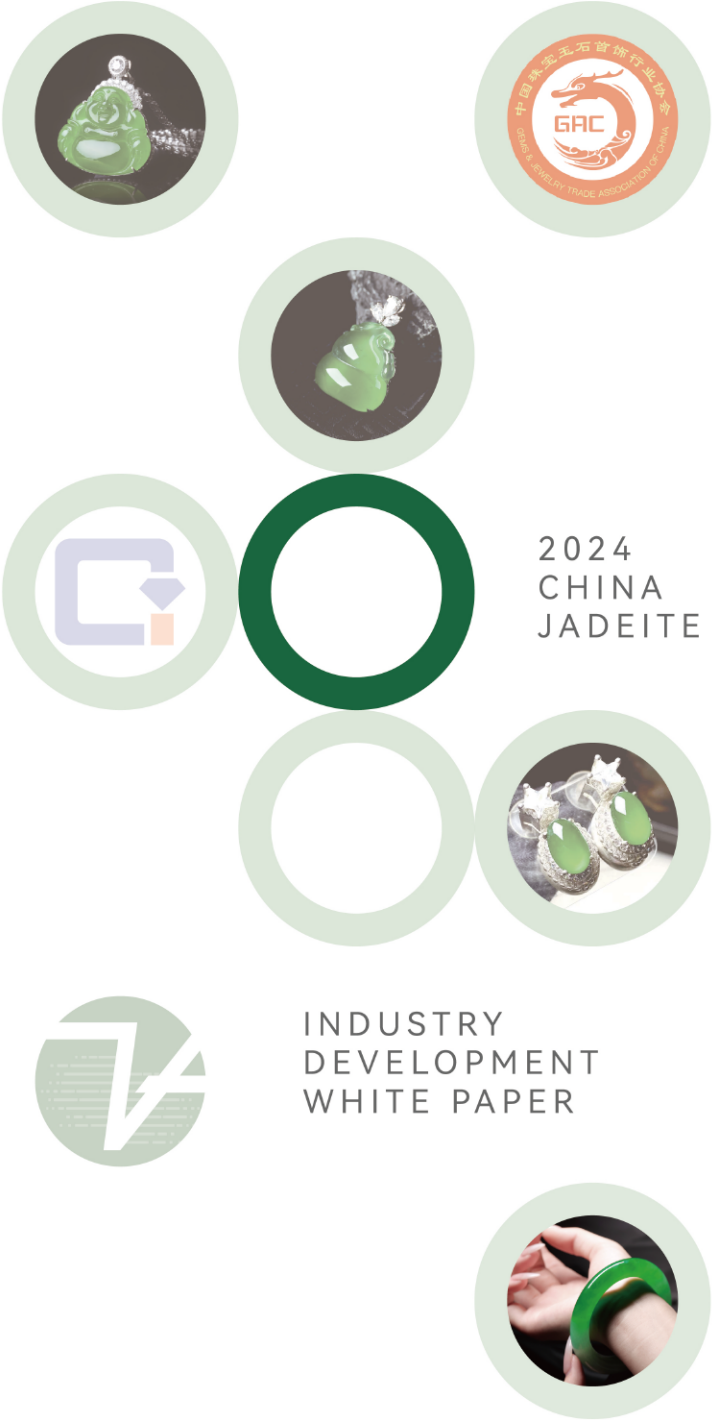




— 2024 —

中国翡翠 产业发展白皮书

中国珠宝首饰行业协会 × 德宏州新媒体协会 × 翡翠王朝
联合发布



2024
CHINA
JADEITE

INDUSTRY
DEVELOPMENT
WHITE PAPER

— 2024 —
中国翡翠产业发展白皮书
2024 CHINA JADEITE INDUSTRY DEVELOPMENT WHITE PAPER



中国珠宝首饰行业协会



德宏州新媒体协会



翡翠王朝





2024
CHINA
JADEITE

INDUSTRY
DEVELOPMENT
WHITE PAPER



前言

每一种文明都延续着一个国家和民族的精神血脉，既需要薪火相传、代代守护，更需要与时俱进、勇于创新。玉文化绵延万年，是中华优秀传统文化的“精神符号”，翡翠文化赓续开新，多元互构着珠宝玉石行业历久弥新。

随着中国经济的稳步增长和居民收入水平的提升，翡翠作为高端珠宝的需求不断增加，市场规模持续扩大。我们见证了数字化转型、创新设计与可持续发展成为推动行业升级的关键因素。也亲历了以直播+短视频为代表的内容电商迅速崛起，成为翡翠产业和区域经济发展的强引擎。同时，翡翠文化的全球传播和国际化趋势也将为市场带来新的活力。

2024年，直播电商进入新阶段。翡翠产业如何实现新增长？翡翠直播如何转舵新质高质？企业如何领跑新赛季？白皮书旨在尽可能提供一个丰富的、客观的视角，分析翡翠产业的现状，预测未来的发展方向，并探讨如何在变革中把握机遇，实现行业的健康规范可持续发展。我们期待与您一同探索翡翠产业的无限可能，共同开启翡翠行业发展新篇章。

目录/DIRECTORY

一、2024年中国翡翠产业发展概述01

• 中国珠宝市场规模再创新高，黄金强势领跑，翡翠增势平稳	02
• 直播电商用户的渗透率超过50%，空间仍广阔，翡翠直播进入“品质直播”时代	03
• 珠宝行业社媒热度持续攀升，翡翠社媒声量表现亮眼，社媒内容种草、话题活动成为翡翠行业重点引入口	05
• 珠宝翡翠扛起90后高质量消费大旗，更是连续4年成为高净值用户投资收藏的首选品类	06
• “Fei Cui”成为翡翠的国际标准名称，加速翡翠国际化	07

二、2024年中国翡翠产业链变化趋势08

• 上游	
- 2024年缅甸公盘正常启动，供应量同比上涨51%，源头的良性供给给翡翠行业带来了惊喜	09
- 国内公盘场次密集，活跃度high，佛山平洲、德宏盈江占国内缅甸公盘数的53%	09
- 危料逐渐摆脱“替代品”标签，身份愈发清晰，进一步推动翡翠市场交易的规范化与透明化	10
• 中游	
- 云端数字化玉石智能制造超级工厂亮相，新质生产力助推玉石加工提质增效	11
- 产品供应链再升级，引入平台思维、流量思维，赋能翡翠直播产品力、场景力	11
- 人工智能生成内容（AIGC）驱动传统玉雕向现代设计交融，促进本土文化、传统设计的创新表达和场景化融合	11
• 下游	
销售端	
- 文旅+	
千亿级玉器珠宝产业集群，推动珠宝玉石产业集约化发展	11
- 文化+	
翡翠博物馆全国多点开花，文化赋能深度激活潜力消费市场	12
大众看展热情高昂，中小城市巡展，成为快速链接私域的关键场域	12
- 场景+	
实体店铺场景再升级，触发情感共鸣，驱动线下消费增长	13
产业溯源，源头场景助力翡翠直播流量、销量双增长	13
- 服务+	
用真品换真心，胖东来完成了流量聚合和品牌输出，成为珠宝商家争相进驻的品销阵地	14
翡翠回流寄售成热点，激发翡翠市场活力	14
- 平台+	
腾讯微信电商大提速，公私域联动为翡翠商家开启全流量生态，实现长效经营	15
- 流量+	
赌石文化赋能微短剧创作，推动翡翠产业流量破圈	16
服务端	
- “电子出生证”登录佛山，“版权赋能”助推玉雕创新创造	16
- 质检物流一体化服务升级，快检快发做出有益尝试	17
- 越垂直、越专业，飞彪珠宝服务平台2024年继续蝉联翡翠行业ERP管理软件市占率第一	18

三、2024年中国翡翠市场消费新趋势20

• 消费者保障	
- 平洲桂城创新“四个一”监管模式，打造让消费者放心的玉器珠宝消费环境	21
- 德宏州推出“亮证经营”模式，规范行业发展，从源头加强直播管控，营造安心的线上消费市场	21
- 德宏州新媒体协会，聚力行业诚信力量，共促翡翠产业高质量发展	22
- 政企协及电商平台，健全行业规范，完善品质管理体系，从源头保障消费者权益	22
- “515阳光服务”品控机制，系统化建立了翡翠直播品质管理标准	24

• 消费者画像	
- 以手镯、配饰为主的翡翠直播间，女性占比超75%，31-40岁的女性消费力表现突出	26
- 以牌子、挂件为主的翡翠直播间，男性占比超67%，主力客群集中在二三线城市	27
- 2024年女性消费新势力：个性95后、千禧妈妈、岁月丽人	28

• 消费特征及趋势	
- 消费者对珠宝翡翠的需求关注点更加多元	31
- 明星同款成潮流，明星与翡翠的关联搜索量同比上涨110%	31
- 手镯依然是最受关注的品类，手串增速最明显，蛋面、平安扣、葫芦是款式TOP3	32
- 翡翠更加时尚化、配饰化，穿搭属性增强，翡翠叠戴受追捧	33
- 收藏保值是影响消费者购买珠宝翡翠的重要原因	33
- 银发族在珠宝翡翠上的消费增长亮眼，对翡翠项链、翡翠手链青睐有加	34

四、2024年中国翡翠产业人才结构变化35

• 短视频及直播人才	
- 主播正式进入“国家队”，直播内容创新成翡翠主播的重要提升方向	36
- 市场洞察力、数据分析力、内容创作力等成为翡翠直播行业核心人才的核心能力	37

• 私域人才	
- 私域是和营销变现直接关联的增长策略，超六成企业增加私域投入，搭建私域部门，私域人才需求增长	38

• 全域人才	
- 线上和线下贯通，公域和私域融合，全域经营就是以“消费者为中心”	42
- 全域人才岗位一览表	43

五、AI技术赋能中国翡翠产业发展44

• 供应链的AI应用：赋能各环节，助力翡翠商家降本增效	45
• 设计的AI应用：全周期赋能产品设计，使其更快捷、更准确、更生动	46
• 营销的AI应用：赋能营销全流程，智能投放、动态调控、提高ROI	46
• 运营的AI应用：提供内容创意以及更为精准的数据分析	47
• AI数字人的应用：对虚拟数字人进行赋能，打造7*24h直播矩阵	48
• AI客服的应用：AI+人工，提升服务人效	48
• AI客户管理的应用：无缝衔接公私域管理，提高消费者体验，赋能翡翠商家业务增长	49

六、2024年中国翡翠产业面临的机遇与挑战50

• 非洲翠快速兴起，搅动翡翠中低端市场，抢夺年轻消费群体	51
• 消费分化，高端化与性价比机遇并存	51
• 从“卷起来”到“走出去”，跨境电商市场潜力巨大	52
• 翡翠商家品牌建设的必由之路：从“品牌力”到“品牌活力”	52
• 增强日常佩戴属性，从题材到寓意进行突破创新	52
• 强化诚信体系建设，促进翡翠产业健康持续发展	52

附录1：2024年中国翡翠产业重大活动及行业动态	54
--------------------------	----

附录2：2024年高端翡翠拍品图录	72
-------------------	----

附录3：2024年全国主要玉雕大赛获奖名录	78
-----------------------	----

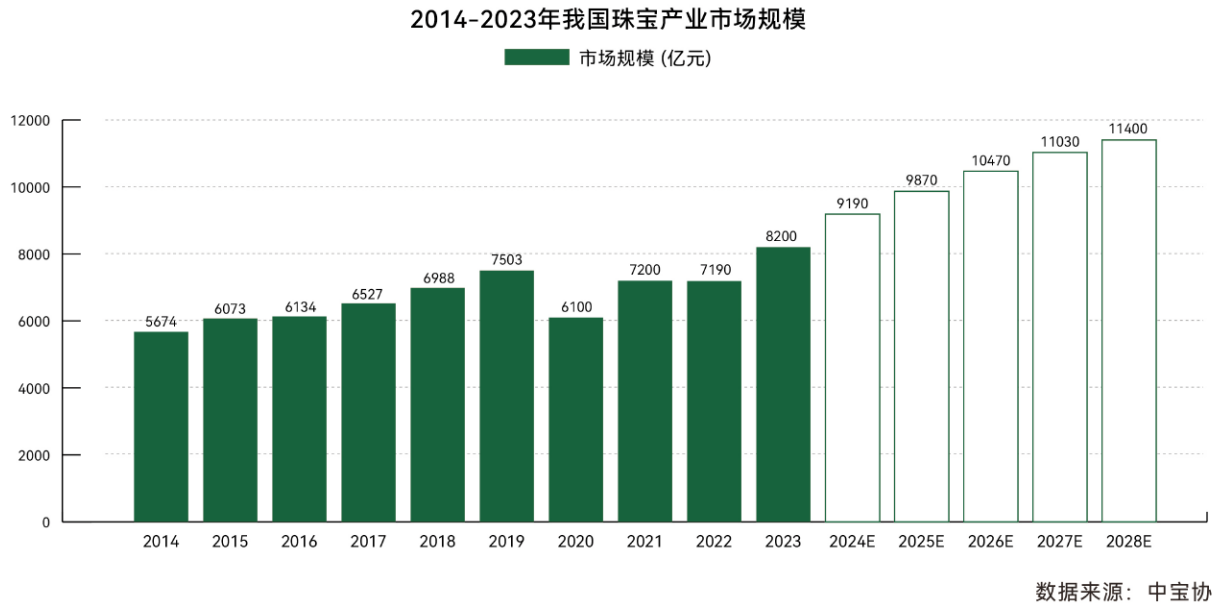
2024年 中国翡翠产业发展概述

2024 CHINA JADEITE INDUSTRY DEVELOPMENT WHITE PAPER

PART.1

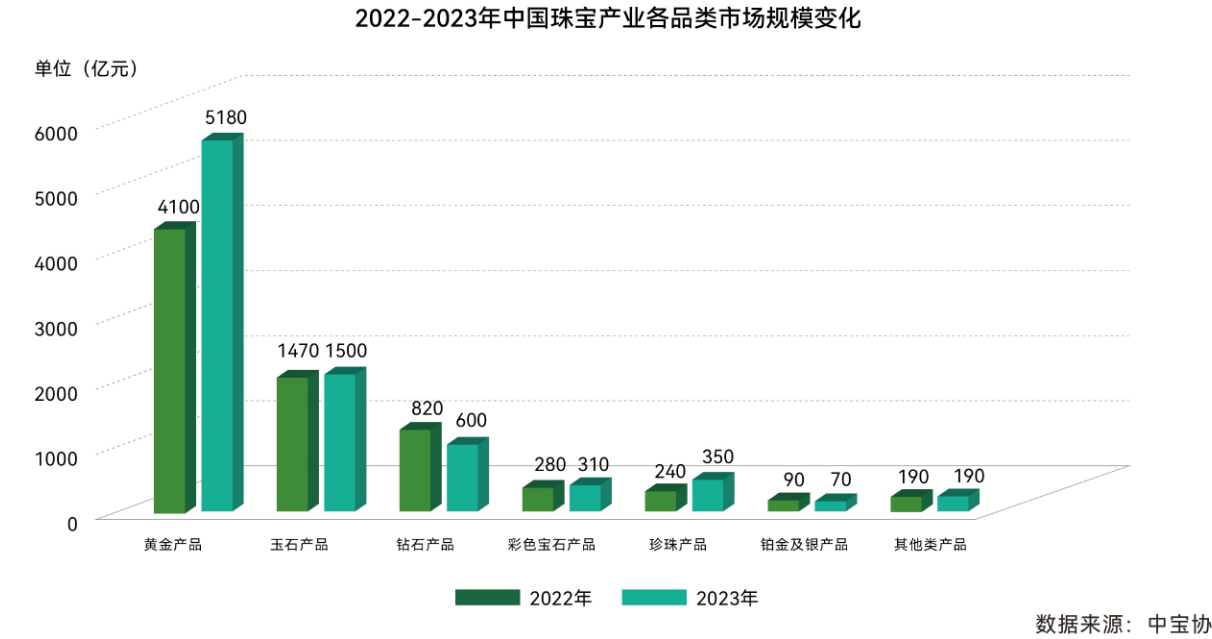
中国珠宝市场规模再创新高，黄金强势领跑，翡翠增势平稳

2023年我国珠宝玉石首饰产业市场规模达到8200亿，同比增长14%，创历史新高。预计到2028年，整体市场规模有望达到1.14万亿。



就珠宝品类来看，黄金产品2023年市场规模增长1080亿，占到整个珠宝市场增长额的98%，带动大盘强势领跑。

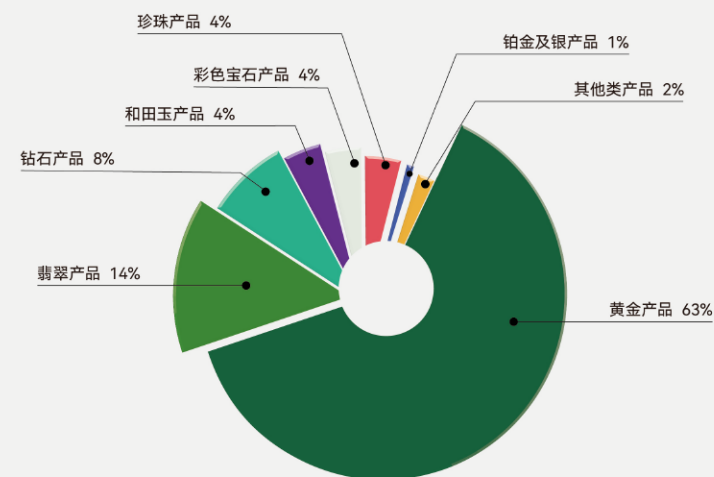
2023年市场规模呈上升趋势的四大品类中，黄金产品增幅最大、珍珠产品增长最快，玉石产品增速平稳。



