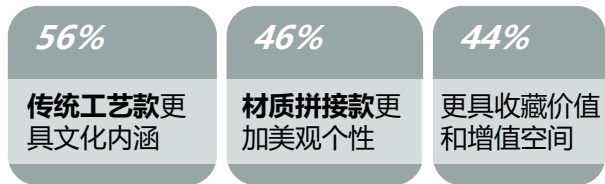


数据来源：TMIC 9月问卷调研 (N=1583)

# 传统工艺款|珐琅黄金饰品热度最高，烧蓝产品有一定的受众

黄金用户喜欢新工艺设计黄金饰品中的传统工艺款和材质拼接款。传统工艺款出现复兴潮，珐琅黄金首饰受到用户青睐，烧蓝产品与珐琅产品外表相近，但工艺难度更大、成本更高，有自己稳定的受众，始终不及珐琅产品普及，珐琅、烧蓝黄金首饰消费目前主要集中在手饰上；其余传统工艺产品暂未被大部分消费者所接受。

## 消费者偏好什么新工艺设计款黄金



## 黄金首饰主要传统工艺介绍

<b>珐琅</b>	主要使用有机树脂，在200°C以下低温烧制，一般以单色为主，不能叠烧，一次成型
<b>烧蓝</b>	使用多种天然无机矿物质，在800~1000°C高温烧制，以多色渐变变色为主，可反复叠烧
<b>掐丝</b>	将黄金金属细丝，按照墨样花纹的曲屈转折，掐成图案
<b>螺钿</b>	选用螺壳或海贝，制作成螺钿薄片，镶嵌到黄金制成的基本框架上
<b>锤铸纹</b>	用锤敲打金块，使之延伸展开呈片状，再按要求造成各种器形和纹饰
<b>炸珠</b>	把黄金溶液滴入温水中，形成大小不等的金珠

## MAT24淘系黄金首饰分工艺

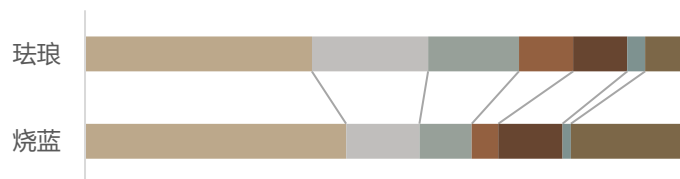
### 消费人数及同比增速



## MAT24淘系组黄金首饰分工艺

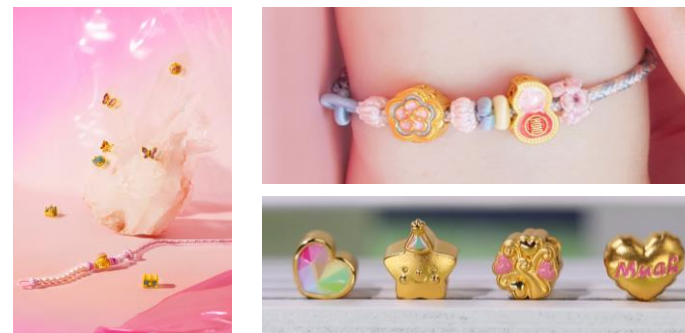
### 分类目分布

■ 手饰 ■ 颈饰 ■ 吊坠 ■ 手链 ■ 定价路路通 ■ 耳饰 ■ 其他



数据来源：TMIC 9月问卷调研 (N=1583)，阿里消费洞察，公开资料整理

## 珐琅



## 烧蓝



# DIY款|小克重配饰设计新潮、灵活性强、满足多样化选择，花果DIY配饰受到欢迎

随着金价上涨，购买黄金首饰成本增加，许多消费者选择自制黄金首饰，黄金DIY因此在社媒上讨论度持续攀升，不少用户用小克重黄金自己进行搭配；小克重配饰因其种类丰富/选择性多、设计新潮、灵活性强，受到了消费者的喜爱；其中花果DIY款配饰热销、潜力巨大，特殊造型紧随其后。

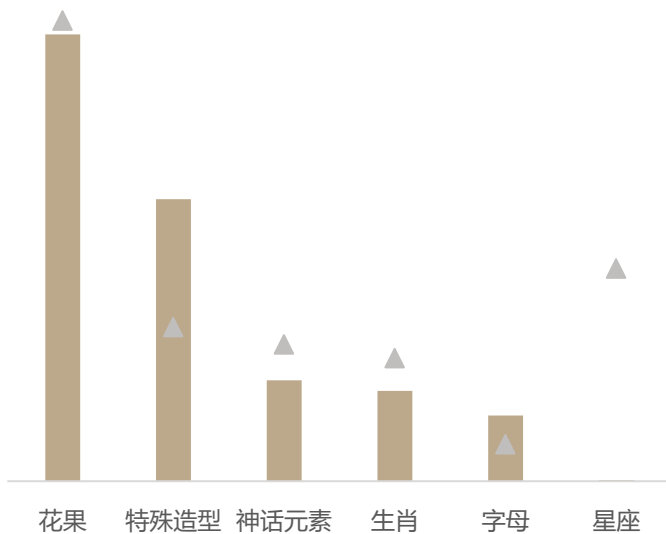
MAT24黄金DIY社媒声量



MAT2024淘系小克重黄金配饰DIY款

消费人数及同比增速

■ 消费人数 ▲ 同比增速



黄金DIY款热门搭配



社媒黄金DIY内容讨论



小克重配饰  
#挑战仅用一克金 首饰大焕新

热门笔记

Hashtag:

#黄金转运珠DIY

#手绳编织



转运珠搭配

“转运珠配即视感”上各种各样的小吊坠有种潘多拉即视感”



项链改手链

“没有手链无所谓，姐会自己做，用18k项链diy”

数据来源：阿里消费洞察，智篆GI

新艺术设计

小克重配饰

IP联名

# 配饰款|黄金配饰成为新风潮，黄金挂件受到许多用户喜爱

除了传统的黄金首饰应用场景之外，黄金配饰开始崛起，社媒上用户对黄金配饰的各种应用讨论热情高涨；黄金挂件受到广泛的喜爱和应用，而手机贴/钥匙扣等新兴应用场景潜力巨大，被越来越多的用户所接受。

新工艺设计  
小克重配饰  
IP联名

## 社媒配饰款黄金内容讨论

黄金配饰社媒声量近一年增长 **400%+**  
vs黄金首饰 **170%+**



挂件

“真的好可爱啊，铃铛一响，黄金万两”

### 热门笔记

Hashtag:

#幸运配饰

#最别致的配饰

#配饰不重样



车钥匙扣

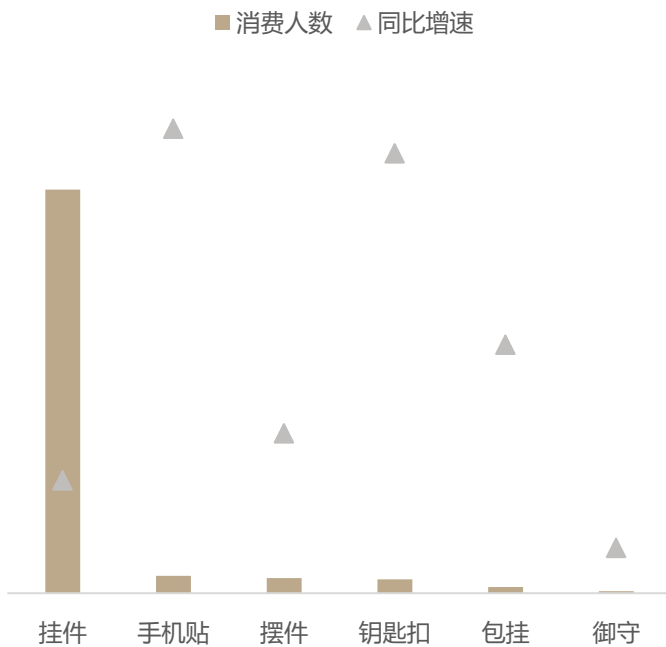
“黑色，简单大方，最重要的是耐脏”



手机贴

“0.2克的黄金玫瑰当手机贴居然这么美”