2023年玉石产品的市场份额占比约18%，相较2022年下降了3个百分点，市场规模则有小幅增长。其中，翡翠市场份额占比约14%（根据近三年的数据推算），市场规模约1157亿，依然是中国第二大珠宝消费品类，但整体来看市场已经趋于稳定。

2023年翡翠市场规模
同比增长**2**个百分点

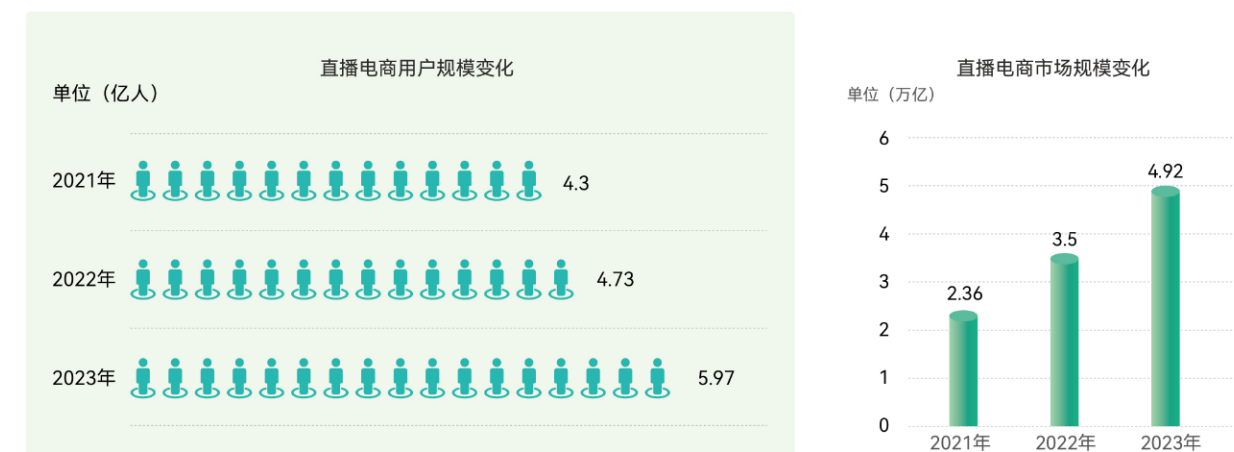
已连续**4**年
成为我国
第二大珠宝消费品类



数据来源：中宝协

静水流深，有一朵“浪花”依然汹涌澎湃。2023年全国直播电商用户数同比增长26.22%，达5.97亿！直播电商市场规模从2022年的3.5万亿增至4.92万亿，增速达到了40.57%。珠宝电商近三年也都实现了两位数高增长，2023年线上零售额达到3398亿，直播更是占据了半壁江山。

2021-2023年全国直播电商用户规模及市场规模

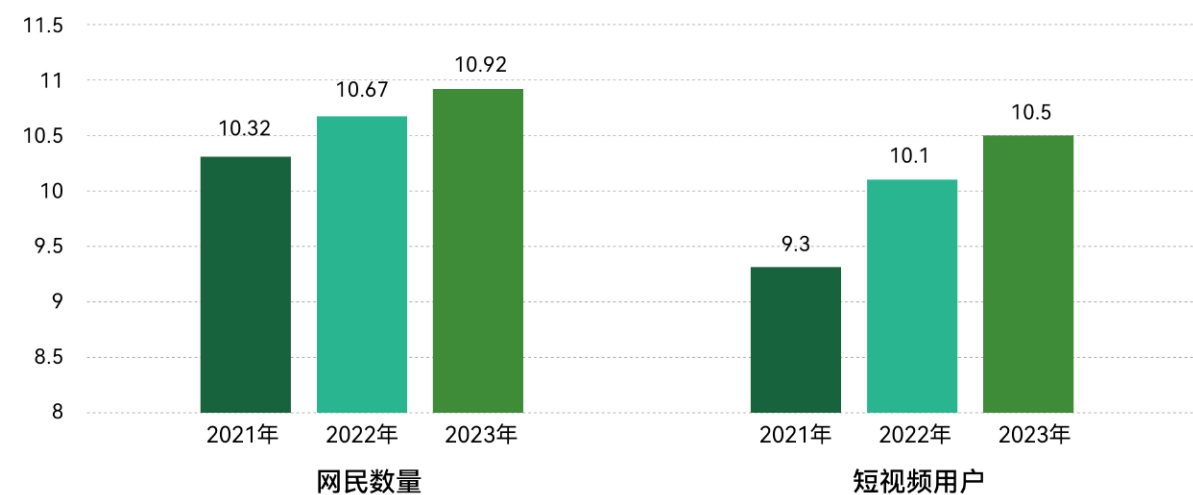


数据来源：CNNIC

直播电商用户的渗透率超过50%，空间仍广阔 翡翠直播进入“品质直播”时代

2023年我国网民、短视频用户规模分别是10.92亿和10.5亿，同比增长仅2.34%和3.96%，增速乏力的背后是互联网用户基数趋近饱和，进入横盘阶段，竞争加剧。

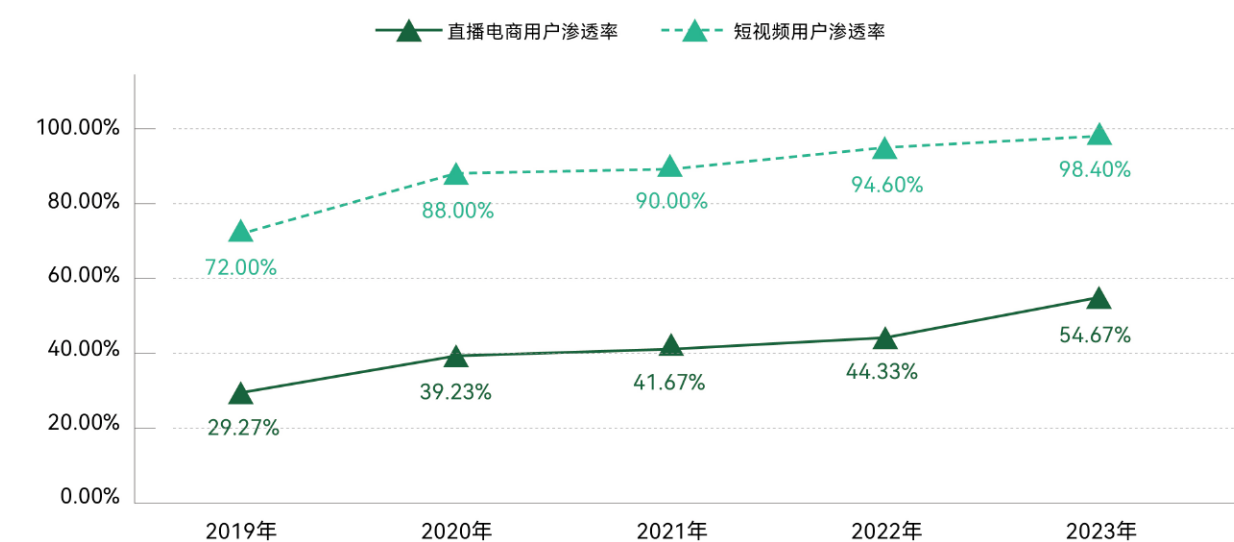
单位（亿人）



数据来源：CNNIC

2023年直播电商用户的渗透率在54.67%，还有很大的上升空间，之于翡翠销售仍是重要发力点和首选渠道。考虑到整体大盘拉新见顶，竞争会更加激烈，对翡翠商家的资源整合能力、团队组织能力、服务创新能力、品牌打造能力提出了更高要求，翡翠直播正式进入“品质直播”时代。

2019-2023年国内短视频及直播电商用户渗透率



数据来源：中宝协

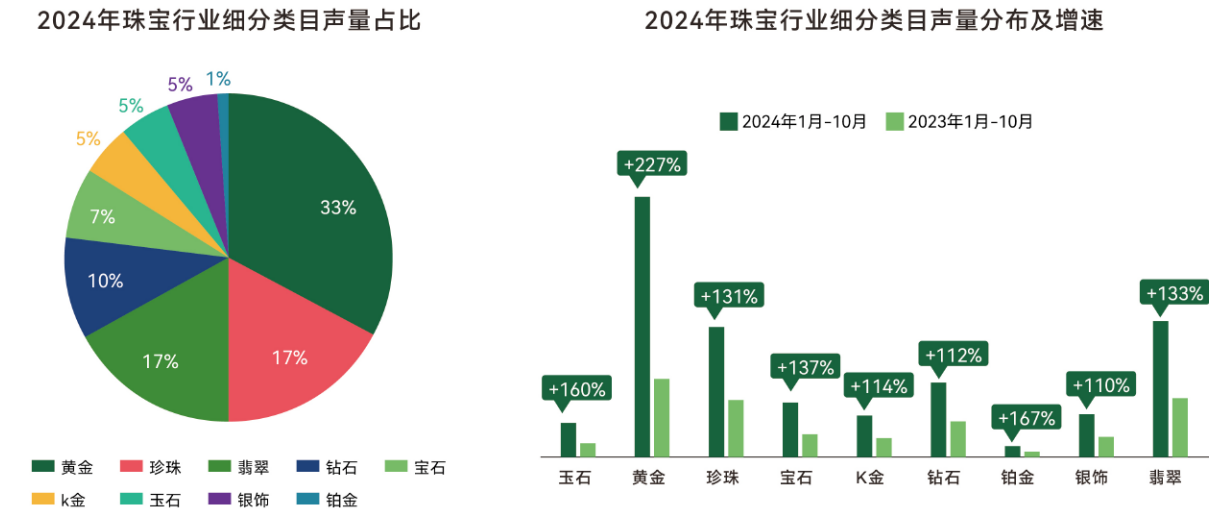
珠宝行业社媒热度持续攀升，翡翠社媒声量表现亮眼

社媒内容种草、话题活动成为翡翠行业重点引流入口

2024年珠宝行业社媒声量增长129%，9、10月因黄金市场价格飙升引发社媒话题讨论，行业声量达到近两年高峰。在经济放缓、不确定性增加的背景下，具有财富保值、资产避险强金融属性的珠宝品类，成为了当下消费者的关注焦点，也是话题炒作的热点。



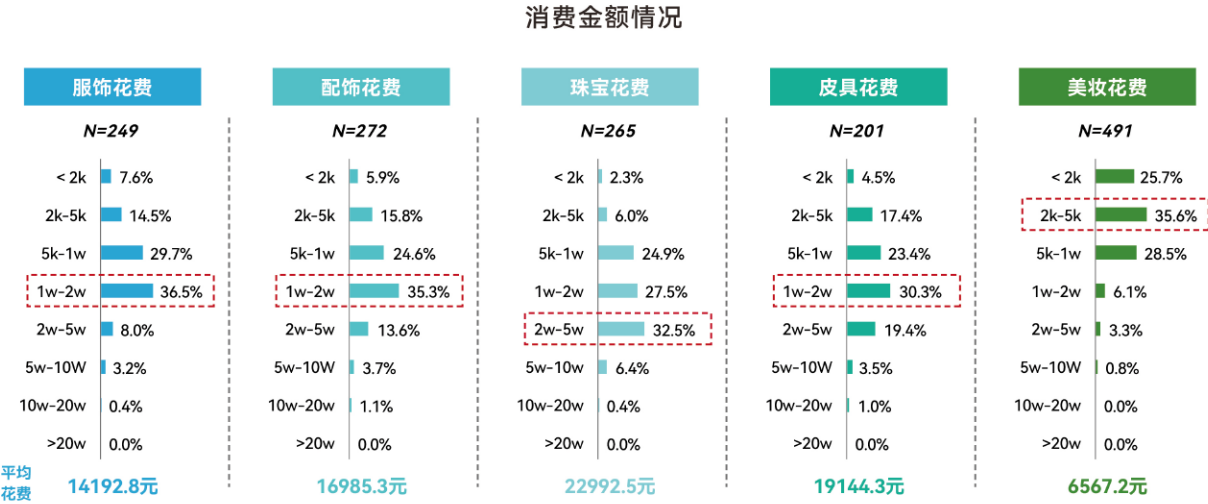
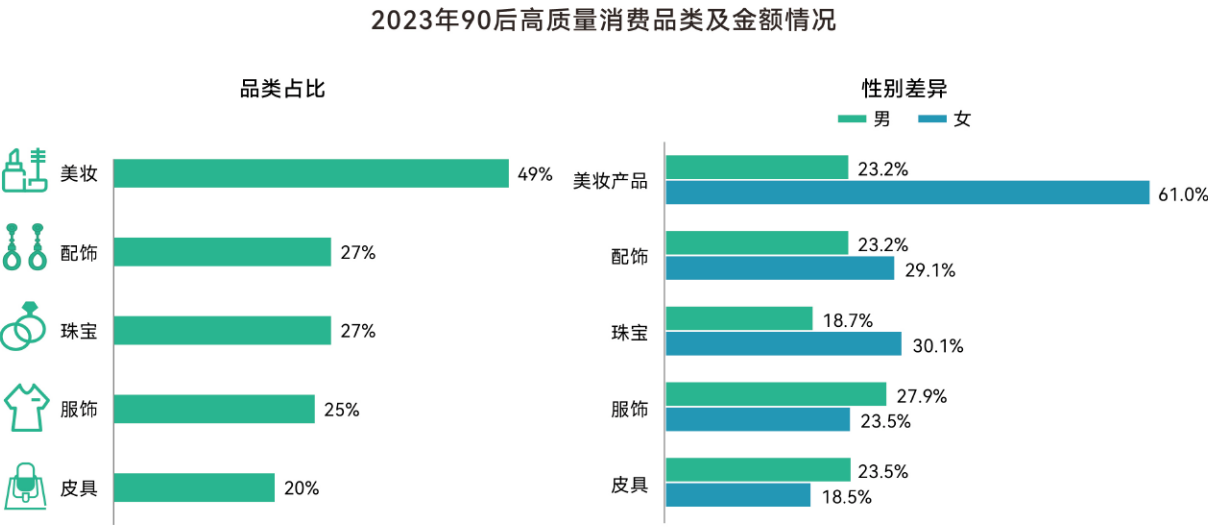
其中黄金、珍珠、翡翠占行业社媒声量的70%。珍珠、翡翠2024年社媒声量增速均超过130%，在一定程度上反映出珍珠、翡翠行业规模及增速市场潜力很大。社媒内容种草、话题活动成为翡翠行业重点引流入口。



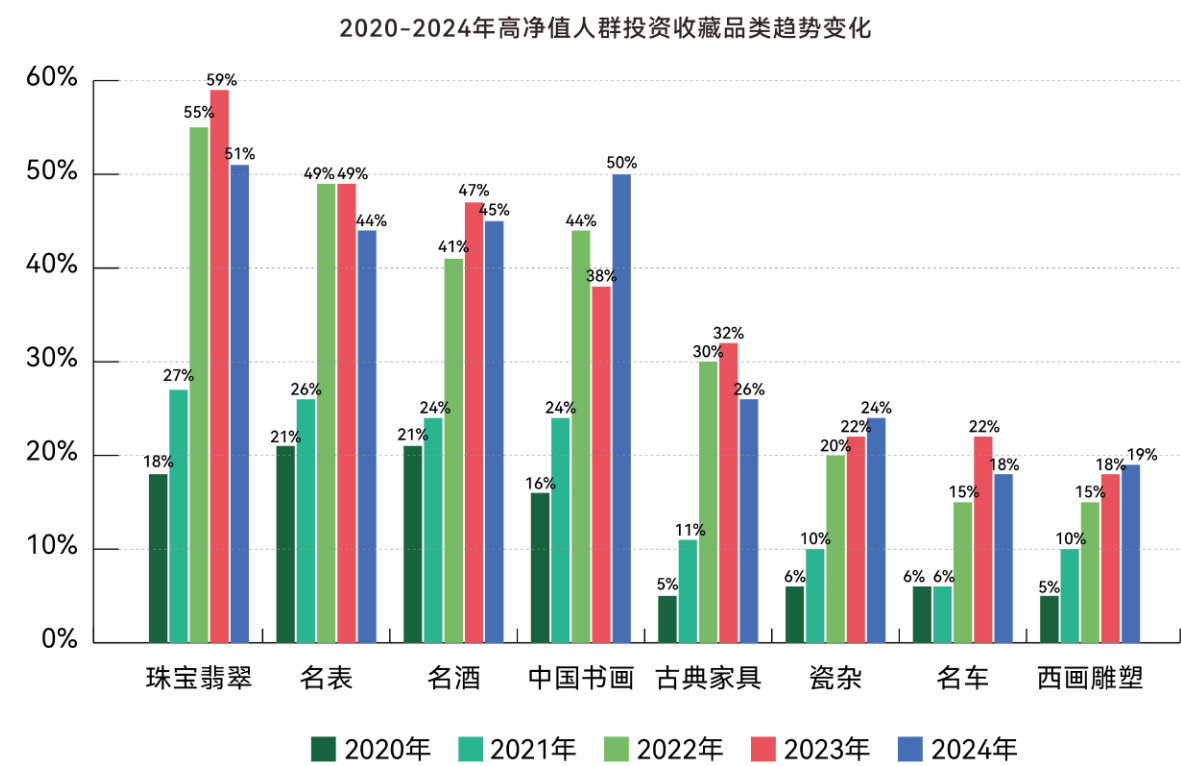
珠宝翡翠扛起90后高质量消费大旗

更是连续4年成为高净值用户投资收藏的首选品类

高质量消费是对美好生活的向往和追求，是一种健康、积极的消费观，既是对产品品质的要求，也是对文化品位的要求。珠宝翡翠因为天然的价值属性、文化属性、社交属性，扛起了90后年轻一代高质量消费的大旗。