## MAT24淘系配饰款黄金细分款式消费人数及同比增速



数据来源：阿里消费洞察，智篆GI

## 配饰款黄金热门搭配



卡通手机贴



财神手机贴



龙鳞纹平安扣+黑色编绳

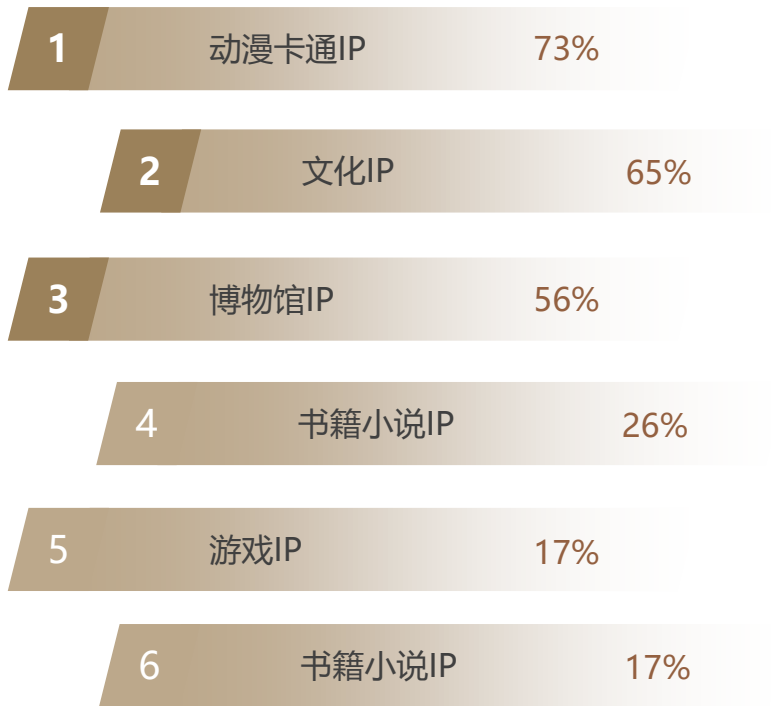


葫芦+编绳

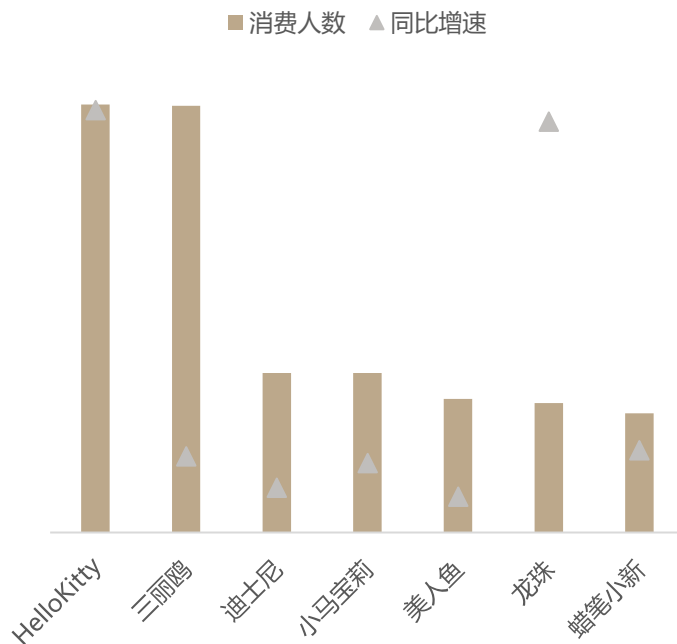
# 动漫卡通和文化类IP受追捧，HelloKitty和三丽鸥为热门IP

最受欢迎的黄金首饰IP类型是动漫卡通IP，其次是文化IP；HelloKitty、三丽鸥为当前大热IP，受到黄金用户的青睐，其中HelloKitty联名潜力大

消费者偏好的IP款黄金首饰类型



MAT24淘系黄金各IP消费人数及同比增速



IP联名黄金产品



数据来源：TMIC 9月问卷调研 (N=1583)，阿里消费洞察

新工艺设计  
小克重配饰  
IP联名

# 2.2

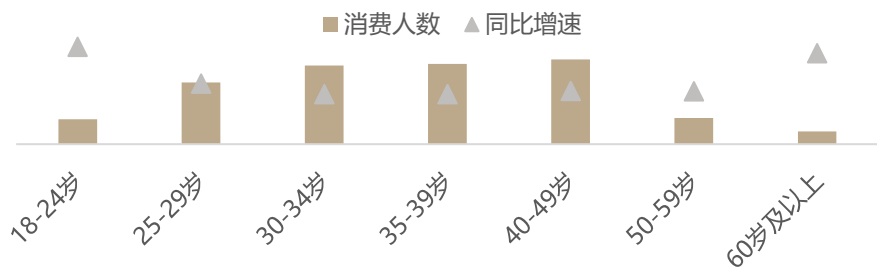
## 珍珠品类趋势洞察



# 珍珠饰品人群年龄两极化，00后爱跨境，熟龄人群偏好专卖品牌私域渠道

近一年，00后和60岁以上的老年人消费热情高涨，并呈现出不同的购买偏好。00后更偏好国际知名品牌和新锐品牌，除了电商平台，相比其他人群，他们更倾向于通过跨境电商购买珍珠饰品；而40岁以上熟龄人群则更信任珍珠专卖品牌，喜欢在大牌珠宝珍珠专区和社交媒体渠道释放消费热情。

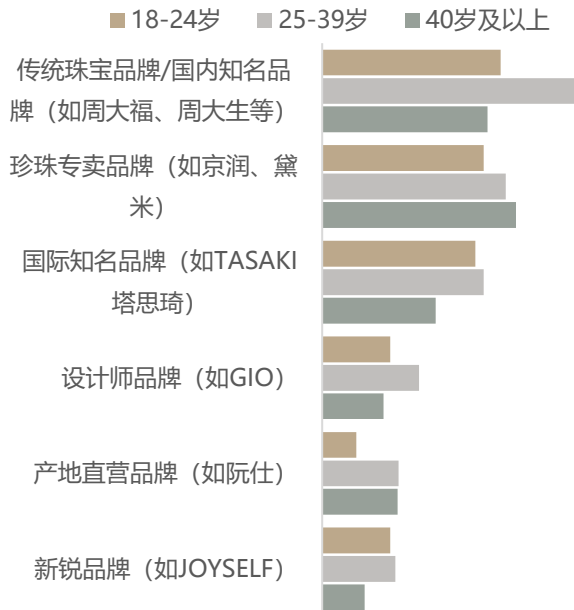
MAT24淘系珍珠饰品消费者年龄分布



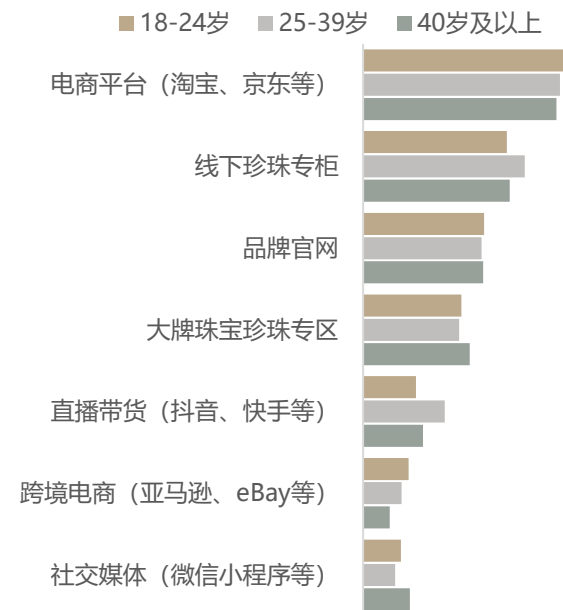
MAT24淘系珍珠饰品消费者跨品类偏好

 <p><b>精致爱美</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>LED/光类美容仪</li> <li>电子美容仪</li> <li>头皮精油/精华</li> <li>唇部精华</li> <li>沐浴油</li> </ul>	 <p><b>优雅时尚</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>弹力靴/袜靴</li> <li>玛丽珍鞋</li> <li>汉服</li> <li>皮草</li> <li>水桶包</li> </ul>
--	---

分年龄消费者珍珠饰品购买品牌偏好



分年龄消费者珍珠饰品购买渠道偏好

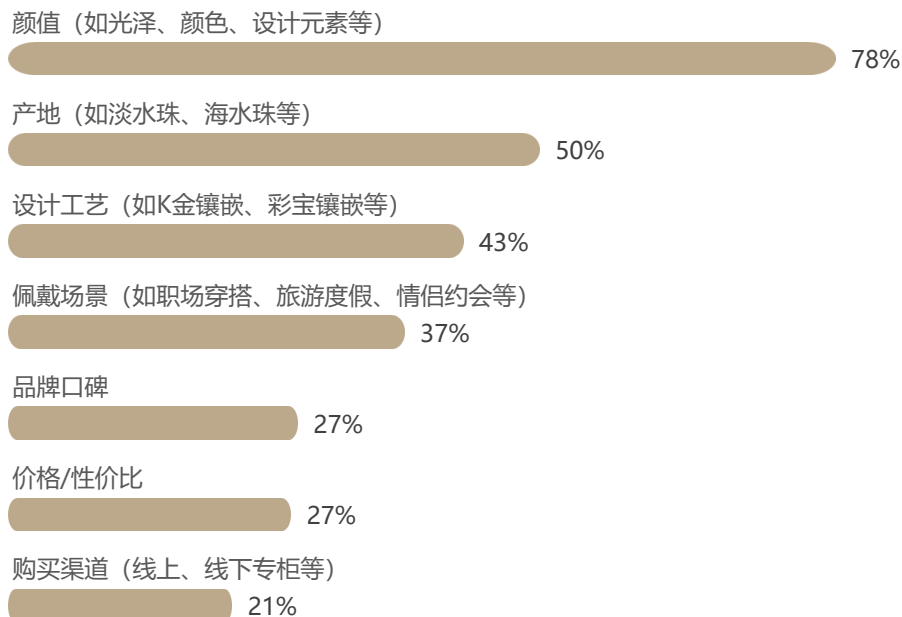


数据来源：阿里消费洞察，TMIC 9月问卷调研 (N=334/258)

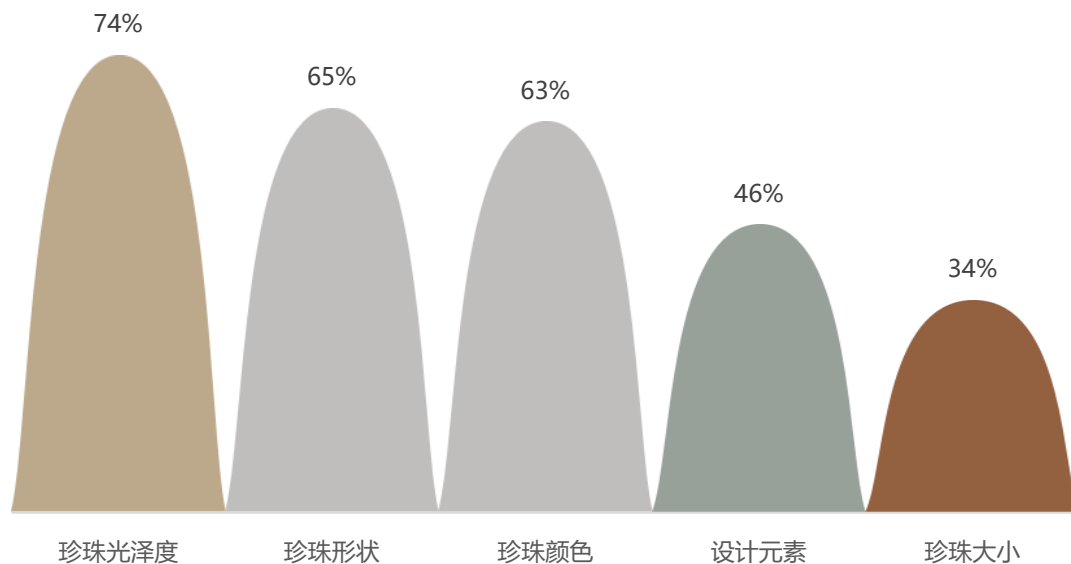
# 珍珠颜值是核心关注因素，光泽度、形状和颜色决定消费者审美偏好

作为饰品，珍珠的颜值仍然是消费者购买时的核心关注因素。其中，代表珍珠品质的光泽度最受关注，同时，更为丰富多样的珍珠形状和颜色也获得了消费者的青睐。同时，有一半的消费者会关注珍珠的产地。

### 消费者珍珠饰品购买关注点



### 消费者珍珠饰品颜值关注点



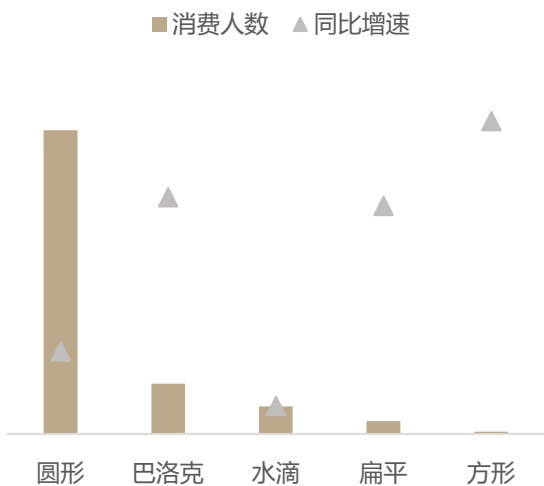
数据来源：TMIC 9月问卷调研 (N=1226/954)

# 异形和小众色系珍珠成为越来越多消费者首选

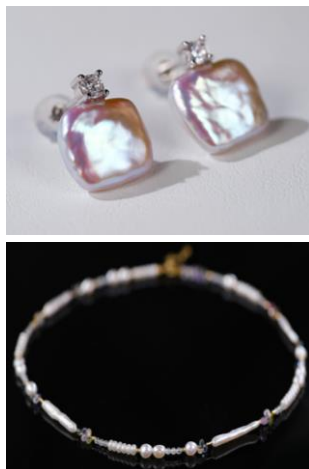
不同形状和颜色的珍珠更能够匹配不同年龄、肤色以及搭配的需求。随着大众对于珍珠了解度增加和审美的提升，异形珍珠，如巴洛克、扁平、方形，以及小众色系如红色系、蓝色系、灰色系等珍珠更受到消费者的关注。

跳脱寻常款  
大体量感  
新工艺设计

MAT24淘系珍珠饰品不同形状消费者人数及同比增速

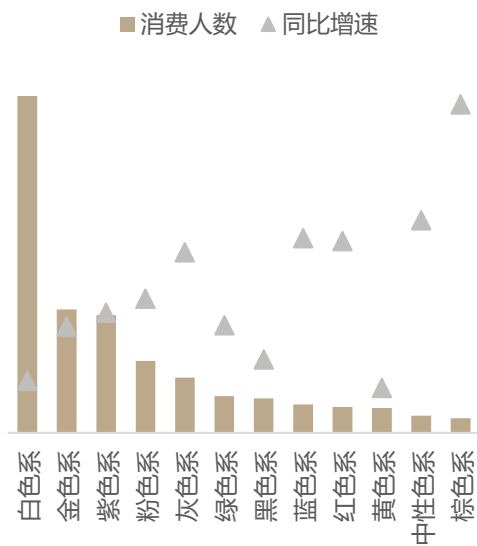


不同珍珠形状

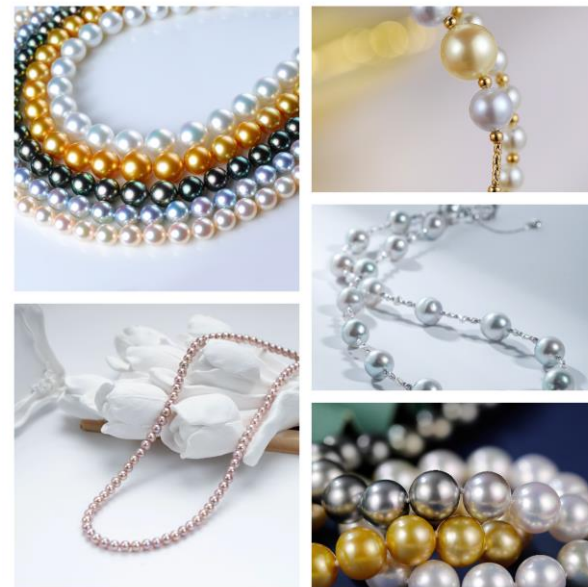


\*图片由海蒂提供

MAT24淘系珍珠饰品不同颜色消费人数及同比增速



不同颜色珍珠



\*图片由海蒂、阮仕、黛米提供

# 消费者对珍珠饰品设计感的追求增加

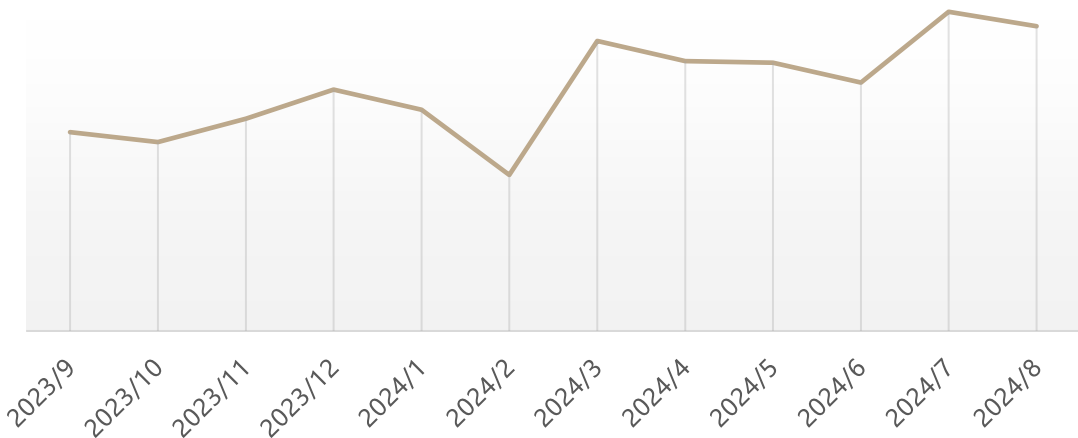
珍珠饰品能够驾驭更多款式和设计元素。今年3月开始，社交平台消费者对于设计感珍珠饰品的声量上了一个台阶，7月再上一个台阶，消费者对于珍珠饰品的追求不再仅限于珍珠本身，也更关注珍珠饰品的设计感。