高端的珠宝翡翠因其稀缺性、投资回报率高的特点，2024年依然是高净值用户投资收藏的首选品类。相较于2023年投资热度稍有回落，主要因为高端货品在市面上越来越稀少，成为大家长期持有的优质资产。



数据来源：胡润百富

“Fei Cui”成为翡翠的国际标准名称，加速翡翠国际化

世界珠宝联合会2024年代表大会翡翠论坛11月3日在上海举办。论坛首次面向国际珠宝业界头部机构代表和社会公众提倡以“Fei Cui”作为翡翠的国际标准名称，围绕翡翠名称的国际标准进程、翡翠市场的国际化发展趋势、翡翠文化的传承与创新等议题展开深入交流与探讨。

旨在通过共同推动翡翠国际标准名称和其定义的统一化、透明化、市场化，促进翡翠商贸流通，助力翡翠行业在全球范围内的健康、有序发展，这为翡翠的加速国际化打开了重要的一扇窗。接下来，如何做好翡翠产业的国际化，产品开发、设计创新、工艺升级、文化传播等方面会是翡翠行业的重点课题。

2024年 中国翡翠产业链变化趋势

2024 CHINA JADEITE INDUSTRY DEVELOPMENT WHITE PAPER

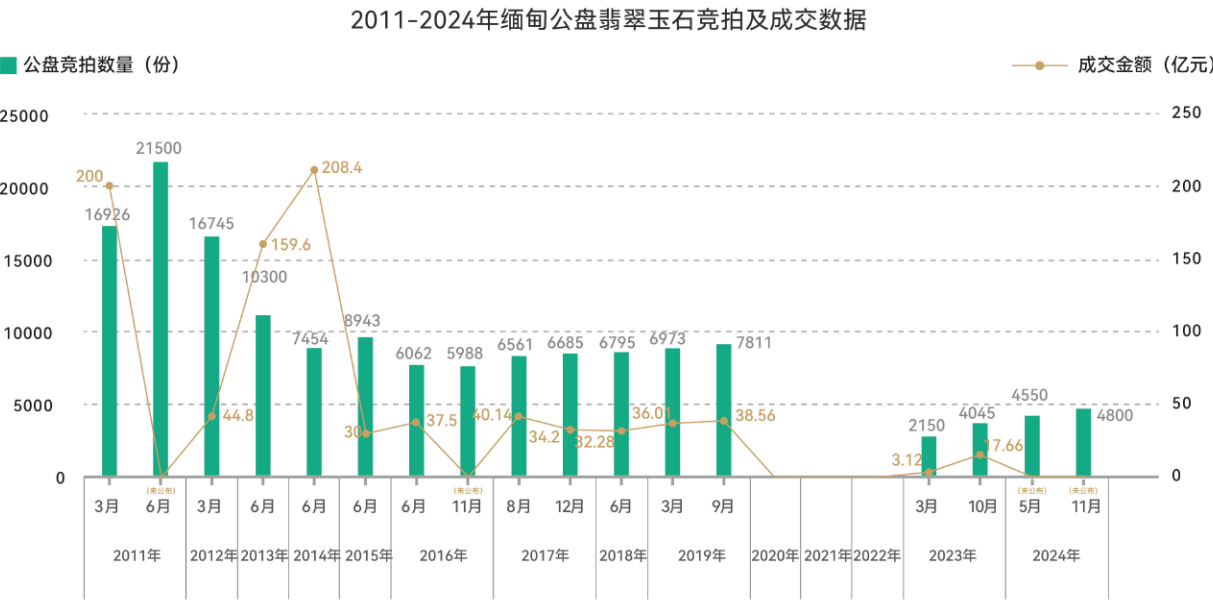
PART.2



上游:

2024年缅甸公盘正常启动，供应量同比上涨51% 源头的良性供给给翡翠行业带来了惊喜

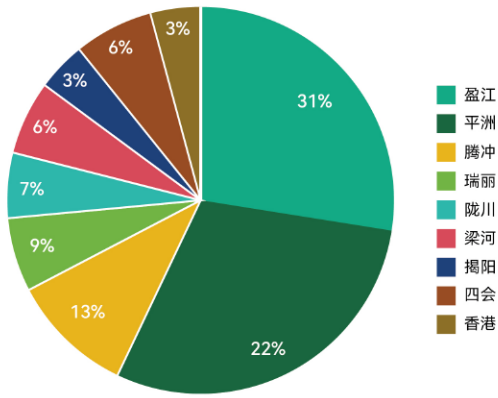
2024年缅甸公盘分别在5月、11月举行，在缅甸局势复杂的情况下，给翡翠行业带来了期待和惊喜。两场公盘总计竞拍翡翠原石9350份（5月总计竞拍4550份，成交3251份，成交率71.45%；11月总计竞拍4800份，截止11月25日推出竞拍数1700份，成交1228份，成交率72.24%），供应量同比上涨51%，预计成交份数在6700份（超过了2023年6195份的总供应量）。虽然此次公盘绝对数量依然很少，好料不多，但随着缅甸公盘的常态化，新鲜血液的良性注入，将进一步释放国内翡翠消费力。



数据来源：缅甸中文网、缅甸金凤凰中文报、四会宝协及公开资料整理

国内公盘场次密集，活跃度高 佛山平洲、德宏盈江占国内缅料公盘数的53%

2024年国内公盘活跃度非常高，据公开资料不完全统计，广东平洲、四会、揭阳，云南盈江、瑞丽、腾冲和中国香港等地都举办了公盘活动，总计约32场，增幅达27%，总竞拍份数超15万份。其中平洲、盈江占国内缅料公盘数的53%以上，是名副其实的翡翠毛料集散中心。

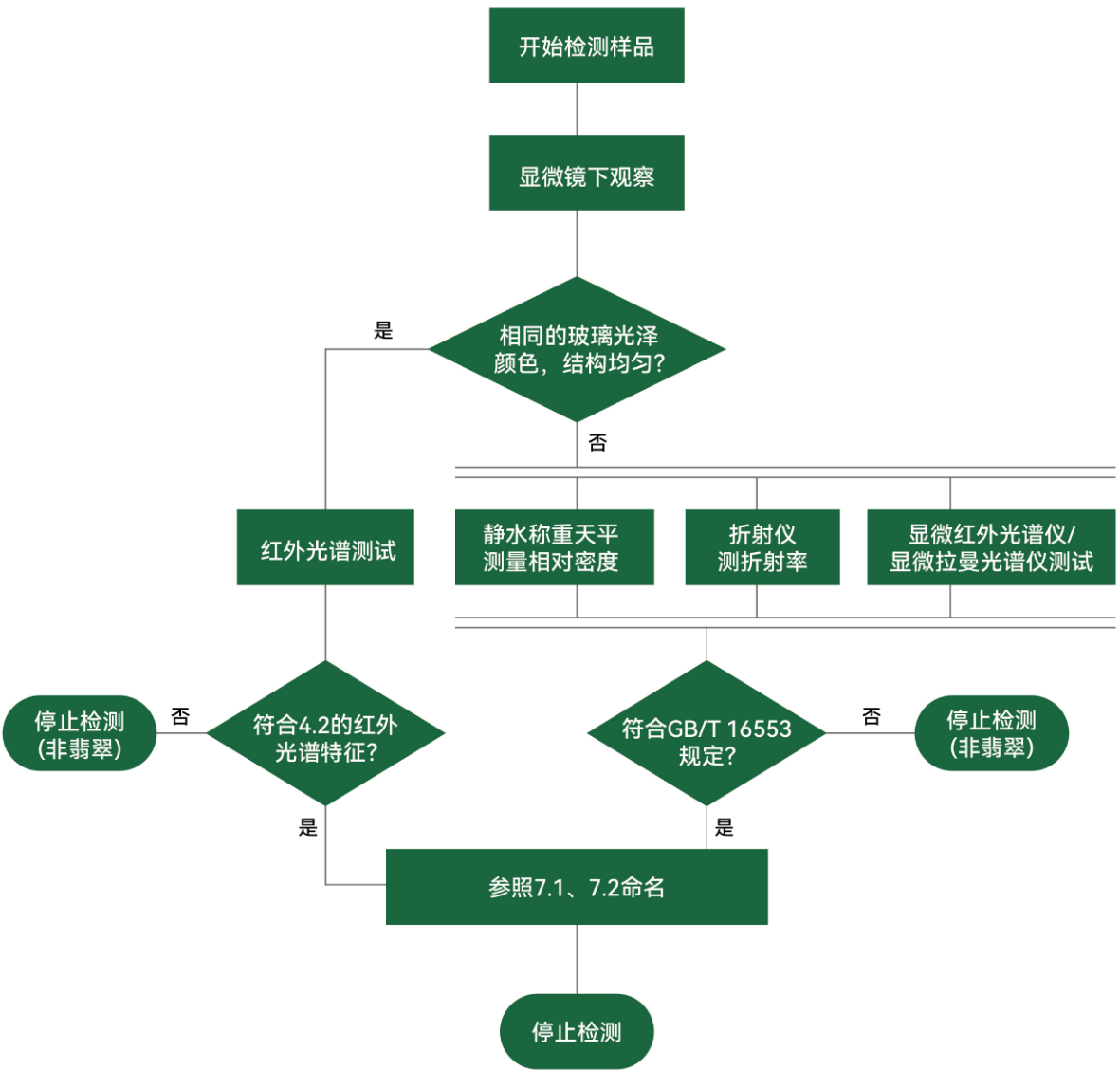


数据来源：网上公开资料整理

危料逐渐摆脱“替代品”标签，身份愈发清晰 进一步推动翡翠市场交易的规范化与透明化

危料已占到整个翡翠消费市场的三成左右，但一直无法摆脱缅甸料的话语权，在消费心智中，始终是缅甸料的“替代品”、“二流翡翠”，危料的价值难以真正体现，也让很多不良商家以“危”充“缅”，损害消费者权益。

2023年12月，《玛雅绿翡翠 分级》团体标准在广州发布；2024年2月，《翡翠产地认证技术与检测方法》团体标准在上海发布；2024年10月，《危地马拉翡翠分类与命名》团体标准在深圳发布……对翡翠产地区分、危料鉴定提出了方法与标准，为危料的商业化、市场化、标准化提供了准则，将进一步推动翡翠交易市场规范化、透明化发展。



危地马拉翡翠鉴定流程图

资料来源：《危地马拉翡翠 分类与命名》团体标准



云端数字化玉石智能制造超级工厂亮相 新质生产力助推玉石加工提质增效

随着科技的发展，3D打印、激光雕刻技术等与传统的玉石加工技术不断融合创新，翡翠加工厂趋于自动化升级与智能化转型。2024年，平洲率先推出云端数字化玉石智能制造超级工厂，仅用2个小时，就可以实现珠宝翡翠从款式设计到智能雕刻的一体化。新质生产力，将进一步解放传统设计、加工、雕刻的产能限制，为翡翠市场的发展注入源源不断的动力。

产品供应链再升级，引入平台思维、流量思维 赋能翡翠直播产品力、场景力

翡翠直播的兴起带动了供应链的快速发展，供货中心、直播中心、翡翠超市层出不穷。供应链的出现也同步推动了翡翠直播，尤其是低成本赋能中小卖家。近两年，供应链引入平台思维、流量思维，从“产品力、场景力、售后服务、增值服务”四个方面迭代再升级，打造供应链自己的“人、货、场”，就拿“场景力”来说，很多供应链打造了不同风格的直播间，无缝匹配主播特点、活动特色，让直播更富内容感、层次感。

人工智能生成内容（AIGC）驱动传统玉雕向现代设计交融 促进本土文化、传统设计的创新表达和场景化融合

随着我国全面进入数字化时代，智能技术渗透到各个行业，以AIGC为代表的科技技术为玉雕引入了新的技法和工艺，为传统玉雕艺术注入了新的活力。基于AIGC技术的辅助设计与数据驱动，为玉雕师提供了大量灵感来源并高效辅助图案设计、色彩搭配等，使得中国传统元素与现代设计元素结合，创造出既蕴含独特“东方美学”又符合“现代设计”理念的艺术作品。



销售端

文旅+

千亿级玉器珠宝产业集群，推动珠宝玉石产业集约化发展

在珠宝产业规模持续扩大的浪潮下，以平洲、番禺为代表的产业带积极借助移动互联、大数据、人工智能、区块链等数字生产力，全力打造集研发设计、珠宝加工、鉴定评估、保税仓储、物流配送、展示交易、跨境电商、文化旅游于一体的千亿级现代化产业园区，推动珠宝玉石产业集约化发展。通过构建沉浸式体验场景和多业态的资源整合，在实现产业升级的基础上，驱动线下文旅消费市场，形成珠宝产业与文旅消费的深度互融，推动珠宝玉石产业的长效发展。

文化+

翡翠博物馆全国多点开花，文化赋能深度激活潜力消费市场

商业与文化的紧密结合，是近两年翡翠行业的一大特点。纯商业型的线下空间，比如高端的翡翠会所，越来越重视文化属性，以达成传播和互动。据网上公开资料不完全统计，自2023年以来，全国相继新开及规划9个以上翡翠博物（文化）馆，翡翠博物馆凭借其丰富多元的文化场景构建，为文化与商业架起一座桥梁。通过文化场景的核心驱动，让大众在感受翡翠的同时，实现文化传播与销售增长。



大众看展热情高昂，中小规模城市巡展，成为快速链接私域的关键场域

2024年大型珠宝玉石展以及中小规模的翡翠巡展更加热闹。品牌与珠宝达人主动下沉，拉近与大众消费者的距离，在满足大众看展热情的同时，让更多人有机会近距离感受翡翠的文化以及魅力。通过文化种草、珠宝鉴赏，深化大众对翡翠文化的认同，加强翡翠商家与消费者之间的链接，建立起线上线下客户从公域到私域的转化通道。



数据来源：小红书

场景+

实体店铺场景再升级，触发情感共鸣，驱动线下消费增长

实体店铺的优势，在于生动的“商品、场景、服务”带来的体验感与情绪价值。2024年，珠宝翡翠线下实体店也更加注重场景的打造与升级。将佩戴场景、生活场景植入店内，规划顾客进出动线，布局关键引导点，重塑消费旅程。通过场景沉浸、文化体验、贴心服务相结合，触发消费者情绪共鸣，提升到访与在店时间，实现线下商业运营的新突破与价值增长。

产业溯源，源头场景助力翡翠直播流量、销量双增长

与消费心智锚定，与产业源头锚定，为2024年的翡翠直播带来了丰富的内容场景和话题故事。一是抖音电商官方下场，组织了“寻玉云南·溯源瑞丽”和“四会金产地计划”；二是以思懿家、玉美人菲菲、蟋蟀珠宝、绿庄翡翠、缅甸珠宝等为代表的头部商家，相继在全国珠宝玉石产业带开展溯源直播，实现了流量和销量的双突破。



服务+

用真品换真心，胖东来完成了流量聚合和品牌输出 成为珠宝商家争相进驻的品销阵地

胖东来成立于1995年，29年来以极致的产品、服务和文化，实现商超破圈，入选“百大国内旅游新玩法”TOP100榜单和2023河南文旅十大热词，调改步步高、永辉超市，完成了流量聚合和品牌输出，成为珠宝商家争相进驻的品销阵地。“用真品换真心”，胖东来珠宝的高度透明化，也为强信任背书的翡翠行业树立了标杆。



翡翠回流寄售成热点，激发翡翠市场活力

2023年以来，翡翠回流寄售市场蓬勃发展。一方面激活了翡翠市场的存量资产，使闲置翡翠重新进入流通领域，拓宽了翡翠市场的交易边界；另一方面随着回流寄售市场的成熟，加强了消费者投资翡翠的信心，有力地带动了翡翠的流通性，激发了市场活力。

平台+

腾讯微信电商大提速

公私域联动为翡翠商家开启全流量生态，实现长效经营

2024年初，腾讯创始人马化腾明确提出“今年要全力发展视频号直播电商”；8月视频号小店正式升级为微信小店，直播电商升级为微信电商。翡翠商家通过微信电商，可以组合出丰富的营销链路，链接朋友圈、小程序、公众号、搜一搜等各流量端口。接下来在视频号探索公私域联动布局是建立企业核心竞争力、实现长效经营的重要阵地。



典型链路梳理

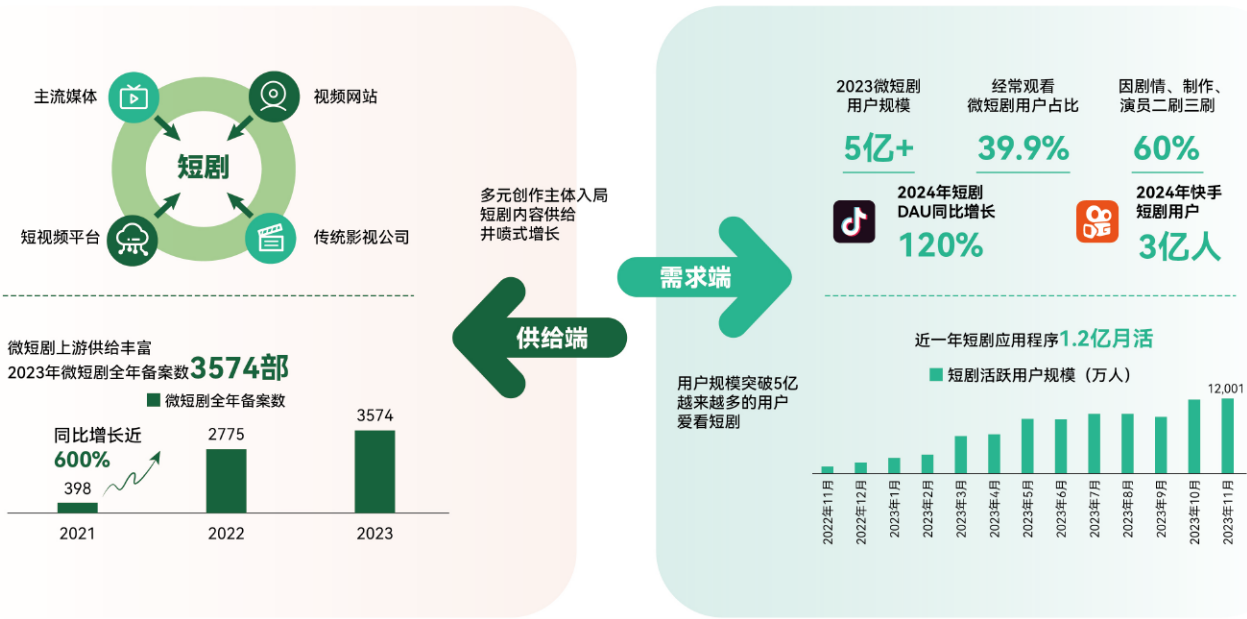
商品直购链路:	视频号广告	小程序商城	下单购买页
链路优势:	一键直达交易场	缩短成交路径	加速生意增长
小程序链路:	视频号广告	品牌小程序	商品详情页
链路优势:	公私域全触点引流	直播购物新场景	
线索留资链路:	视频号广告	表单留资	下单购买页
链路优势:	培养意向人群	持续连接客户	更有利于效果转化
直播推广链路:	视频号广告	视频号直播间	后链路运营
链路优势:	有效种草商品	激活潜在需求	直接完成交易

资料来源：微盟研究院

流量+

赌石文化赋能微短剧创作，推动翡翠产业流量破圈

截止2024年6月，我国微短剧用户规模突破5.76亿，占整体网民的52.4%。翡翠赌石文化的传奇故事，为微短剧提供了极具吸引力的创作题材，打破了翡翠行业传统短视频的用户圈层，成为大众网民接触翡翠的新途径。这不仅给翡翠商家带来了流量破圈的新思路，也成为了一种新的品宣投放路径。



数据来源：艾媒咨询

服务端

“电子出生证”登录佛山，“版权赋能”助推玉雕创新创造

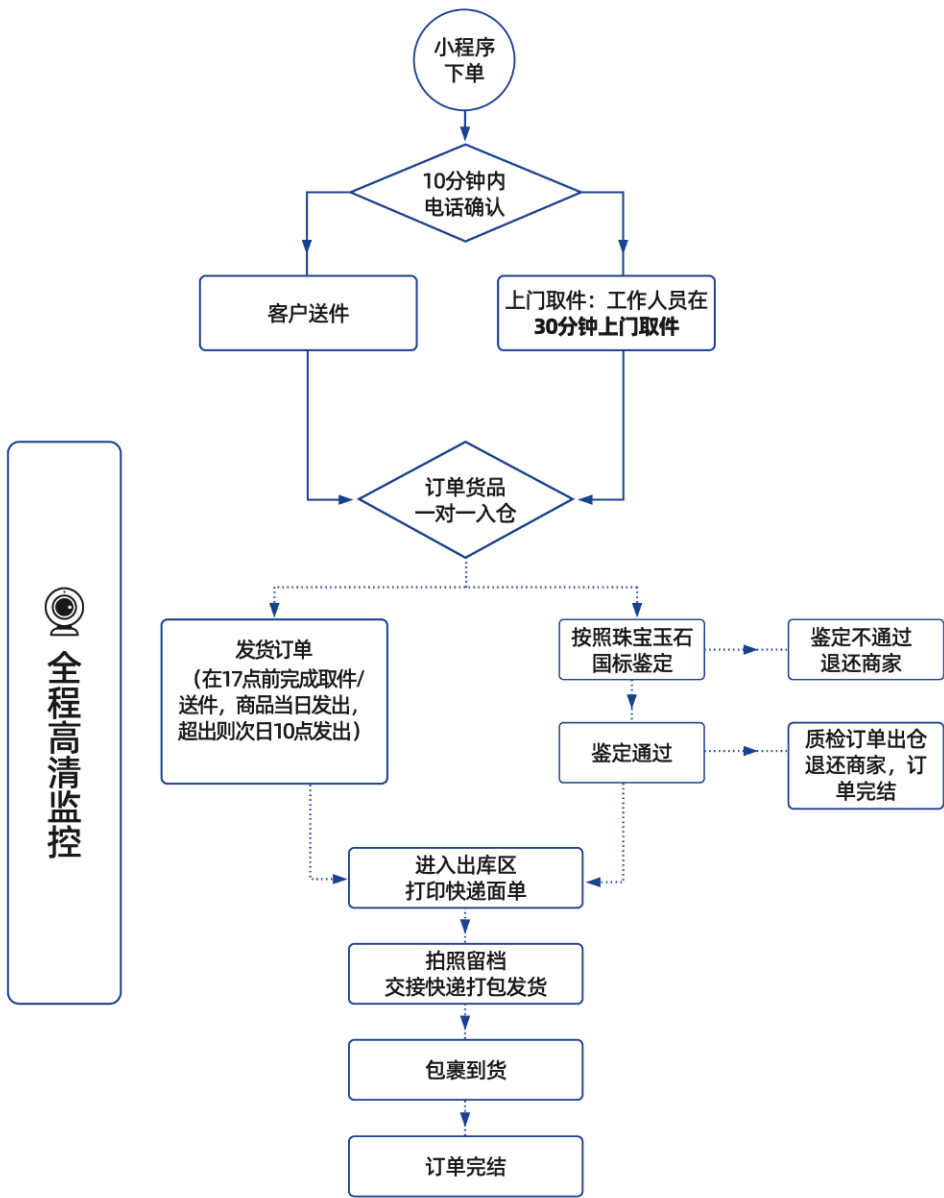
佛山电子证据固化平台的数字确权是一种使用数字技术来确定电子数据所有权的过程。平台通过区块链技术、金融级加密算法、国家卫星精确授时、可信身份认证、唯一数字指纹等多种技术手段，确保电子数据的真实性、原始性和未篡改性，并赋予电子数据法律证明效力。通过这一版权赋能，可以有效保护原创玉雕作品权益，让玉雕师更好地投身于创作之中，不断推陈出新。

质检物流一体化服务升级，快检快发做出有益尝试

传统线下市场珠宝送检和发货是分开的，商家要跑质检机构，要联系快递公司，不仅耗费时间和精力，还增加运营成本。快检快发针对这一痛点，基于检测机构与物流公司加密接口，开发了全国首个“质检物流一体化服务系统”，通过“检发一体”的有益尝试，创新服务，助力商家“降本增效”。



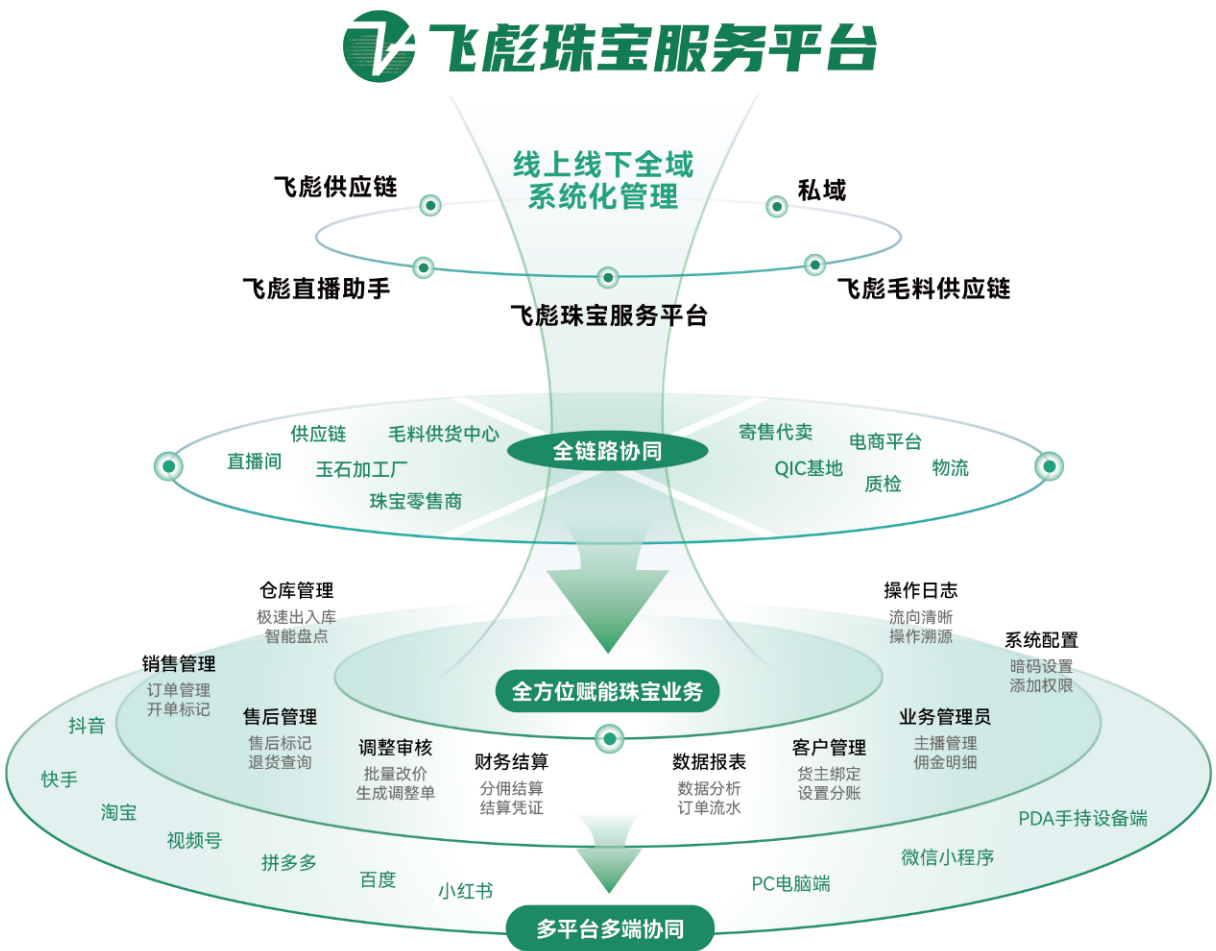
质检物流一体化，助力商家降本增效



越垂直、越专业，飞彪珠宝服务平台

2024年继续蝉联翡翠行业ERP管理软件市占率第一

直播电商的兴起为翡翠行业开辟了新的增长路径，同时也向翡翠企业抛出了直播间、供应链海量数据处理与信息整合的难题。企业亟需珠宝ERP管理软件提供高效数据整合、精细化数据决策的支持，以促进直播间、供应链的协同管理。这包括优化货主、供应商、主播及卖手在内的全员管理，并强化库存管理、销售管理、借入借出管理、售后管理、财务分账管理等关键环节，辅以丰富的数据决策报表，全面提升运营效率。飞彪珠宝服务平台深耕翡翠行业，建立了覆盖全域、全程、全员的数据协同管理体系，凭借出色的数据驱动技术和专业服务，2024年继续蝉联翡翠行业ERP管理软件市占率第一。



打通7大主流平台，实时同步订单状态





2024年

中国翡翠市场消费新趋势



2024 CHINA JADEITE INDUSTRY DEVELOPMENT WHITE PAPER

PART.3

600年翡翠产业史，年年都有新变化。特别是短视频和直播电商的兴起、发展，翡翠文化得到了更好地传播，翡翠产品得到了更快地流通，越来越多人享受着翡翠带来的情绪价值。2024年，翡翠产业依然在正向增长，是什么力量推动着行业的持续发展？消费者的消费行为、偏好都发生了哪些变化？什么样的消费人群最值得关注？看准新趋势，走向新未来！

消费者保障

平洲桂城创新“四个一”监管模式 打造让消费者放心的玉器珠宝消费环境

平洲桂城立足本土产业特色，聚焦玉器行业市场，通过“一个标准”、“一份规范”、“一张榜单”、“一套机制”构建“四个一”监管模式，营造玉器市场网络交易放心消费环境，有效激发消费活力。

一个行业标准体系：培育《翡翠制品销售服务规范》、《翡翠饰品商业评价服务规范》两项“平洲玉器”市级地方标准发布使用，助推交易服务标准化、市场监管规范化。

一份行业规范文件：通过《桂城街道玉石及制品（含加工服务）网络直播营销活动规范管理的指导意见》建立珠宝翡翠交易产品和加工服务全过程追溯机制，强化直播交易全链条监管，推动玉器产业规范发展。

一张诚信红黑榜：上线诚信公示红黑榜，链接南海政务云大数据后台，联通南海和桂城城市大脑，公示珠宝玉器消费投诉处置情况，在小镇数字化展厅同步呈现，充分发挥公众监督和信用约束作用。

一套消费维权机制：一是构建“部门+协会+市场+基地”的层级式消费维权体系，分别在平洲玉器珠宝协会和珠宝玉石电商协会设立2个消费维权服务站；二是成立“线上调解室”，为网络购物平台产生涉玉器买卖矛盾纠纷的消费者，提供便捷高效的线上调解服务。

德宏州推出“亮证经营”模式，规范行业发展 从源头加强直播管控，营造安心的线上消费市场

2024年8月，为切实强化对珠宝玉石翡翠原石直播的管理力度，有效规范市场秩序，推动珠宝玉石翡翠直播行业朝着规范、健康的方向发展，并逐步构建起政府监管、行业自律、主体自治的社会共管共治体系，德宏州成立了专项工作领导小组并出台了一系列制度文件。通过开发“德宏州珠宝短视频与直播报备平台”系统，实现了“直播报备+基地化管理+亮标识直播+宣传”的全新管理措施。从直播的源头入手，对整个珠宝玉石直播产业进行规范化管理，促进行业健康发展。

德宏州新媒体协会 聚力行业诚信力量，共促翡翠产业高质量发展

2024年8月，德宏州新媒体协会联合瑞丽市珠宝玉石首饰行业协会、盈江县直播协会，制定并发布了《德宏州珠宝玉石翡翠行业直播行为规范》，引导直播从业者规范自身行为。并面向全州开展以“与消费者共生，与珠宝产业共荣，我们在行动”为主题的短视频征集活动，珠宝玉石行业协会、直播基地、商家、雕刻大师、检测机构、网络名人等广泛参与。运用新媒体的力量宣传直播行为规范的重要性与实际应用，力促全行业遵规守纪，推动珠宝产业良好发展的同时保障消费者权益，推动珠宝市场共生共荣。

健全行业规范、完善品质管控体系，从源头保障消费者权益

自2023年以来各地政府及相关行业协会出台了一系列政策法规和团体标准，为翡翠行业的规范化发展筑牢根基。政策法规的发布不仅促进了整个行业的优化升级，也为消费者创造了更加公平、透明的市场环境。

时间	文件名称	主 要 内 容
2023.7	《佛山市南海区经济促进局关于直播电商示范基地认定办法（试行）》	该法规，充分发挥直播电商示范基地集聚产业作用，引导具有较好基础和发展潜力的直播示范基地与本地优势产业相结合，推动电子商务高质量发展。
2023.11	《翡翠饰品商业评价服务规范》	重点聚焦“商业评价描述信息”，针对翡翠玉石种水、颜色、色调差距、内外部特征等方面进行描述上的定义、国标等级的对应。
2023.11	《翡翠制品销售服务规范》	该规范从服务保障、管理、监督以及销售术语和定义上进行了严格区分，并强调了与有关的现行法律法规和强制性标准之间的关系，对所涉行业电子商务直播服务进行规范，有力保障了消费者合法权益。
2023.12	《玛雅绿翡翠 分级》	该标准集中了广东省珠宝产业主要的科研力量，在进行大量市场调研和科学研究的基础上，创新采用贴近市场的概念、技术及方法，建立起适合市场需求的翡翠分级体系。标准的推出将助力新产地翡翠裸石采购实现标准化、批量化，推动翡翠产品市场交易更规范、更透明、更可持续，对于进一步促进翡翠产业的高质量发展将产生重要的影响。
2024.2	《平洲珠宝玉器行业借贷、代卖交易行为规范》	该规范立足于市场现状，针对玉器行业内玉石、玉器的借贷、代卖相关交易行为等方面，从法律角度进行了规范。
2024.2	《翡翠产地检测技术与方法标准说明》	该标准适用于各类从事翡翠生产、加工、销售以及第三方检测机构，指导从业企事业单位和专业人士对翡翠产地鉴别采用统一的方法和技术，确保检测结果的准确性与可靠性。
2024.8	《德宏州珠宝玉石翡翠行业直播行为规范》	该规范面向玉石翡翠行业自播、代播及代购行为进行了指导和建议，保障了正规直播商家及消费者的合法权益。
2024.10	《德宏州翡翠网络直播行业管理办法（试行）》	该管理办法明确了网信、市场监管、公安机关、商务等多个部门的监管职责分工。网信部门负责互联网行业监管及网络正面宣传等；市场监管部门监管价格行为、查处违法违规行为等；公安机关打击违法犯罪行为并负责网络与信息安全监督管理。
2024.11	《危地马拉翡翠 分类与命名》	该团体标准对市场上普遍出现的危地马拉翡翠进行了详细归纳和总结，提出了利用颜色类型进行了类型划分，并提出了命名原则。推动了危地马拉翡翠市场的合规化发展，也为消费者提供了保障。