消费者选择珍珠饰品的原因

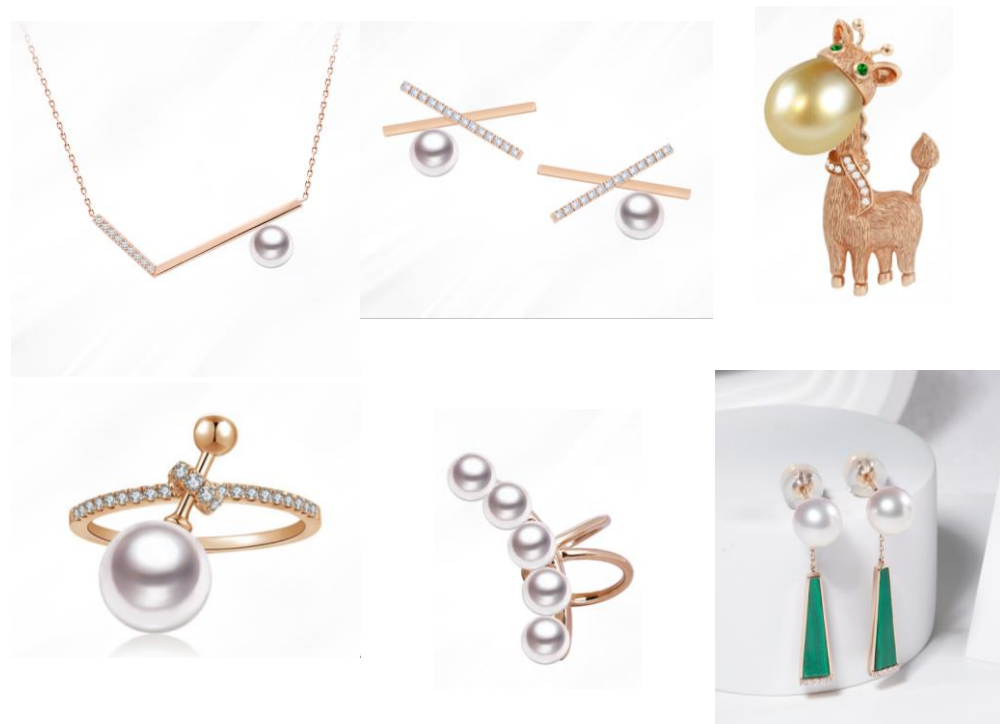
49%

珍珠饰品的款式更为多样，如项链、耳饰、手链、胸针、发饰等

社媒设计感珍珠饰品声量



设计感珍珠饰品



\*图片由GiO珠宝提供

数据来源: TMIC 9月问卷调研 (N=1226)

跳脱寻常款

大体量感

新工艺设计

# 通过珍珠叠戴等方式带来大体量感视觉冲击，成为时髦人士的搭配首选

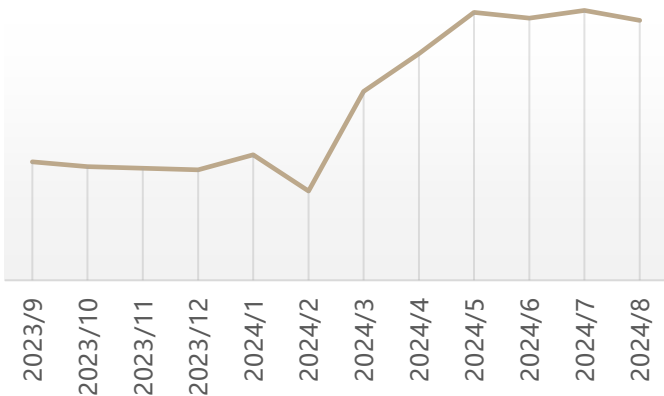
近一年，珍珠叠戴等话题在社媒上的热度不断走高，人们通过“珍珠叠戴公式”“珍珠项链戴法合集”等热帖讨论不同叠戴方式。大体量感珍珠配饰应运而生，从淘系数据来看，颈饰和手饰是这类配饰的主流。

跳脱寻常款  
大体量感  
新工艺设计

社媒珍珠饰品叠戴声量

#珍珠叠戴 #项链叠戴 #珍珠项链搭配

近一年互动量**86万+**

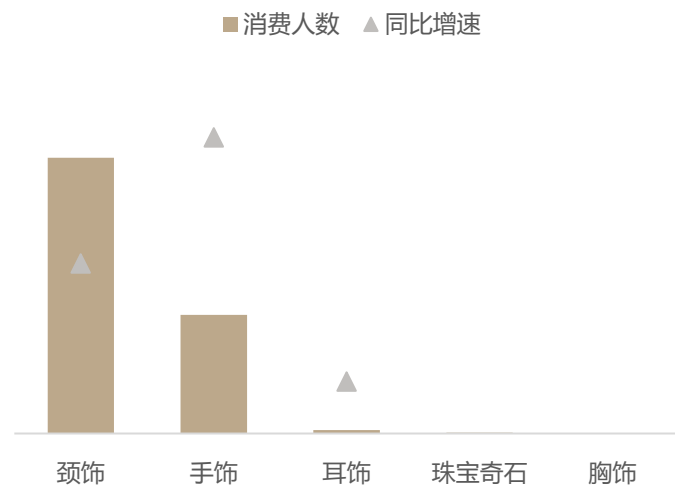


社媒珍珠饰品叠戴方式



MAT24淘系不同类目大体量感珍珠饰品

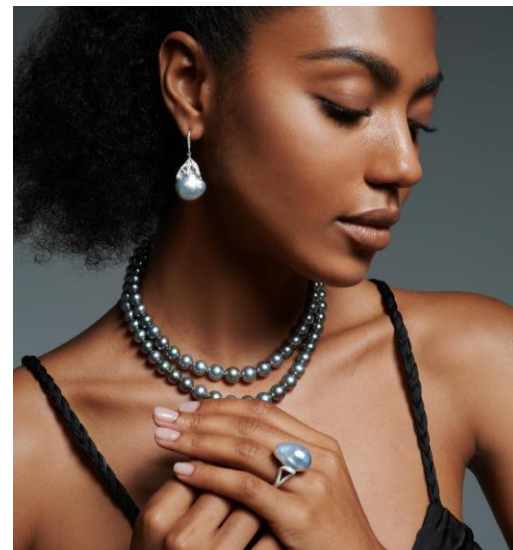
消费人数及同比增速



数据来源：智篆GI，阿里消费洞察

# 大体量感珍珠饰品

跳脱寻常款  
大体量感  
新工艺设计



\*图片由京润珍珠、黛米、GiO珠宝提供

# 新工艺升级，多种材质镶嵌珍珠饰品成热门

随着珍珠镶嵌工艺的升级，多种材质镶嵌珍珠饰品陆续进入市场，不仅提升了产品美观度，也满足了消费者更多元化的需求。K金镶嵌最为主流，水晶、玛瑙、锆石、宝石等镶嵌珍珠饰品受欢迎程度增加。玉石、玛瑙、宝石类镶嵌以颈饰为主，黄金、锆石和钻石镶嵌有一定比例耳饰，而水晶镶嵌的类目最为丰富。

跳脱寻常款  
大体量感  
新工艺设计

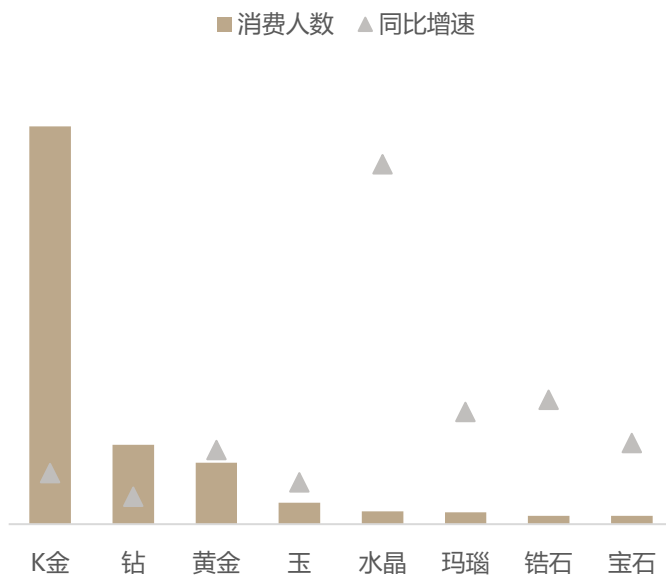
## 社媒珍珠饰品混搭内容讨论



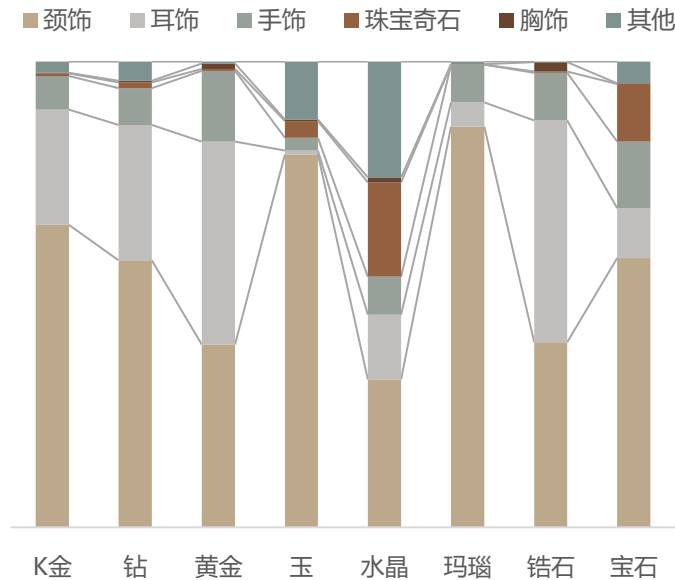
**热门笔记Hashtag:**  
#黄金配珍珠  
#饰品就要blingbling  
#珍珠手作