2024年各大电商平台针对珠宝行业相继出台新政、完善自身规则，在建立健全直播市场长效监管机制的同时，形成了一套成熟的翡翠直播品控管理体系。例如，抖音明确规定了商品发布及宣传要求细则、视频号要求翡翠在发货前必须提交质检服务中心进行质量检测、淘宝将“先鉴后发”纳入珠宝行业商家标准等要求，从产品质检、流程合规各方面保障消费者权益。

日期	平台	政策名称	政策细则
1月25日	抖音	《“虚假宣传：虚假促销玩法”违规细则》	针对创作者在短视频/直播/图文推广商品过程中，以“清仓”、“低价商品”等福利/活动信息诱导消费者互动参与，实际为虚假信息、未兑现、无法兑现或违反法律法规/平台规则的违规营销内容。
2月8日		《【珠宝文玩】商品发布及宣传细则》	规定商品发布及宣传要求，涉及店铺命名、商品发布、闪购、创作者昵称、商品和内容宣传规范等，违规将依规处罚。
4月16日		《【珠宝文玩】行业准禁售商品细则》	明确准售商品种类，包括珠宝玉石、贵金属等，同时列出禁售情形，如有色衬底翡翠等，旨在规范商家经营，保护消费者权益。
7月15日		《「违规营销-违规估价鉴宝」实施细则》	明确“违规估价鉴宝”规则，指创作者无资质对珠宝玉石等收藏类商品鉴定或提供服务的误导行为，包括宣传鉴宝服务、出现鉴宝行为等情形，违规将依情节轻重扣分，还会采取多种处罚及管控措施。
8月30日		《关于明确翡翠玉石纹裂瑕疵标准的规则优化》	优化翡翠玉石纹裂瑕疵标准规则，涉及开单卡、直播宣传、瑕疵属性选择等方面。商家要如实披露瑕疵，避免“瑕疵描述不符”违规，否则将面临减少曝光、封禁账号等处罚，平台还将专项治理低质商品。
11月20日		《创作者【价格违规-虚构被比较价】实施细则》	新增若被比较价格为实际到手价20倍以上属虚构被比较价规定。明确被比较价格定义、证明材料要求，规范宣传方式及违规处理措施，以保护消费者权益，规范商家经营。
4月11日	视频号	《视频号橱窗【珠宝玉石】商品准禁售细则》	部分珠宝类目商品需经质检中心质检发货。细则明确适用范围、准售商品（如天然未处理翡翠等）、禁售商品（如原石、处理宝石等）及常见问答，商家需合规经营，禁售商品不得出现于直播间。
8月23日		《视频号橱窗【珠宝首饰】类目定向准入和清退标准》	视频号升级珠宝首饰类直播定向准入管理规则。明确适用范围、资质要求（含品牌等标准及材料上传说明）、预警和清退标准、资费规定，平台将依标准监测商家，后续还会调整准入标准。
3月15日	淘宝	《淘宝网珠宝首饰行业管理规范》	新增贵金属类目准入及清退要求，加入一物一证服务及缴纳特殊额度保证金；修改商品发布要求及对应违规处理。提升珠宝首饰商品品质，切实加强商品的规范性发布管理，保护消费者和卖家的合法权益。
10月16日		《新增“先鉴后发”作为淘宝珠宝行业商家标准》	新增“先鉴后发”为珠宝行业商家标准，涉及商品在发货前需先经过专业鉴定，确保品质与描述相符，以保障消费者权益，提升购物体验，增强消费者对珠宝商品的信任度。
9月10日		《《淘宝网“安心鉴”服务规范》	《淘宝网“安心鉴”服务规范》变更内容，包括调整珠宝检测服务商准入资质、检测收费标准。
9月	小红书	《珠宝玉石类行业管理规范》	对于贵金属、珠宝玉石的商品，需提供具有CMA或CNAS资质的第三方质检机构出具的贵金属/珠宝玉石鉴定证书。
9月		《珠宝玉石商品发布及宣传规范》	新增珠宝玉石类【商品发布规范】、【内容宣传规范】，涉及禁售商品、贵金属纯度克重规范、商品信息要求及内容宣传要求等。
9月		《珠宝玉石类目售后争议处理细则》	珠宝玉石类目售后争议处理细则细化，降低消费者投诉提高满意度。
10月		《珠宝玉石低劣质商品专项治理公告》	针对珠宝玉石商家展开低劣质商品治理，明确低劣质商品的定义、违规场景及平台处理措施。

“515阳光服务”品控机制，系统化建立了翡翠直播品质管理标准

企业自律是诚信经营的基点，是品质管理的起点。翡翠直播过程中会面临灯光失真和讲解片面等问题。“515阳光服务”品控机制的出现，系统化的建立了一套翡翠直播品质管理标准。更科学的品控流程、更透明的货品展示，更好的与消费者拉齐信息，赢得市场口碑。

5 入仓初检、直播前精选二检、直播看货三检、出仓四检、检测机构五检，5道质检流程，确保翡翠品质。

1 坚持1个中心“自然光直播”。

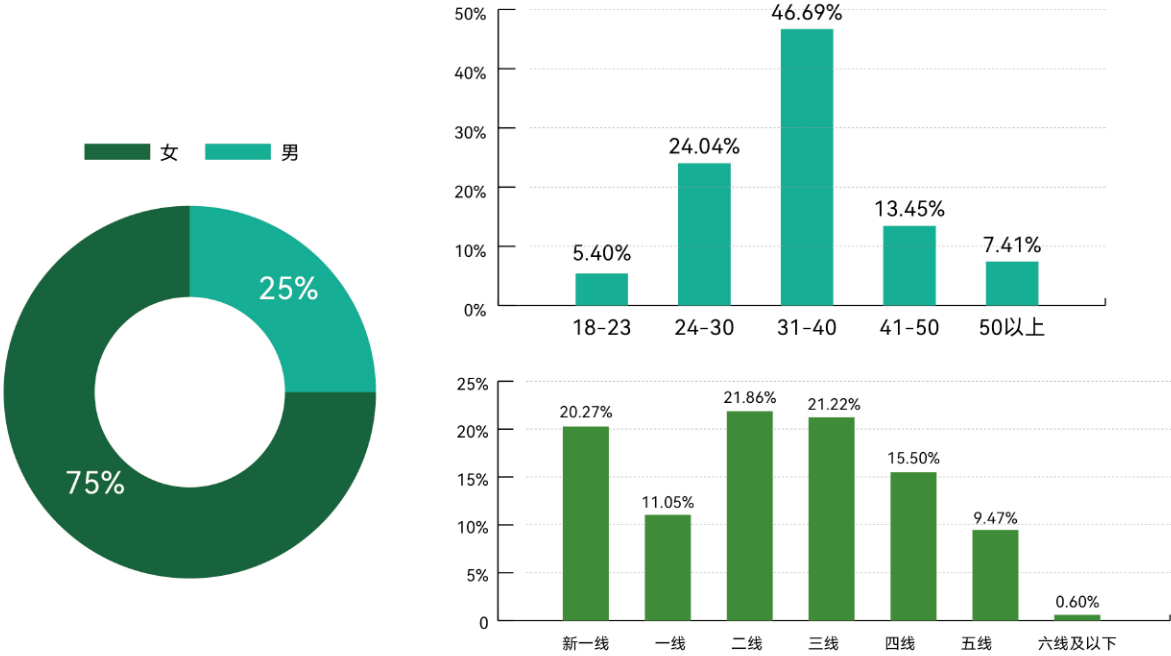
5 面对消费者，主播必须从“种水色工瑕”5个层面“360度无死角看货讲解”，每条手镯的讲解时间不少于3-5分钟，让消费者明白购物、放心消费。



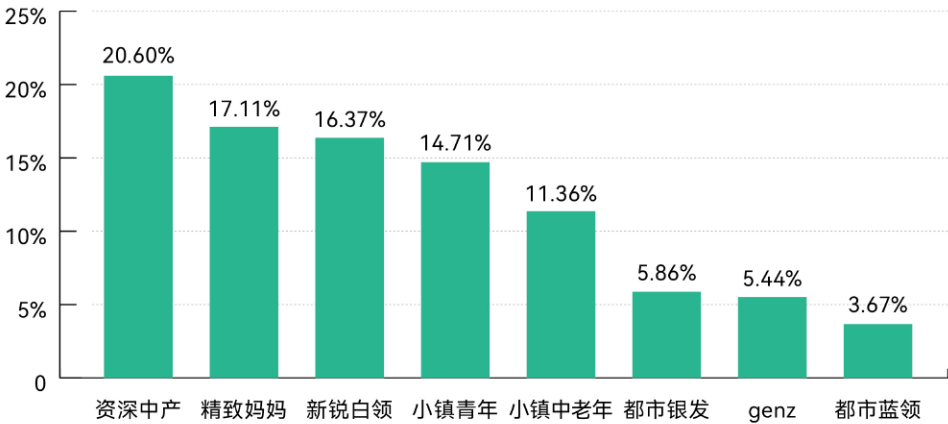
消费者画像

以手镯、配饰为主的翡翠直播间
女性占比超75%，31-40岁的女性消费力表现突出

以手镯、配饰为主的直播间，2024年女性客群占比超过75%，同比增长2%。从消费年龄来看，集中在31-40岁，占比接近50%；在城市分布上，二线以上城市依旧是主力消费市场；就人群分析，资深中产最具消费力，占比高达20.6%，其次是精致妈妈与新锐白领，占比分别为17.11%，16.37%。发现一个有意思的现象，随着直播电商的普及和渠道、产品的下沉，城市客群的分布在逐渐拉平。



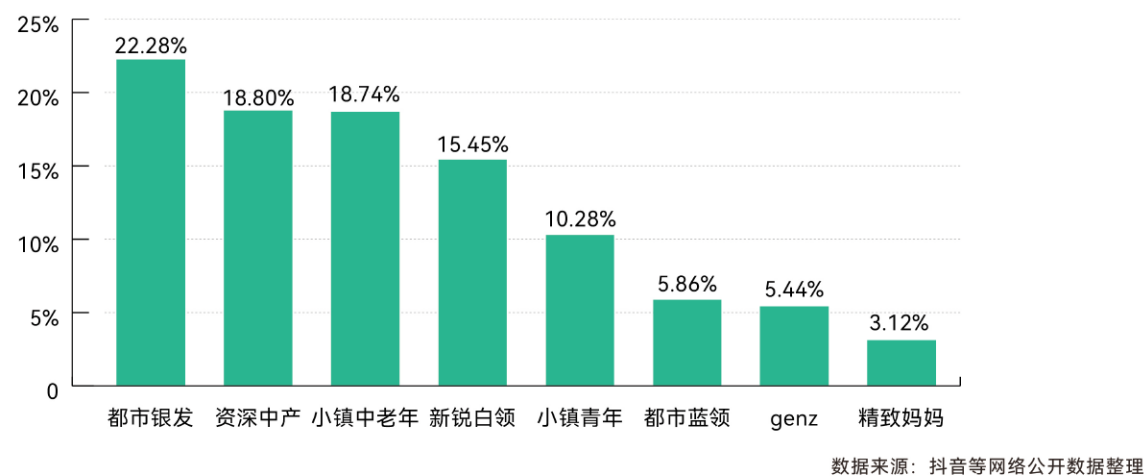
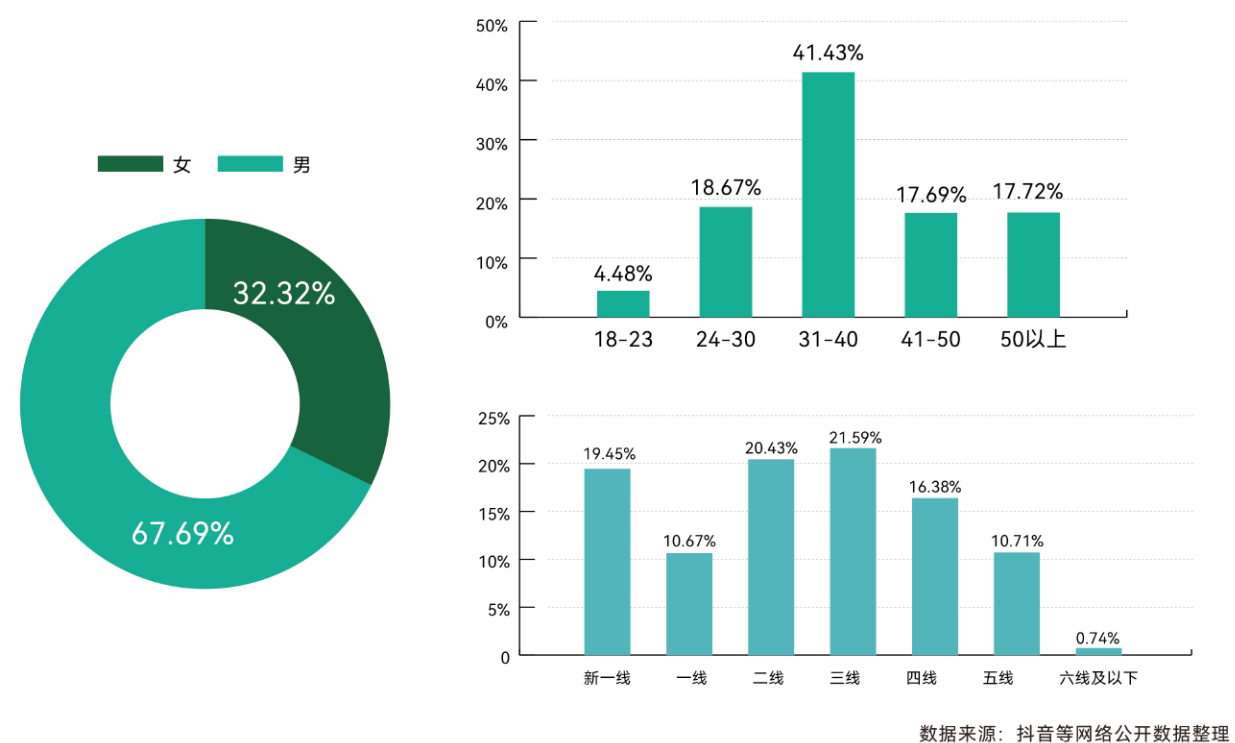
数据来源：抖音等网络公开数据整理



数据来源：抖音等网络公开数据整理

以牌子、挂件为主的翡翠直播间 男性占比超67%，主力客群集中在二三线城市

以牌子、挂件为主的直播间，男性是主力客群，2024年数据显示占比超过67%。年龄集中在31-40岁。城市分布主要在二三线城市，占比分别为20.43%和21.59%。人群上看，都市银发表现出强劲的消费实力，占比达22.28%，其次是资深中产、小镇中老年与新锐白领。



2024年出现了几大女性消费新势力，热爱传统文化的个性95后、悦己理性的千禧妈妈和时尚年轻的岁月丽人，希望通过她们的画像特征，针对性的在产品开发、营销策略上，给到翡翠行业一些启发性的思考。

个性95后

对国外大牌祛魅，热爱传统文化

95后出生的年轻世代，她们的成长伴随中国经济的腾飞，文化自信是她们身上的重要标签，热爱国货、青睐国潮。她们是消费的新生力量，更引领着未来的消费趋势。以消费展现个性，是她们消费观的精神内核。

情绪满足

个性消费是她们的标签，“追求个人生活情趣、专注于个人消费，重视自我情绪的满足”。她们花在自己身上的消费占比高达78.3%，这种自我情绪链接使她们愿意购买更多的时尚产品。

小众圈层

她们有着强烈的自我，乐于表达和分享，通过线上社群形成小众兴趣消费圈，并逐渐延伸到线下的消费场景。她们尊重各种文化的独特魅力，对于新鲜事物有着更高的接纳度。

文化自信

她们认同并热爱传统文化，有着强烈的民族自豪感和文化认同感。她们对国外大牌祛魅，对国产品牌认同。她们通过汉服的穿搭和消费向世界展示自己的民族自信。



个性95后
- GE XING 95 HOU

资料来源：根据仲量联行、21世纪经济研究院公开资料进行整理

满足情绪价值的个性化消费场景

95后女性消费场景的构建与她们的消费内核紧密相连——个性化消费。从情绪价值出发，她们在与自我、群体和社会的连接过程中，喜欢新奇独特的体验和好看、好玩、有内涵的“个性”化消费新场景。

个性定制

文创产品

跨界联名

千禧妈妈

理性审判，悦己互宠

她们见证了中国经济的腾飞，经济发展产生的丰富机遇，让她们的努力在时代的红利催化下开花结果。她们这一代人在社会面、经济面、家庭面取得了普遍性成功，她们的消费力既是代表个人，更源自整个家庭，是影响社会消费基本盘与结构的重要力量。

回归真我

她们凭借经济独立带来的底气，敢于挑战传统观念，表达自己的观点和想法，她们勇于遵从自己内心的声音，更加注重自我价值的实现和个人情绪的满足。

育儿搭子

千禧妈妈在育儿过程中会寻找同为母亲的同辈人进行交流，她们有着相仿的年龄，相通的育儿理念和相似的育儿需求。相同的妈妈身份使她们之间有着不可比拟的理解、认同与信任，在消费习惯上相互影响。