## MAT24淘系不同材质镶嵌珍珠饰品消费人数及同比增速

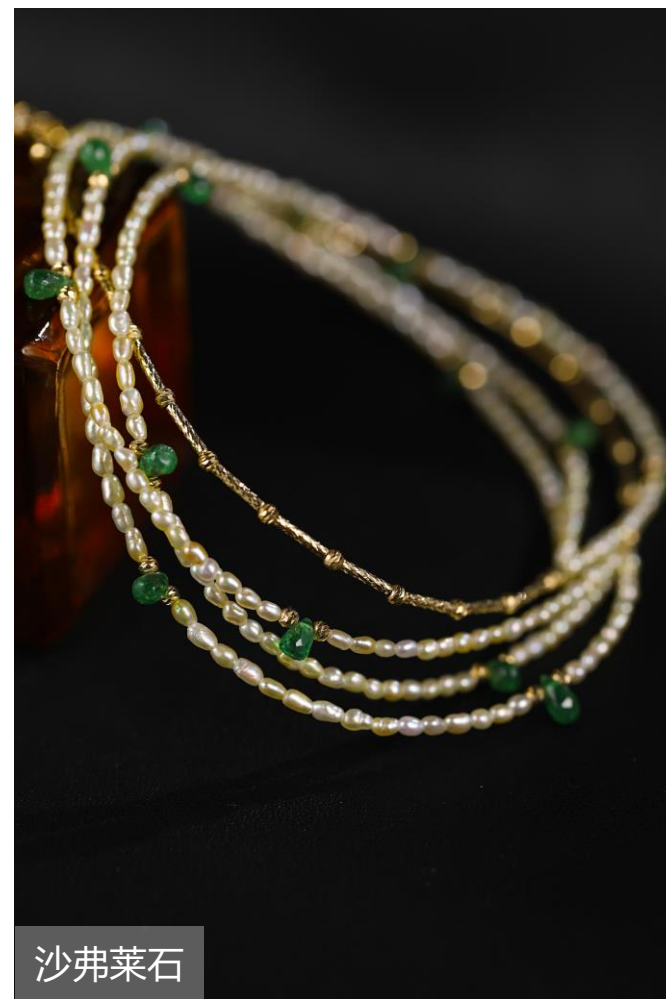
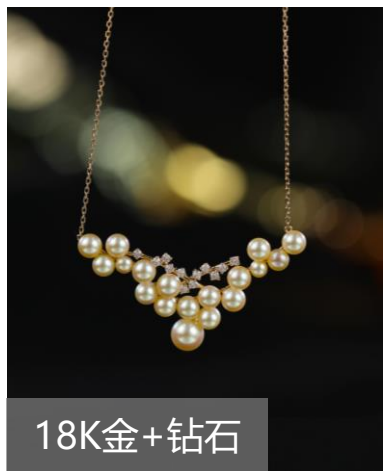


## MAT24淘系不同材质镶嵌珍珠饰品分类目分布



数据来源：智篆GI，阿里消费洞察

## 新工艺设计珍珠饰品



跳脱寻常款  
大体量感  
新工艺设计

\*图片由京润珍珠、海蒂、GiO珠宝提供

# 核心品牌代表

## 黛米

上海品牌 · 源自2003

黛米珠宝成立于2003年，坚持以“品质至上，客户为先”的经营理念，从生产、设计、制作，到销售一体化，拥有强大的供应链体系和强大的品控体系，每一颗珍珠都是经过层层筛选。黛米致力于成为一个有温度的珍珠品牌，让所有喜爱珍珠的女士都能拥有属于自己珍珠首饰，遇见黛米，爱上珍珠。

### 代表商品

#### 露茜珠

露茜珠是黛米有核淡水极光珍珠项链的代表作，以小米链的概念为设计出发点，让珍珠佩戴年轻化，媲美海水珍珠光泽，经典的日常通勤款项链



露茜珠

#### 凌华珠

凌华珠是黛米无核淡水极光珍珠项链的代表作，是无核淡水珠里佼佼者，堪比欧若拉极光的品质，不论是圆度、光泽、光洁度，都是优秀的存在



凌华珠



gN Pearl 京润珍珠

京润珍珠，1994年诞生于中国海南，横跨珍珠饰品、化妆品、保健品、口腔护理、孕婴童五大行业，拥有完整深入的珍珠产业链，是中国规模较大的珍珠专营集团。京润珍珠始终专注以珍珠为产品核心，持续输出珍珠美学价值，让每一颗珍珠为千万女性倾注美丽的同时，更带去珍珠美的至臻感受。

### 代表商品

#### 致敬美好全珠项链系列

经典风尚的日常解读，时尚百搭款珍珠项链，简约大方而不乏存在感，传递温柔优雅美感，成就惊艳时刻的点睛之笔



致敬美好全珠项链系列

#### 炫彩之光彩色珍珠系列

将古典意蕴与现代风尚的优雅融合，大胆选用粉紫色淡水有核珍珠，融合张扬与低调的个性，典雅瞩目



炫彩之光彩色珍珠系列

## 核心品牌代表



阮仕始于1988年，起源于“中国珍珠之都”——诸暨山下湖，是国内首屈一指的全产业链运营商，拥有全球优渥的珍珠资源，是中国淡水珍珠和海水珍珠的标准样品研制单位之一，是名副其实的中国珍珠标准制定者。阮仕珍珠匠心臻选1%的珠宝级珍珠，融以中西合璧的设计理念，赋予了珍珠更多的珠宝语言及时尚美感。

### 代表商品

#### 入门款淡水珍珠项链

入门款淡水珍珠项链，简约百搭不受限，精选珍珠串成，给想尝试珍珠的你一个入门选择



入门款

#### 高品质淡水珍珠项链

高品质淡水珍珠，高亮泽珍珠的代表性产品，粒粒精选珠宝级珍珠，造就流光品质



高品质淡水珍珠



从优雅温婉的传统风格到创新突破性的设计，GiO始终保持对珠宝材质本身的卓越理解，用不同的作品风格展现现代时尚与丰富文化意识的交融。品牌设立5S珍珠体系标准，在全球范围筛选符合品牌要求的珍珠，将精湛珠宝工艺与充满热情的超凡设计结合，引领珍珠的时尚与潮流。近年来国内众多演艺明星都纷纷佩戴GiO的珠宝作品，在时尚珠宝圈备受瞩目。

### 代表商品

#### 微笑系列

微笑有时比语言更有力量，GiO珠宝以微笑表情作为设计理念，以富有感染力的微笑线条元素，呈现出现代女性的自信魅力



微笑系列

#### GiO ICON系列

将母贝的形态与珍珠结合，用简单的线条表达简洁的优雅，是GiO品牌对海洋与生命最大的敬意



GiO ICON系列

# 核心品牌代表

海蒂

Estd 2012

海蒂珠宝成立于2012年，是一家拥有自主知识产权的公司。集生产加工，设计制造，批发零售为一体的综合性专业珍珠首饰供应商，近些年参与各大珠宝展会，商品远销海外。

## 代表商品

### 满天星系列

海蒂的核心重要产品线，做别人不愿做的产品，打造出轻奢的珍珠饰品，服务于年轻化的女性



满天星系列

### 深海原创设计系列

海蒂的设计师专注于各式各样的珍珠形状而迸发的灵感，每一款都倾注了设计师的心血，致力于打造款式新颖的珍珠饰品，打破传统的珍珠印象



深海原创设计系列

## 代表商品

### 经典王妃Akoya珍珠项链

选用的每一颗akoya海水珍珠都是由珍珠鉴定分级师手工挑选，散发着强光镜面光泽，被誉为“小灯泡”。整个作品优雅而简约、低调且珍贵，可谓经典之作



经典王妃Akoya珍珠项链

### 极光维纳斯澳白珍珠项链

高品质的澳白珍珠纯净、色白，致密细腻，丝绸质感，宝石光泽，炫彩丰富，被誉为“珍珠之王”。整个作品经典简约、气质典雅，而且都持有GUILD维纳斯大证和GIC珠宝鉴定证书



极光维纳斯澳白珍珠项链



JOYSELF专注高品质海水珍珠的新锐珠宝品牌。如果说钻石是女人最好的朋友，那珍珠就是女人本身久经磨砺沉淀出温润迷人的光彩，给您带来感性而精致的生活。JOYSELF传承天然海水珍珠精致闪亮的特点，由新锐设计师打造 坚持制作“悦己”的珠宝。

# 2.3

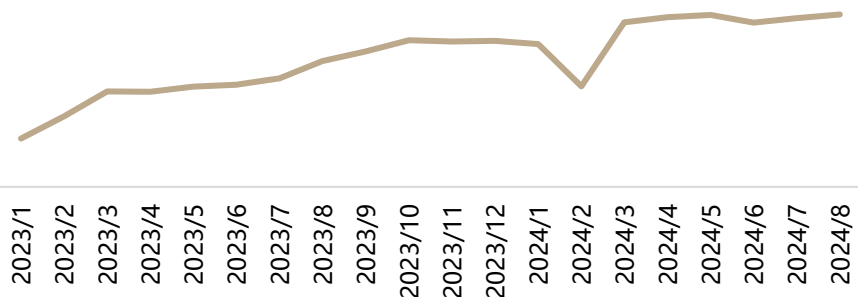
## 文玩品类趋势洞察



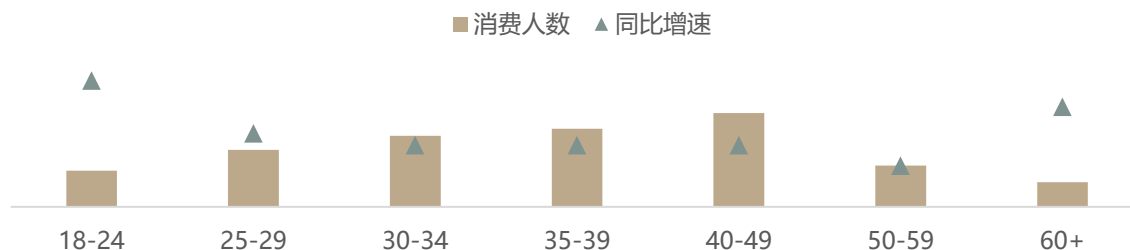
# 文玩讨论热度持续上涨，年轻消费者购买欲望增长

近两年来，文玩在几大社媒平台的内容声量越来越高，发帖量同比提升68%。年轻消费者增速快，它们看重文玩产品的多重功能性，既提供缓解压力、带来美好寓意的情绪价值，又有颜值高、自带清香等客观价值，是年轻消费者购买的主要动因。

社媒文玩内容声量



MAT24淘系文玩消费年龄段分布及同比增速

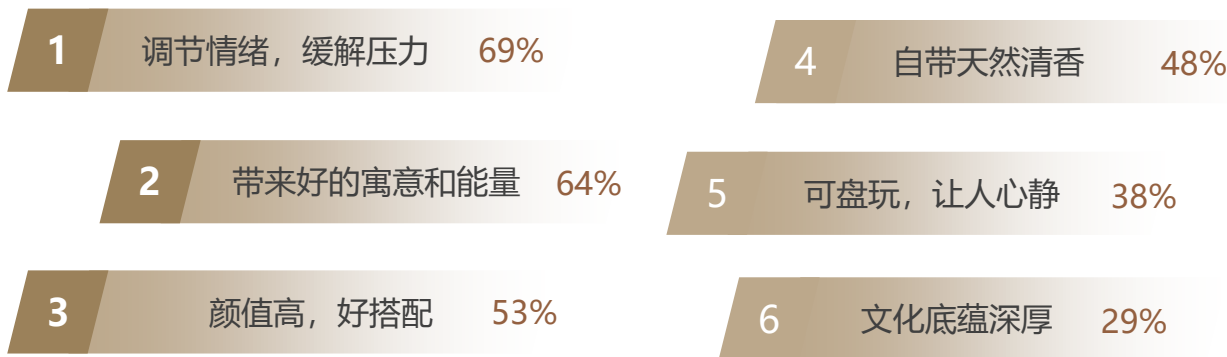


相关笔记数  
179w

同比去年增长  
68%



## 年轻人购买文玩的主要动因



数据来源：智篆GI，TMIC 9月问卷调研

# 03

## 珠宝饰品风格趋势



# 珠宝饰品四大风格

2024珠宝饰品行业新潮来袭，淘宝天猫珠宝饰品行业融合站内外消费者行为数据，发布秋冬珠宝饰品四大风格，解读风格下的人群画像特征、趋势品类和元素，为趋势商家和消费者赋能。



**融合新中式**

**趋势指数 193**  
黄金手饰  
黄金手镯  
手链  
项链.....

**核心品类**



**野心大女主**

**趋势指数 148**  
黄金手饰  
黄金颈饰  
项链  
耳环.....

**核心品类**



**静奢轻珠宝**

**趋势指数 131**  
黄金手饰  
黄金颈饰  
项链  
耳环.....

**核心品类**



**复古少女风**

**趋势指数 103**  
项链  
发饰  
耳饰.....

**核心品类**

趋势风格

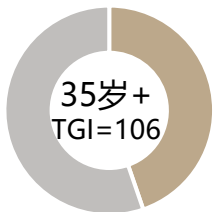
人群侧写

融合新中式

01

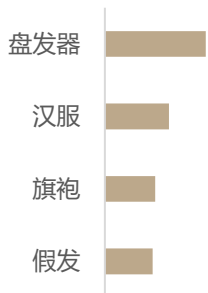
融合新中式以35岁以上、高消费力、女性为主，对于汉服、旗袍等中式元素偏好度高，热爱中华文化，跟随当下最时尚的国风潮流；同时他们注重健康养生，偏好口服美容营养品、叶黄素等；同时他们也是精致一族，对腮红、高光等彩妆也很热衷。

基础特征

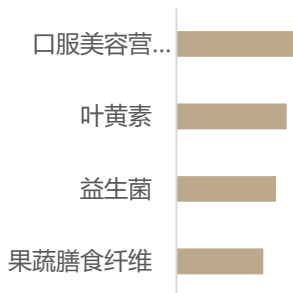


生活形态

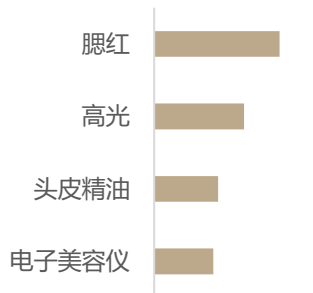
#汉服爱好者



#养生达人



#从头到脚的精致



穿搭偏好



数据来源：阿里消费洞察，POP

趋势  
风格

代表货品

融合新中式

### 传统纹样：柿蒂纹



柿蒂纹汉花耳坠



柿蒂纹元花戒指



柿蒂纹组合

### 传统意向：木兰



雕花木兰项链



螺钿木兰团花项链



螺钿木兰团扇颈圈

### 民族元素



索玛花项链



索玛花瓣珍珠耳钉



彝族天象符号耳环



银丝珍珠耳环

趋势  
风格

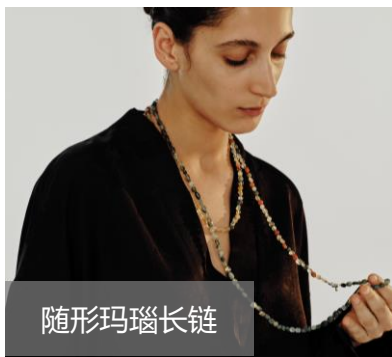
代表货品

融合新中式

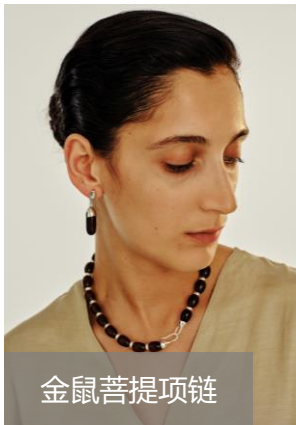
### 传统材质



蝶贝开口戒



随形玛瑙长链



金鼠菩提项链



沧海长耳钉

### 东方意境



风禾圆球项链

### 古典与现代的结合





趋势风格

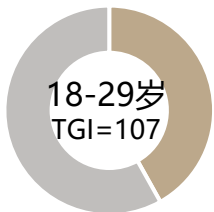
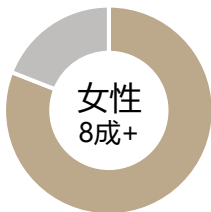
## 人群侧写

# 野心大女主

# 02

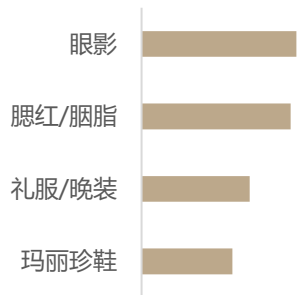
野心大女主风格饰品受到18-29岁中高购买力女性的青睐，他们精致爱美，平常喜爱用眼影、腮红和香水打扮自己；同时热爱运动，日常喜欢瑜伽等；也注重生活仪式感，会购买香薰蜡烛和鲜花灯装扮生活。日常穿搭风格偏OL、大女主风，偏好穿着收腰风衣、西装套装等。