斜杠辣妈

这个女性群体除担任母亲、妻子的角色外，也可能是职场女性、创业者、艺术家、教育者等。斜杠辣妈在照顾家庭、教育孩子的同时，兼顾自我爱好的培养和自我价值的实现。



千禧妈妈
- QIAN XI MA MA

资料来源：根据仲量联行、21世纪经济研究院公开资料进行整理

满足多元需求的复合场景

她们处于人生中具有活力的阶段，她们有着足够的经济实力去满足自身的消费需求。深厚的文化底蕴与开阔的视野，精致与高品质成为她们生活方式的核心标签。同时她们的家庭角色令她们的消费场景更富多元性，需要满足家庭消费的复合需求。

取悦自己

追求品质

关怀家人

岁月丽人

拒绝老年装，必须要时尚

“岁月丽人”有别于传统观念的退休群体，她们不安于安享晚年，而是继续寻求自我价值的再实现，补偿曾经错过的时光。从“养老”到“享老”，她们与社会保持高度接轨，她们用更多的时间去享受自己的生活。去实现未实现的梦想是她们的消费潮流与趋势。

自主享乐

岁月丽人在退休后拥有更多的闲暇时间，她们更关注自我需求。她们看重时间，在“有闲、有钱”且“有脚力”的年岁里，她们与光阴赛跑，周游世界。她们不因年龄束缚而抛弃时尚，拒绝老年装，同年轻人一样追逐潮流。

熟人社群

在购物上，她们更愿意相信身边人的亲身经历，尤其是涉及健康、金融理财、珠宝等产品时。在社交上，他们更愿意通过各类兴趣社群，结实更多心灵契合的朋友。

退而不休

在过去，女性在退休后会因为缺少社会链接而减少日常消费。但岁月丽人会继续与社会保持密切关系，她们渴望在社交与日常生活中维持从容与优雅，她们对于珠宝、健康、美容等方向有着极大的兴趣与需求。



岁月丽人
- SUI YUE LI REN

资料来源：根据仲量联行、21世纪经济研究院公开资料进行整理

从“养老”到“享老”打造社交型的消费场景

岁月丽人在认知上“不认老”，她们抛弃了老年装和老年味，乐于学习并体验新鲜事物。社交是岁月丽人保持和群体以及社会链接的方式，打造具有社交属性的熟人场景，如线下圈层展会、线上的兴趣社群，不仅能使她们的生活充实，也能有效地满足他们的精神需求。

敢消费

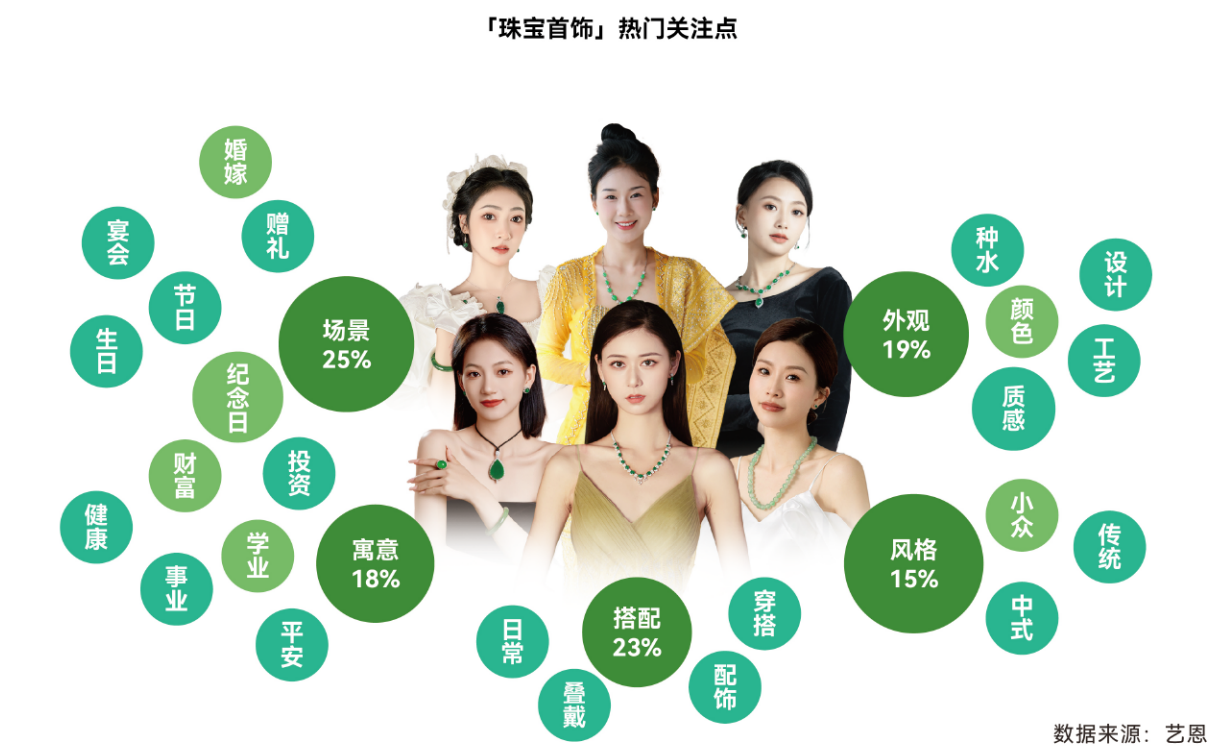
易从众

爱漂亮

消费特征及趋势

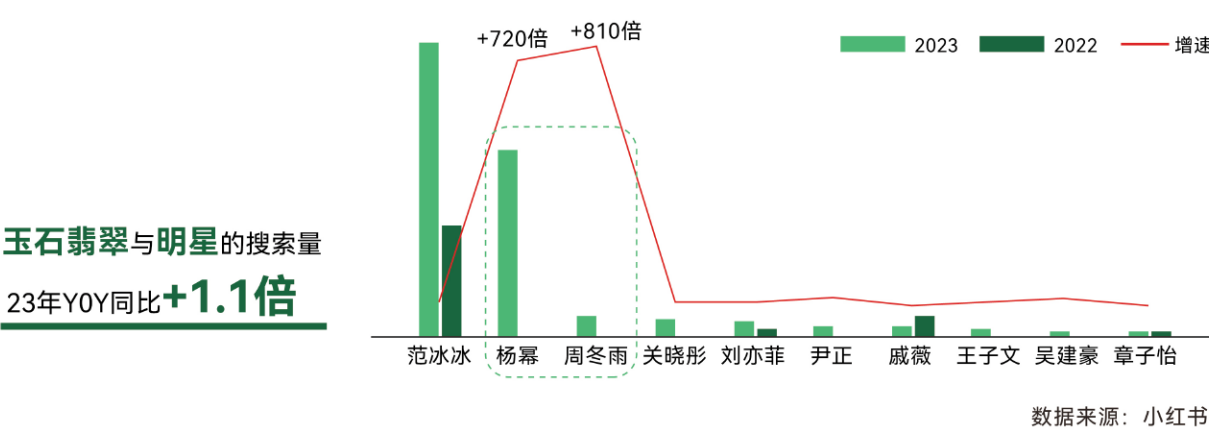
1、消费者对珠宝翡翠的需求关注点更加多元

珠宝翡翠的使用场景日趋多样化，不同的文化寓意、产品外观颜色、风格及搭配是用户的核心关注。



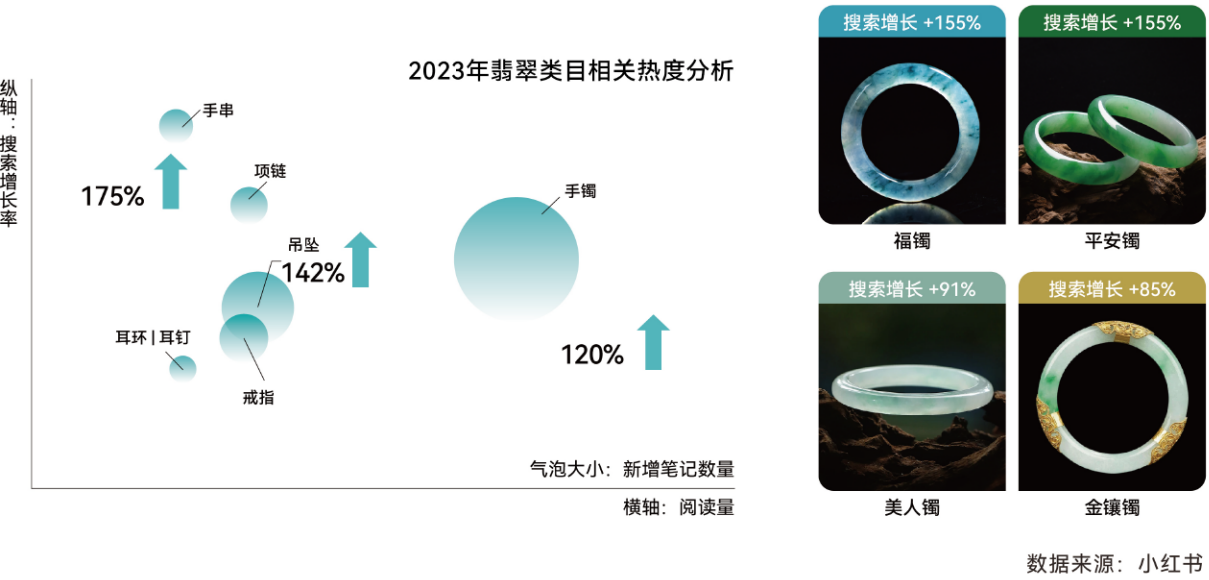
2、明星同款成潮流，明星与翡翠的关联搜索量同比上涨110%

近年来，随着范冰冰、杨幂、周冬雨、关晓彤等越来越多的明星在公众场合选择佩戴翡翠，带火了翡翠的热度，2023年明星与翡翠的关联搜索量同比上涨110%。明星同款成潮流，类型款的设计开发，成为了消费者的热宠。

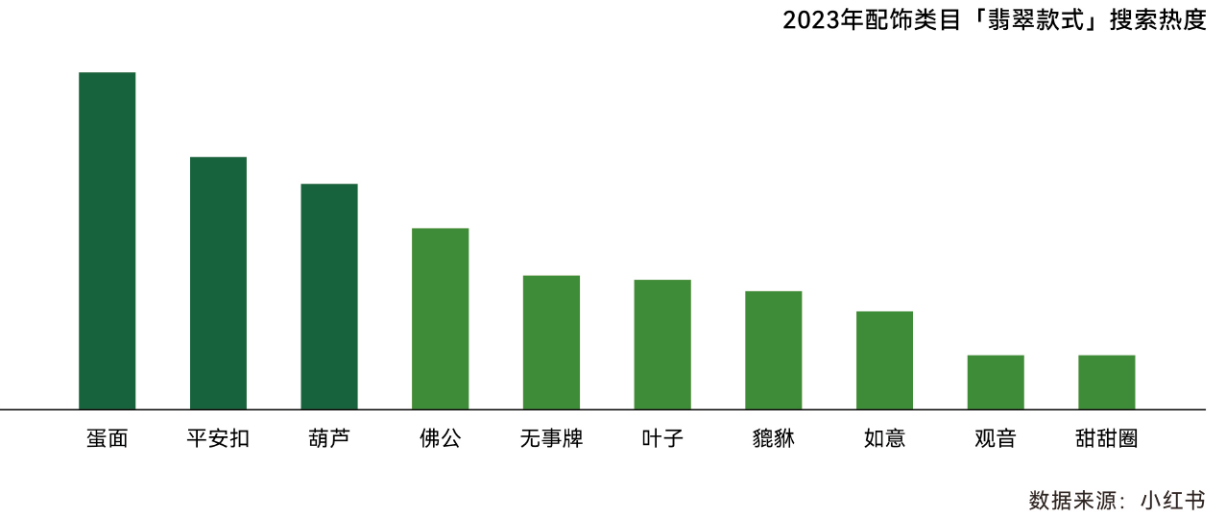


3、手镯依然是最受关注的品类，手串增速最明显，蛋面、平安扣、葫芦是款式TOP3

手镯作为翡翠的第一大品类，每年都是消费者的热点关注。2023年，就小红书平台来看，福镯、平安镯热搜同比增速都超过150%，美人镯排在第三，增速超过90%。手串是搜索增长率最高的品类，增速达175%。

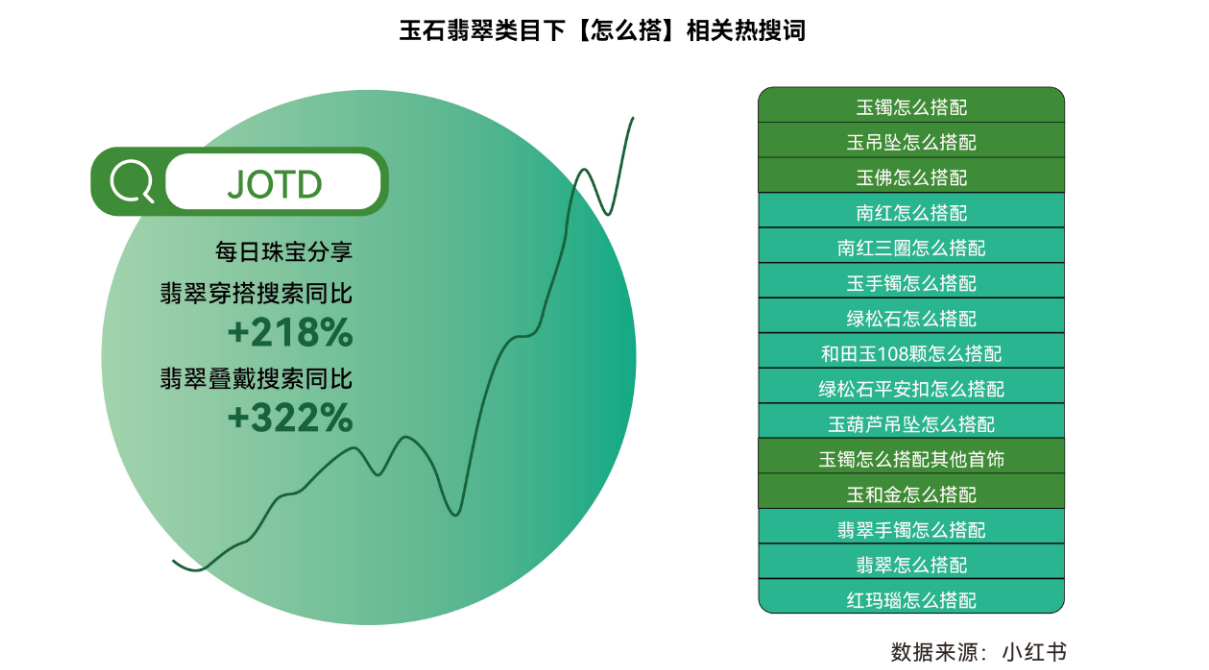


同时，在2023年配饰类目「翡翠款式」的搜索热度中，蛋面、平安扣、葫芦位列TOP3。



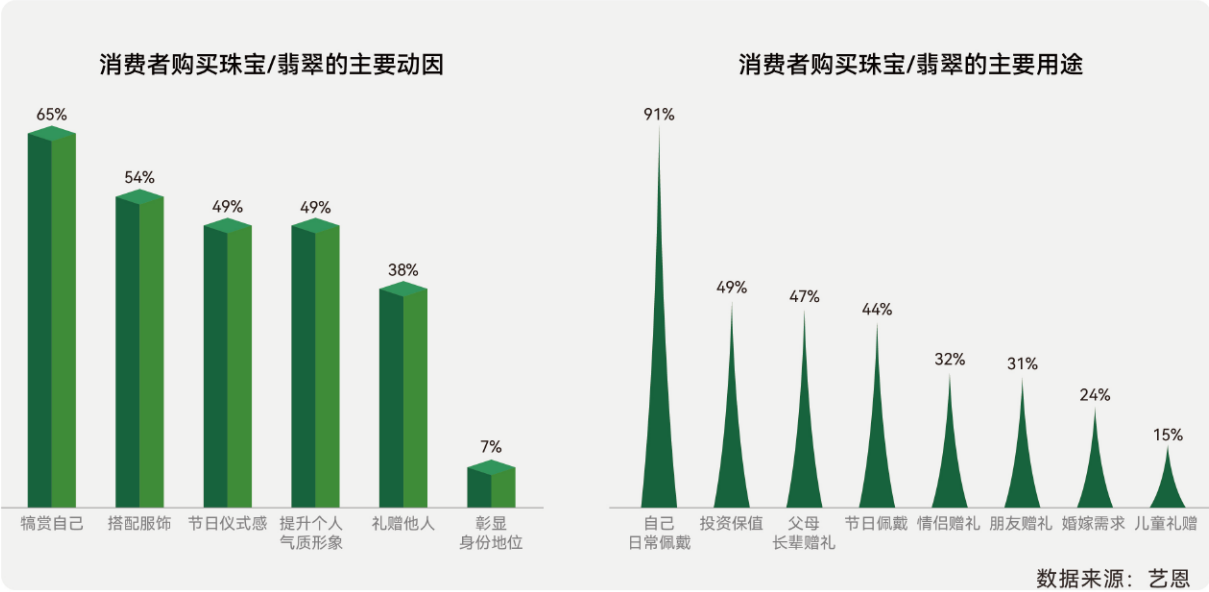
4、翡翠更加时尚化、配饰化，穿搭属性增强，翡翠叠戴受追捧

翡翠的穿搭属性日益凸显，时尚化、小精品越来越受到年轻人的喜欢，翡翠叠戴受到追捧。日常穿搭选择一件翡翠饰品成为了彰显气质的首选。翡翠不再是特殊场合下的奢华点缀，而是悄然融入到人们的日常时尚语境之中。