### 基础特征

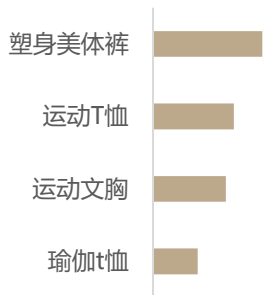


### 生活形态

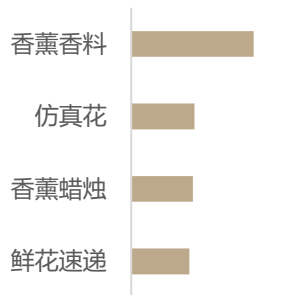
#### #极致颜值追求



#### #运动健身达人



#### #生活仪式感



### 穿搭偏好



数据来源：阿里消费洞察，POP

趋势  
风格

代表货品

野心大女主

### 水滴形



水滴项圈



小水滴耳环



水滴耳环



水滴项链

### 珍珠



叠戴珍珠项链



珍珠手镯

### 不同材质



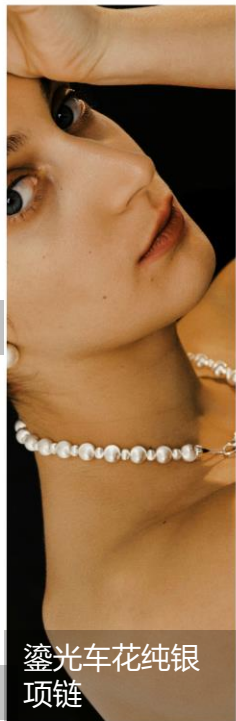
彩色珐琅耳环



复古粗链条手链



钛钢双层O型链



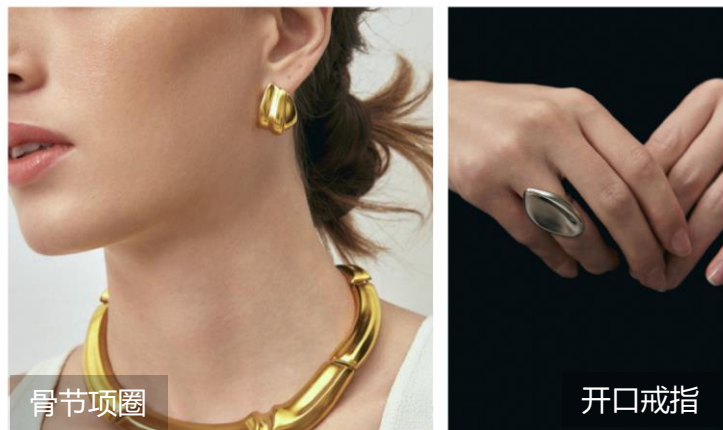
鎏光车花纯银项链

趋势  
风格

代表货品

野心大女主

大面积



大面积



叠戴



趋势  
风格

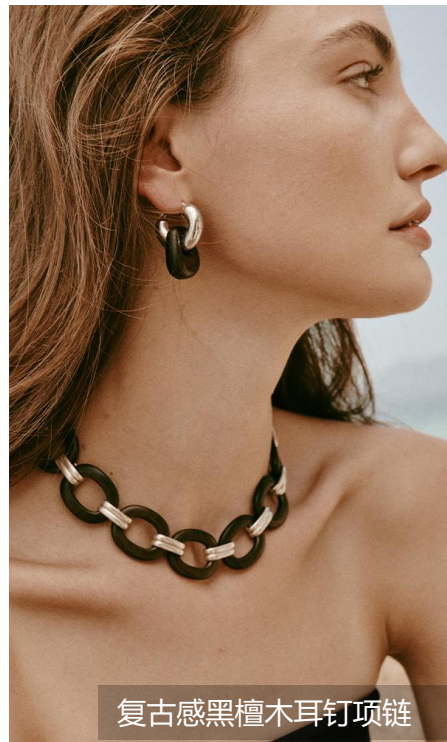
代表货品

野心大女主

### 心形、叶子形大面积



### 黑色几何形



趋势风格

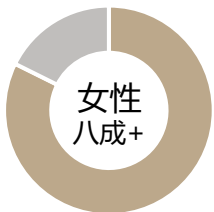
# 人群侧写

# 静奢轻珠宝

# 03

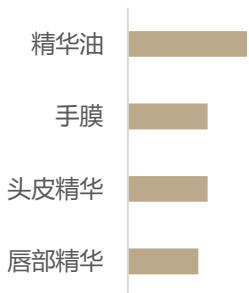
静奢珠宝风以30岁以上、高消费力、女性为主，他们对于美妆的需求进阶到了更为精细化的唇部精华、头皮精油、唇部精华等品类；他们是精致一族，平常热爱穿礼服、挎托特包等；他们注重健康养生，会购买鱼油、维生素等呵护自己。在服饰的选择上相对于繁复的装饰和设计，他们更追求穿着舒适，设计低调的高品质经典款式是他们的最爱。

## 基础特征

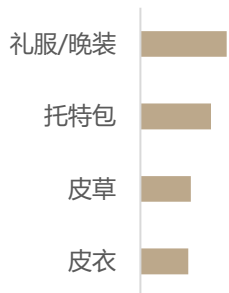


## 生活形态

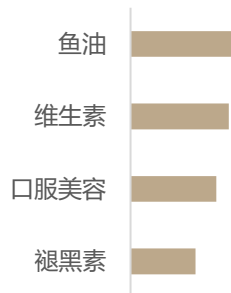
### #高阶护理



### #精致一族



### #注重健康



## 穿搭偏好

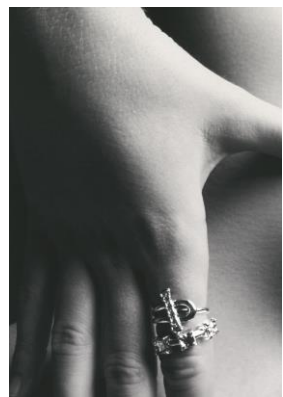
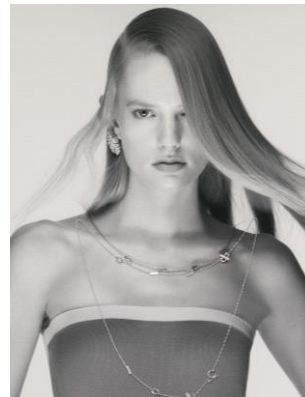


数据来源：阿里消费洞察，POP

趋势  
风格

代表货品

静奢轻珠宝





趋势风格

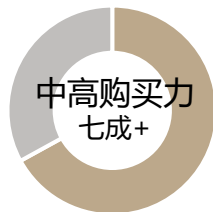
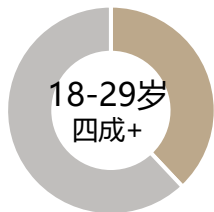
## 人群侧写

# 复古少女风

# 04

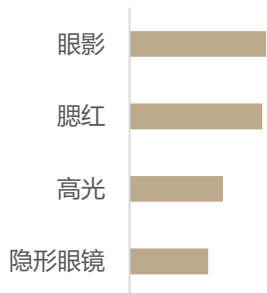
复古少女风人群以女性为主，偏年轻，消费力较强。他们会精致装扮自己，购置眼影、腮红等彩妆盒和佩戴彩色隐形眼镜；同时他们注重装扮，平常注重服饰和首饰的搭配；他们也是运动达人，平常会游泳、练习瑜伽等。他们的穿搭风格以裙装、靴子为主，偏好粉色、白色等柔美色系，并且有较多搭配巧思，如配套的领带、腰带、设计感袜靴等。

### 基础特征

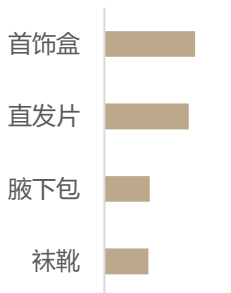


### 生活形态

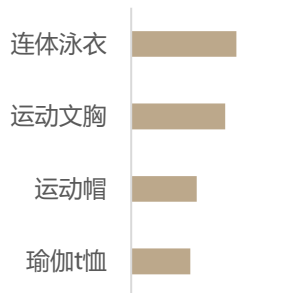
#### #潮色玩咖



#### #潮流装扮



#### #运动达人



### 穿搭偏好



趋势  
风格

代表货品

复古少女风

少女心元素

少女心元素

珍珠



花朵项链



蝴蝶结耳坠



花朵耳环



布艺小熊挂链



小熊耳饰



小熊项圈



24567WHT00NN



趋势  
风格

代表货品

复古少女风

### 不同材质



### 多元混搭



趋势  
风格

代表货品

复古少女风

蝴蝶结元素



方糖蝴蝶结耳环

方糖蝴蝶结项链



复古甜美感  
加持精致千金风



贝母蝴蝶结锁骨链



贝母蝴蝶结耳环



方糖蝴蝶结手链




送礼自留皆宜  
美好环扣 闪耀惊喜

# 核心品牌代表



SUMIYAKI是一家源自中国的原创时尚服装和饰品品牌，以其大胆、新锐的设计风格迅速在全球范围内获得了大量的忠实粉丝，其每一件都是精致、充满设计感的艺术品。SUMIYAKI品牌一直追求高品质、高性价比的产品服务，在设计上从不妥协。



宫里上新品牌，以各朝代故宫历史为背景，基于传承繁华的宫廷文化为开发设计理念，打造宫里新国潮中国风饰品，把古代皇帝皇妃的配饰，用现代潮新的理念呈现给大家，让时光带领大家去亲历深宫禁院的奢华与祥瑞祝福。



来自法国巴黎的高级时尚珠宝首饰品牌，致力于提升女性风格与自信，释放优雅松弛的巴黎态度。

## 代表商品

### 海岸贝壳系列

灵感来自大自然，寓意自然之美需要自己去探索，也是强调人与大自然的有趣互动最终达到人与自然的和谐之美



海岸贝壳系列

### 冰源系列

设计灵感主要来自冰川世纪，在冰川时代飞舞的架空蝴蝶突破了现实中蝴蝶的框架，表达现实的混乱感。水晶在蝴蝶的翅膀逐渐晶化，渐变错落，仿佛是冰魄精灵在人间飞舞



冰源系列

## 代表商品

### 平安无事牌

表面“无饰”与“无事”谐音，以此为灵感设计此款玉坠，精选高等级天然和田玉，油润细腻品质上等，表达“平安无事”这一美好祝福寓意



平安无事牌

### 和田白玉手串

玉象征吉祥、幸运、祝福，又有“君子比德如玉说法，故温润细腻的玉石手串也一直深受喜爱。此款手链采用天然和田玉白玉精心穿制。礼赠自戴皆是美好祝福寓意。



和田白玉手串

## 代表商品

### 人鱼之泪项链

TOP1单品，热卖上万条，赵露思、张予曦、吴谨言等明星同款。近3克拉高品质钻石，钻石级火彩，晶莹剔透，搭配医疗级隐形鱼线，犹如镶嵌在锁骨间的钻石



人鱼之泪项链

### 爱心小狗项链

大爆款，赵昭仪、美依礼芽等明星同款。满镶钻石的品牌标志性小狗+红玛瑙爱心，适合表达炽热爱意，小狗和爱心可拆卸，一条项链三种戴法



爱心小狗项链

04

附录-淘宝天猫饰品-特色100商家



# 先锋设计师



KHEMIA STUDIO



KHEMIA

# 专注创造可穿戴在日常中的不平常艺术品 #

ATELIERSO



ATELIER S6

# 将高定珠宝融入生活，以流动金属，承载闪烁日常 #



herherlin



herherlin

# 从东方美学出发，用配饰激发多感官世界 #

YVMIN尤目旗舰店

YVMIN

# 大胆的探索精神和浪漫风格 #



器炁qiqi

器炁

# 器指器物，炁响能量，合为器炁 #



SALE E PEPE



SALE E PEPE

# SALE E PEPE是启程的勇气，刻画生命的力量 #

monSecret

monSecret.

# 取之自然，触动自我 #



ofhunger旗舰店



OF HUNGER®

# OF HUNGER是国内首个专注于电子穿戴的时尚品牌 #

soft mountains



# 由龙红紫妮创立的当代首饰品牌 #

FWISH

FWISH

# 探索有趣艺术，焕启无界青春 #



# 融合新中式



## 梵灵FanLine



梵灵。  
FANLINE

# 文艺复古小众风格轻奢简约潮流百搭 #

## Juunnglelab旗舰店

洲谷  
JUUNGLLE

# 原创具有东方意趣的设计师品牌 #



## 穆氏小筑



穆氏小筑

# 原创古风汉服配饰 #

## 燕归YANGUI



# 原创新中式，致于东方之美 #



## 吾往旗舰店



国风文化首饰

# 原创国风文化首饰 #



## 山萘shannai



山萘 | SHANNAI.

# 将传统东方文化美学应用于日常穿搭配饰中 #

## Planktont 浮U生物



PLANKTONT

# 我们希望每个人都能成为自己的大海有自己的世界 #



## HERBE合璧



HERBE 合璧

# 东方摩登时装珠宝品牌 #

## 山尺手作



山尺

# 融合古今，演绎新中式美学 #

## 宫里上新旗舰店



GUGONG  
UPDATE

# 皇家福地 吉祥所聚 #



# 野心大女主



BLACKHEAD 旗舰店



## BLACKHEAD

# 让饰品成为佩戴者身体宣言的一部分 #

lesnereides 饰品旗舰店

## Les Néréides PARIS

# 法国原创设计轻奢品牌，独特手工，自然和珠宝结合 #



socialtalent 桑蕾旗舰店



## 桑蕾 SOCIAL TALENT

# 运用丰富的色彩、多样的材质传递快乐 #

EWEST 旗舰店

## EWEST Jewelry

# 新首饰是用来讨好自己的，你的人生也是 #



The Loops Shop

## LOOPS

# 旨在将有趣与色彩，融入在时尚品味中 #



abybcharming 旗舰店



## abyb CHARMING

# 希望鼓励女性自信闪耀自我，享受闪耀主角时刻 #

WENS 旗舰店

## Wens

# 当代极简大胆，融艺术于时尚的女性设计师品牌 #



JOYSTONE 官方店



## JOYSTONE

# 专注于意式珠宝 #

GGXR 饰品商店



## GGXR

# 永不过时的高级感 #

oak 旗舰店



## oak

# 放大摩登都市女性真实的独一无二的美 #

# 静奢轻珠宝



stdore 朵蕊饰品旗舰店



## ST DORÉ PARIS

# 巴黎设计 法国工艺 持久保色 原装进口 #

agatha 旗舰店

## AGATHA PARIS

# 法国轻奢饰品品牌 #



HEFANG Jewelry 旗舰店



## HEFANG

# 设计师孙何方创立的设计师轻奢珠宝品牌 #

MGS 曼古银珠宝旗舰店

## MGS

# 时尚艺术，异域风情轻奢珠宝 #



hushhush 赫生珠宝



HUSSAIN

# 将首饰雕琢成时间的低语，让日常在不经意间被温柔改写 #



一万李旗舰店



## YVONLI 一万李

# 用幸运符号解构世界 #

monicavinader 旗舰店

## MONICA VINADER

# 来自英国现代珠宝设计师品牌，致力打造持久闪耀的首饰 #



ZZL 高级定制



## ZZL

# 一次来自复古与轻奢的碰撞 #

ORIA WANG



## ORIA WANG

# jewelry into clothing / 将配饰融入着装 #

ERMAN 蕤曼轻珠宝



erman

# 用轻奢首饰承载我们的设计思想，传递你的情感 #



# 复古少女风



amberlollipop旗舰店



Amber Lollipop

# 原创巴洛克小众设计师品牌 #

onchic旗舰店



ONCHIC JEWELRY

# 将时尚融入日常生活的首饰品牌 #



元木乐之 YSOO



YSOO  
СВЕДЛІАЕ

# 原创设计多巴胺少女饰品 #

NICE RURU



# 让你的照片氛围加持，使你的穿搭提升时髦感的发饰 #



KLIN KLIN

KLIN KLIN

# 时髦金属风质感配饰 #



睡莲生生世世 SHUI原创设计银饰



# 原创设计 复古银饰 #

1JINN M2M



1JINN M2M

# 融合了当代的艺术思维和新颖的概念，形式多样 #



三横 SUN HUNTER



Sun Hunter

# SUN HUNTER以先锋捕猎者的身份深挖当代配饰前卫性的质感 #

即食柚Pomelo RTEP ACC



即食柚pome lo

# 复古童真又带着少女感的手工作品 #

SUMMERBLACK 黑姑姑

SUMMER BLACK

# 辣妹的人生，甜酷的装饰 #



05

阿里妈妈产品赋能



# 趋势明星——大数据挖掘店铺精准趋势主题

秋冬饰品趋势即将于2024年11月8日上线，敬请期待

基于当期热点趋势提供趋势主题，助力商家实现关键词精准投放，把握热门趋势飙升主题

在关键词群推广场景，营销目标选择「趋势明星」，在「推广方案设置-趋势明星」模块添加「选择趋势主题」



## 趋势排行榜

「趋势红榜」提前布局新趋势赛道把握蓝海赛场；「效果红榜」助力获得更多成交；「流量红榜」以潜力流量触达更多新客

## 趋势查询

可进行自主搜索趋势主题关键词，快速GET与店铺货品匹配度，助力选品和供应链优化



趋势查询 您还可以查询想要投放的趋势主题，系统会为您提供相关趋势主题联想与数据洞察

当前趋势主题： 秋冬饰品

秋冬饰品趋势即将于2024年11月8日上线，敬请期待

# 人群方舟——提升兴趣/首购人群

基于珠宝饰品市场趋势洞察，阿里妈妈热点营销X天猫珠宝饰品X淘宝珠宝饰品策划推出“秋冬饰品”机会人群

## 平台精选人群

高活跃色彩达人人群

静奢悦己88vip人群

活力动感高消费人群

典雅精致高净值人群

## 投放渠道

STEP1：在精准人群推广场景，解决方案选择「人群方舟」提升兴趣/首购新客人数



STEP2：通过人群设置添加种子人群



STEP3：在「平台精选」版块选择「消费热点专项」添加本期机会人群



STEP4：搜索“秋冬饰品”，直达四大穿搭偏好拉新人群



# 报告作者&致谢

## 报告指导委员会

淘宝天猫珠宝首饰全体行业小二

王丽 智篆GI 副总经理

## 报告作者

李烨羽 智篆GI 数据咨询总监

王琴 智篆GI 资深数据分析师

## 视觉设计

周笑宇 智篆GI 高级创意设计

## 报告共创

特别感谢淘天中小企业发展中心

## 特别鸣谢

感谢黛米、京润珍珠、阮仕珍珠、GIO、海蒂珠宝、JOYSELF、SUMIYAKI感冒、宫里上新、AGATHA等品牌的大力支持

## 联系我们

微信公众号



联系邮箱

zzgi@zhizhuan100.com

# 关于我们&免责声明

## 智篆GI

新消费领域数字化增长研究咨询服务机构

智篆GI隶属于杭州智篆文化传播有限公司，专注新消费领域数字化增长研究，以全域数据为驱动，为客户提供行业研究、战略咨询、消费者洞察、全域数字化增长解决方案等专业服务，助力客户商业决策及增长创新。

## 数据来源

《2024淘系珠宝首饰行业趋势白皮书》产出报告数据基于阿里消费洞察、TMIC问卷调研、市场公开信息等数据来源。

## 数据周期及指标说明

报告整体时间段：

MAT2022-2024，即前一年9月到当年8月，具体数据指标请参考各页标注。

## 知识产权声明

本数据报告页面所含的全部内容(包括但不限于文字、数据、图片、图表、标志、标识、商标、商号等)知识产权等权益均归杭州智篆文化传播有限公司(以下简称“我司”)所有。凡未经我司书面授权，任何单位或个人不得对数据报告部分或全部内容进行复制、转载、公开展示，亦不得截取、重制、修改、改编、或以任何形式提供给第三方使用。

任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯我司知识产权等合法权益，我司将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

## 免责条款

本报告所涉及的数据、分析观点及研究结论仅供市场参考，不代表版权或发布方存在任何商业上的承诺或保证。