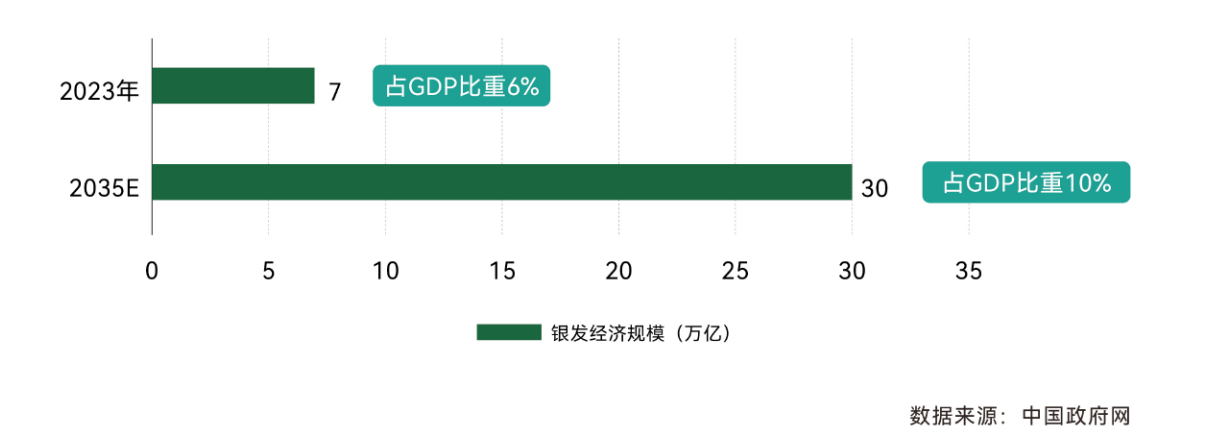
5、收藏保值是影响消费者购买珠宝翡翠的重要原因

消费者愈发青睐有收藏价值、保值属性的珠宝，2023年在小红书上，翡翠与收藏的讨论热度同比上涨了250%。消费者选择珠宝翡翠受多种因素驱动，除自我佩戴外，珠宝翡翠的投资属性成为影响消费者购买决策的第二因素。

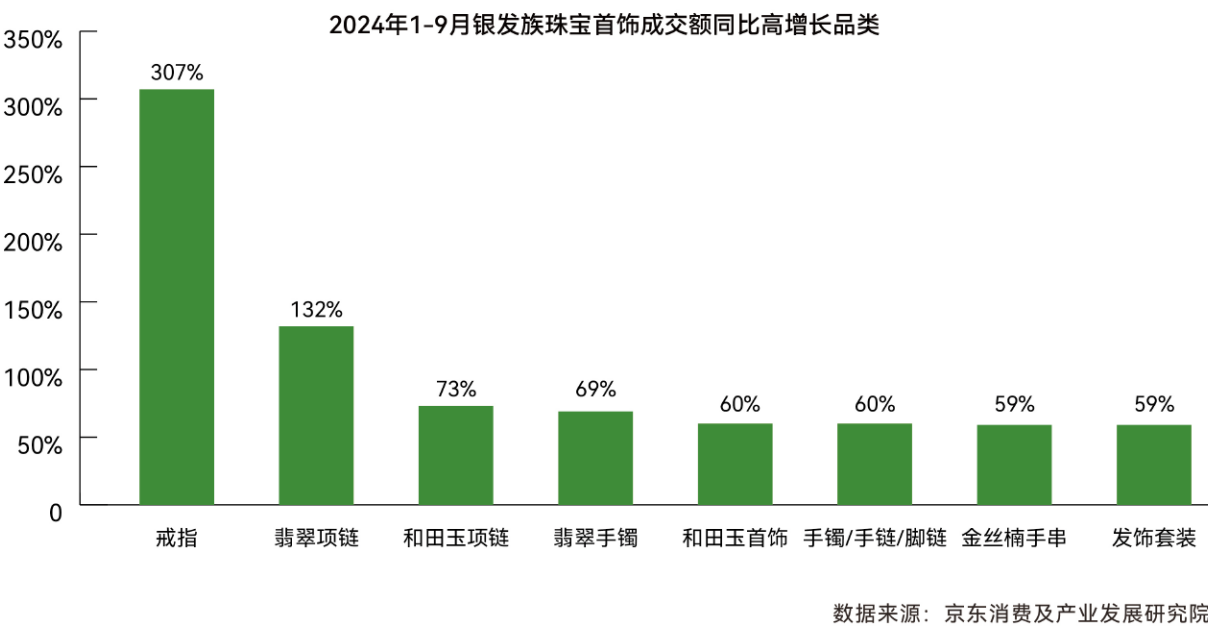


6、银发族在珠宝翡翠上的消费增长亮眼，对翡翠项链、翡翠手链青睐有加

截至2023年末，我国60岁及以上人口达到2.97亿人，占全国总人口的21.1%。据中国老龄科学研究中心预测，2023年我国银发经济规模大约7万亿，占GDP比重6%，到2025年预计将达到30万亿左右，占GDP比重约为10%。



越来越多的银发族可谓“老年轻了”，穿衣打扮比年轻人还要精致时尚，在珠宝首饰、美妆护肤、医疗美容服务、服饰上的消费投入明显增长。在珠宝首饰方面，戒指对于银发族吸引力最大，翡翠项链与翡翠手链的成交额同比增长132%和69%。



2024年

中国翡翠产业人才结构变化

2024 CHINA JADEITE INDUSTRY DEVELOPMENT WHITE PAPER

PART.4

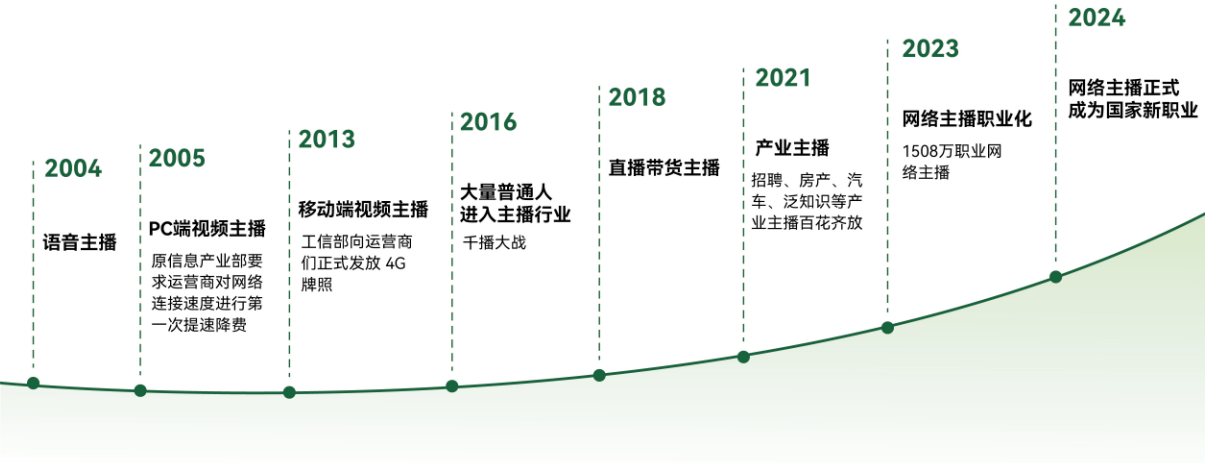
2024年翡翠产业有一个明显的趋势，从以“流量”为中心转向以“消费者”为中心，线上加线下、私域加公域的全域经营在快速发展，与之匹配的就是人才队伍的调整与耦合。全域经营不是简单的渠道复合，而是紧紧围绕消费者，重塑组织文化、推动效率革命，提升客户的全渠道体验。数字时代推动着翡翠产业的快速变革，变革的背后是人才的博弈。

短视频及直播人才

随着短视频与直播的日趋成熟，各传统行业精英大规模入场，内容竞争、流量竞争、效率竞争愈发激烈。翡翠行业短视频及直播人才队伍需要立体升级，向着更加规范化、职业化、高水平的方向发展。

主播正式进入“国家队” 直播内容创新成翡翠主播的重要提升方向

2024年8月，人力资源和社会保障部会同国家市场监督管理总局、国家统计局增设网络主播为国家新职业。网络主播的“转正”意味着更严格的职业规范和更高的内容要求，主播们在追求流量和热度的同时，需要更加注重内容的深度和社会责任感。同时与之相关的职业技能、职业规则和职业道德也将逐步完善，未来对于翡翠主播将有更高的要求 and 门槛。



高速增长的直播时代正在退潮，但内容营销方兴未艾，内容已经成为企业与客户沟通的核心枢纽。主播作为关键一环，直播内容的升级、创新和突破非常重要。接下来，翡翠主播需要通过优质的直播内容，体察客户需求，在互动中找到销售“痛点”；营造情绪氛围，在价值场景中找到情感“爆点”；深挖文化认同，在兴趣生活中找到客户“燃点”，最终提升价值输出能力，形成自己的直播风格。

体察客户需求
在互动中找到销售“痛点”

痛点

营造情绪氛围
在价值场景中找到情感“爆点”

爆点

深挖文化认同
在兴趣生活中找到客户“燃点”

燃点

市场洞察力、数据分析力、内容创作力等
成为翡翠直播行业核心人才的核心能力

主播	流量承接能力、形象管理能力、卖点提炼能力、互动控场能力、个性感染能力、心理抗压能力、学习调整能力。
达人	流量承接能力、垂直领域专业能力、推广互动能力、内容创作能力。
短视频运营	短视频内容策划能力、数据分析能力、社群运营能力、活动策划及运营能力、短视频制作能力。
直播运营	直播内容策划能力、控场协调能力、数据分析能力、直播活动策划及运营能力、粉丝运营能力。
直播选品	品控能力、达人选配能力、市场洞察力、沟通协调能力、谈判议价能力。
流量投放	平台投放技术能力、数据分析复盘能力、沟通协调能力、抗压能力。

资料来源：巨量引擎

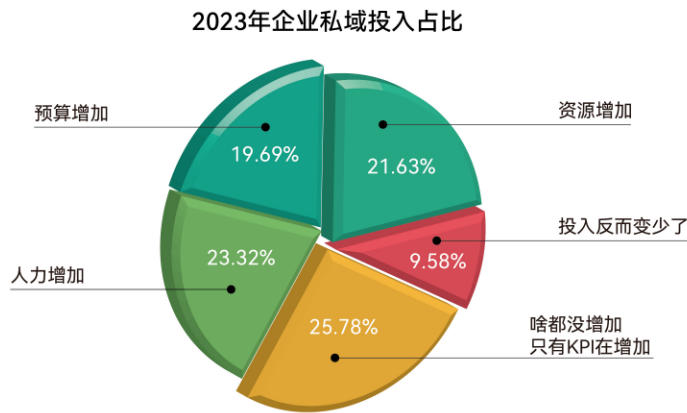
了解更多短视频及直播人才画像
详见《2023中国翡翠产业发展白皮书》



私域人才

私域是和营销变现直接关联的增长策略
超六成企业增加私域投入，搭建私域部门，私域人才需求增长

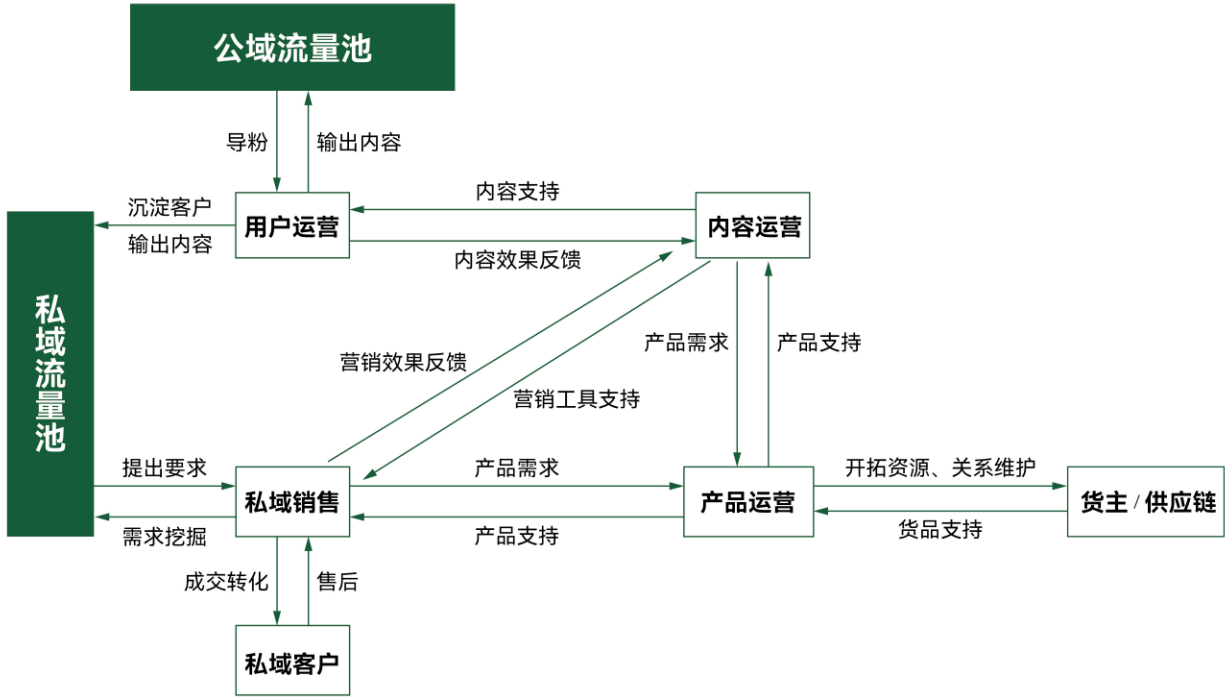
随着公域获客成本不断攀升和不可控性，近两年珠宝翡翠商家逐渐重视起自身私域用户池的孵化和培育。私域的稳定性、自主性，已经成为商家拓展销售份额、提升竞争力，实现长效经营的重要策略。



64.64%的企业
明显增加了私域投入
私域人才需求连续5年持续增长
缺口已突破150万

数据来源：见实科技、前程无忧

私域结构模型



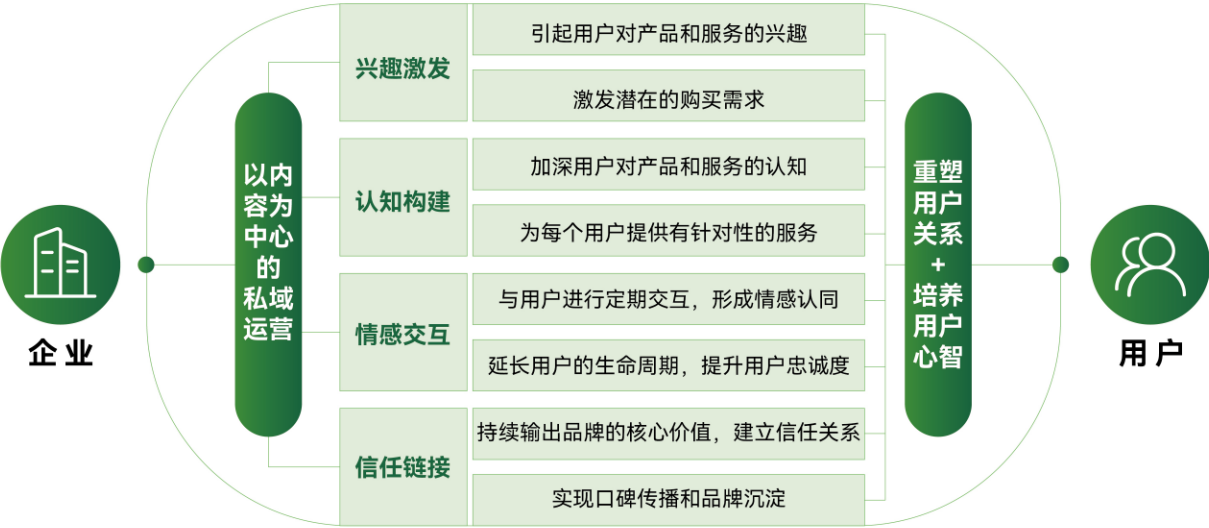
用户运营

用户运营，是翡翠商家将客户从公域引流至私域的核心锚点。建立专属的客户标签，对客户实施精准管理，同时通过社群、圈层等日常活动的策划执行，活跃客户、提升客户留存，为内容提供画像支持、为销售提供客户支持。



内容运营

私域的本质是内容营销，内容运营将品牌与产品转变成优质的内容工具，搭建起企业与客户之间的桥梁，从而实现用户的触达、培育和孵化。通过图文、短视频、活动等内容的输送，为用户运营在公域获取流量；通过品牌与产品价值的内容呈现，逐步搭建起私域客户从陌生了解到熟悉，再到成交的成长路径。



资料来源：根据小红书公开资料进行整理

产品运营

在以“货”为主的珠宝翡翠市场，产品运营扮演着至关重要的角色。熟悉消费潮流、有爆款运营思维，自建货盘、链接供应链与货主、新品研发，为私域销售提供有竞争力的产品。



私域销售

私域销售是品牌与客户之间情感链接的“心灵捕手”。翡翠作为一种需要高信任背书的产品，私域销售不仅要懂得挖掘客户的需求，更需要通过日常内容的经营，建立自己的信任价值，逐渐拉近客户与品牌的关系，最终实现成交。



全域人才

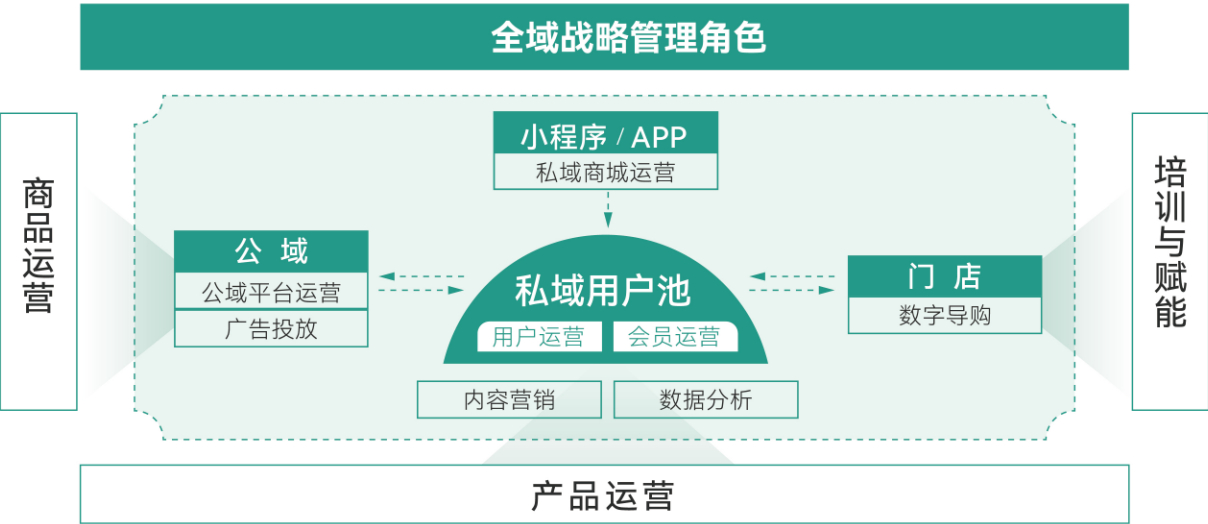
线上和线下贯通，公域和私域融合
全域经营就是以“消费者为中心”

面对盈利水平和经营效益的增长瓶颈，珠宝翡翠商家需要深挖用户全生命周期价值，回归生意增长的本质。以数字化手段，建立以消费者为中心，整合线上线下场景、公域私域触点的全域经营模式，将成为珠宝翡翠商家发展的必由之路。



资料来源：根据腾讯营销洞察公开资料进行整理

在珠宝翡翠产业全域经营的落地实施中，岗位布局不仅是组织架构的基础，更是驱动业务增长与创新的引擎。



图：全域经营岗位的关系与作用

资料来源：根据腾讯营销洞察公开资料进行整理

全域人才岗位一览表

序号	岗位名称	岗 位 职 责
1	全域战略管理者	制定全域经营整体战略并监督实施，从上而下指挥并协调各部门完成全域经营的管理目标和业绩目标。
2	用户运营	搭建私域用户运营阵地，基于用户分层制定差异化用户运营策略；围绕用户全生命周期进行运营设计，规划流量链路、社群运营 SOP、群活动等运营手段，实现转化、口碑分享及复购。
3	会员运营	规划和完善会员管理体系，制定会员运营方案，通过搭建数据标签体系，实施会员分层及会员生命周期管理，提升会员活跃度和忠诚度，并增加新会员的获取。
4	私域商城运营	搭建私域商城并负责商城的运营工作，运用活动、直播等多种营销手段提高商城会员渗透率、活跃度及服务体验，并通过用户精细化运营提升商城销售额、客单及复购，同时也承载品牌官方形象，实现品牌推广。
5	内容营销	统一规划品牌内容策略，输出私域运营所需的内容素材，同时也与公域平台运营岗位对接，协同输出既具有渠道特性、又符合品牌调性的优质内容，提高品牌声量并降低营销成本。
6	公域平台运营	负责特定公域平台的运营，通过整合营销活动推动公域转私域的流程，增加用户接触点和转化机会，同时提供差异化用户服务，提高特定平台用户满意度、忠诚度和活跃度。
7	广告投放	制定广告策略、广告宣传规划及投放效果指标，跟进投放动态定期监测指标并优化投放策略，对接营销资源，拓展全域媒体资源、把控投放节奏。
8	数据分析	统一管理用户数据，搭建和优化报表系统与数据看板、分析业务数据，并输出洞察报告，赋能管理层、运营层和终端的经营决策。
9	数字导购	利用数字化工具发现并激活顾客，通过社群、1V1沟通等方式进行用户管理与维护，通过全场景、顾问式服务，加深用户链接并提升用户体验。
10	培训与赋能	组织搭建全域经营知识体系，整合内外部新营销、用户思维、智慧零售等方向的培训讲师与课程资源，实施培训计划并跟踪培训效果。
11	产品运营	统筹私域商城建设及全域用户管理所需的数字化产品的设计与规划，并转化业务侧需求给IT部门，推动数字化产品的上线和优化。
12	商品运营	洞察用户的商品消费需要，并围绕分层用户需求，对公私域商品进行差异性规划、设计及选品，并联动多部门进行营销。

资料来源：根据腾讯营销洞察公开资料进行整理



2024 CHINA JADEITE INDUSTRY DEVELOPMENT WHITE PAPER

PART.5

2023年，以ChatGPT为代表，AI大模型在全球掀起了一股热潮，在这一科技变革的大背景下，翡翠产业链条必将迎来新的技术革命。翡翠的生产、加工、设计、营销各环节AI都会从容介入，从而在行业效率、企业成本、组织结构、用户体验和流量逻辑等各方面产生积极影响。



资料来源：结合行业特性，根据亿欧智库公开内容进行整理

供应链的AI应用

赋能各环节，助力翡翠商家降本增效

在原料采购端，AI能够及时捕捉市场信息，进行热点产品反馈，同时对采购的原石进行产地记录，帮助商家更好的掌握市场及产品动态；

在仓储环节，通过AI对库存信息进行智能化管理，减少库存积压、提升货品流转，同时可针对寄售货品形成专门的管理方案，降低风险；

在物流环节，通过AI对各订单进行快速分配、快速发货以及实施跟踪。



资料来源：结合行业特性，根据亿欧智库公开内容进行整理

设计的AI应用

全周期赋能产品设计，使其更快捷、更准确、更生动

灵感：借助AI搜索，进行相关素材收集及分析，为玉雕师提供灵感与创意；

设计：借助AI工具，快速生成定制方案，并通过AI生成3D效果，给到需求端更直观反馈，减少定稿周期；

演示：运用AI及3D雕刻，进行成品的设计，对于简单的玉雕产品，实现批量化生产。



资料来源：结合行业特性，根据亿欧智库公开内容进行整理

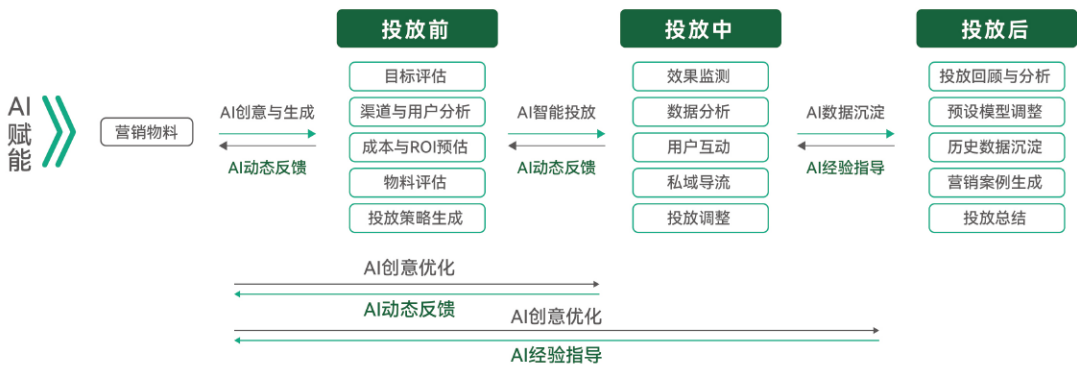
营销的AI应用

赋能营销全流程，智能投放、动态调控、提高ROI

投放前：结合大数据及用户的分析与洞察，对营销成本及ROI进行预估，生成组合投放策略，并进行智能投放；

投放中：通过AI对投放数据进行分析，并动态调整投放策略；同时与客户进行互动，将潜在用户与新增用户导流至私域，并进行AI化管理；

投放后：对投放效果进行快速、准确、客观的回顾与分析，并通过数据沉淀的方式来调整客户的AI模型，指导下一次投放过程。



资料来源：结合行业特性，根据亿欧智库公开内容进行整理

运营的AI应用

提供内容创意以及更为精准的数据分析

运营是翡翠电商中尤为重要的一个版块，可分为产品运营、内容运营、活动运营与用户运营四大模块，通过AI对每一个模块进行优化赋能，进一步提升商家的效能。



资料来源：结合行业特性，根据亿欧智库公开内容进行整理



资料来源：结合行业特性，根据亿欧智库公开内容进行整理

AI数字人的应用

对虚拟数字人进行赋能，打造7*24h直播矩阵

在内容端，进行产品及品牌价值的输出；在直播端，与客户进行情感互动，完成引流及导粉。

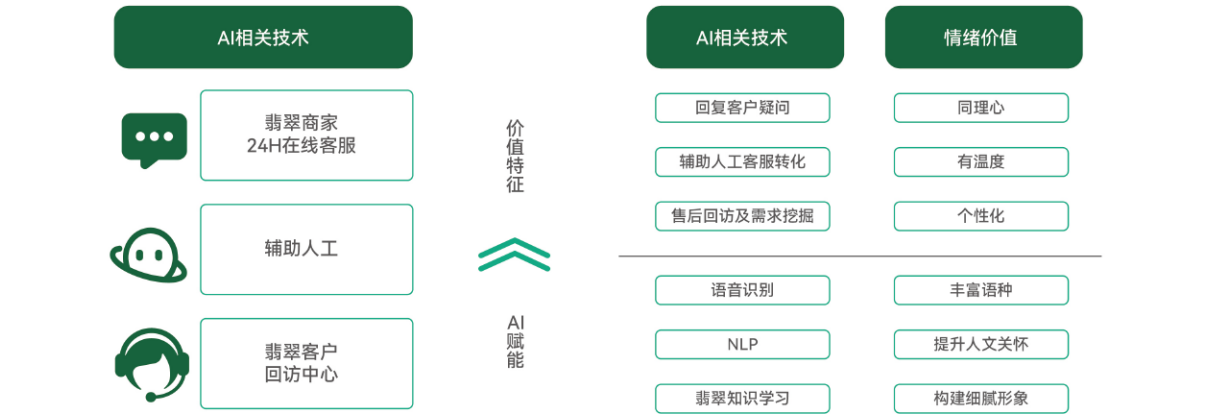


资料来源：结合行业特性，根据亿欧智库公开内容进行整理

AI客服的应用

AI+人工，提升服务人效

通过AI构建翡翠商家24H在线客服、辅助人工、回访中心三个模块，通过AI筛选+转人工的方式，对客户留言、疑问等信息进行快速响应。



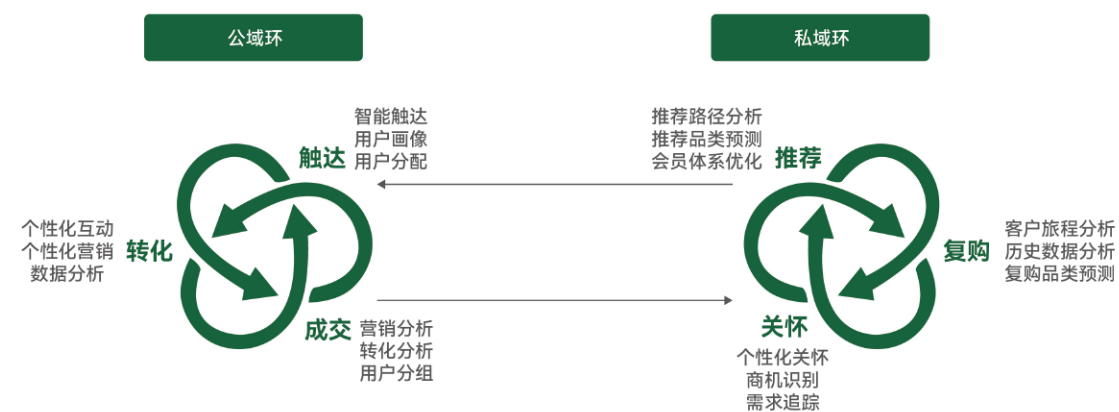
资料来源：结合行业特性，根据亿欧智库公开内容进行整理

AI客户管理的应用

无缝衔接公私域管理，提高消费者体验，赋能翡翠商家业务增长

在公域，通过AI对触达、转化、成交链路上各主要节点进行赋能，打造更加全面的翡翠客户画像，更准确的分析客户需求。

在私域，通过适时的客户关怀与客户需求追踪，为翡翠客户推荐更合适的产品，从而引导客户完成下单及复购。AI也可以促使忠诚用户主动来推荐周边朋友成为新的潜力客户。



资料来源：结合行业特性，根据亿欧智库公开内容进行整理

2024年

中国翡翠产业面临的机遇与挑战

2024 CHINA JADEITE INDUSTRY DEVELOPMENT WHITE PAPER

PART.6

2024年，中国翡翠产业的关键词是“结构优化、转型升级”，面对宏观经济结构调整、行业整体增速放缓，提质增效摆在了所有珠宝企业面前。规范化经营，品牌化发展，变得越来越重要。技术创新、产品创新、组织创新、模式创新是接下来推动行业发展的关键因素，也是珠宝企业赢得未来发展主动权的先手棋。

非洲翠快速兴起，搅动翡翠中低端市场，抢夺年轻消费群体

2024年，非洲翠以其与翡翠相仿的美观特性，在珠宝市场异军突起，尤其是其玻璃种和冰飘花，几乎能与高端翡翠相媲美，堪称翡翠的“姐妹玉”。凭借高性价比，非洲翠快速崛起，成为今年珠宝玉石界黑马，给中低端翡翠带来冲击。

年轻消费群体对新玉种普遍持开放态度。非洲翠的流行吸引了年轻消费者的目光，降低了他们接触和体验玉石的门槛，正在逐步抢占这个充满活力和潜力的年轻市场，影响着玉石市场的消费格局和竞争态势。

消费分化，高端化与性价比机遇并存

中国珠宝行业正处于向高端化转型的初期，借鉴欧洲高端珠宝的成功经验，国内品牌需在经济、文化和消费者群体的变迁中，敏锐洞察需求变化，精准定位，并通过不断的产品创新、卓越的服务和强有力的品牌塑造来吸引消费者。针对国内市场的特点，珠宝品牌应构建线上线下齐发力、公域私域相协同的多元化销售体系，并采取灵活的价格策略，以稳步扩大市场份额并巩固在高端市场的竞争力。

同时，直播电商的兴起已经打破了传统消费市场的格局，特别是在低线城市，珠宝翡翠消费呈现出强劲的经济活力和巨大的消费潜力，为珠宝翡翠行业开辟了新的增长机遇，值得行业深入挖掘和开拓。



从“卷起来”到“走出去”，跨境电商市场潜力巨大

近年来，随着国内短视频用户增长趋缓，市场竞争日趋激烈，而海外短视频日活用户数已超26亿，跨境电商或成为翡翠行业新的增长引擎。海外市场，尤其是华人聚集区，凭借深厚的中国文化底蕴，更易接受翡翠文化和产品。

然而，要想深入海外市场，翡翠行业需打破传统，与当地审美接轨，从款式和品类上进行创新，将翡翠的定位从传统珠宝转变为时尚配饰，使其成为适合日常佩戴的流行产品。

翡翠品牌建设的必由之路：从“品牌力”到“品牌活力”

品牌活力不等于品牌年轻化，而是要让品牌与市场对话，保持活力，使其成为公众讨论的焦点，持续吸引关注。品牌活力的构建可以从两个维度着手：首先，在产品层面，品牌需要不断创新和调整，以适应市场和消费者需求的变化，快速响应市场动态，让消费者感受到品牌的“变革”；其次，在营销策略上，品牌应为受众带来“新鲜感”。无论是通过极具创造力的全新产品，还是通过开展新颖有趣的活动，都能在一定程度上给消费者带来新体验。例如，可以探索多巴胺色系的镶嵌配饰、玉雕艺术的跨界合作、主题联名活动等。

随着直播电商时代的到来，行业变化日益加速，只有保持品牌活力，才能在激烈的市场竞争中有持续的话语权。从“品牌力”向“品牌活力”转变，是翡翠品牌打造的必经之路。

增强日常佩戴属性，从题材到寓意进行突破创新

随着年轻消费群体的不断壮大，他们对翡翠的需求不再满足于传统款式。2024年中国珠宝市场见证了“黄金玢琅”、“钻爆”等产品的走俏，消费者越来越倾向于将珠宝饰品与日常穿搭相结合，这为翡翠饰品化提供了新思路。

在年轻消费力的推动下，翡翠行业的发展必须打破传统题材的束缚，融入现代流行文化元素，同时在寓意上进行创新，创造出更符合当代年轻人价值观的文化内涵。这样的突破和创新将使翡翠饰品更加贴近年轻消费者的生活方式和审美偏好。

强化诚信体系建设，促进翡翠产业健康持续发展

2024年以来，全国加大了对翡翠市场违法行为的打击力度，各地政府相继出台法规政策，规范行业发展，保障消费者及商家的权益。翡翠产业作为一个以诚信立基的产业，其健康发展高度依赖于各环节参与者对诚信体系的坚守和维护。

然而借货跑路、售假等不良现象依然时有发生，严重损害了翡翠行业的信誉。未来，行业还需积极倡导自律，各环节建立监管机制，加强从业人员诚信引导，确保翡翠行业健康持续发展。



2024年

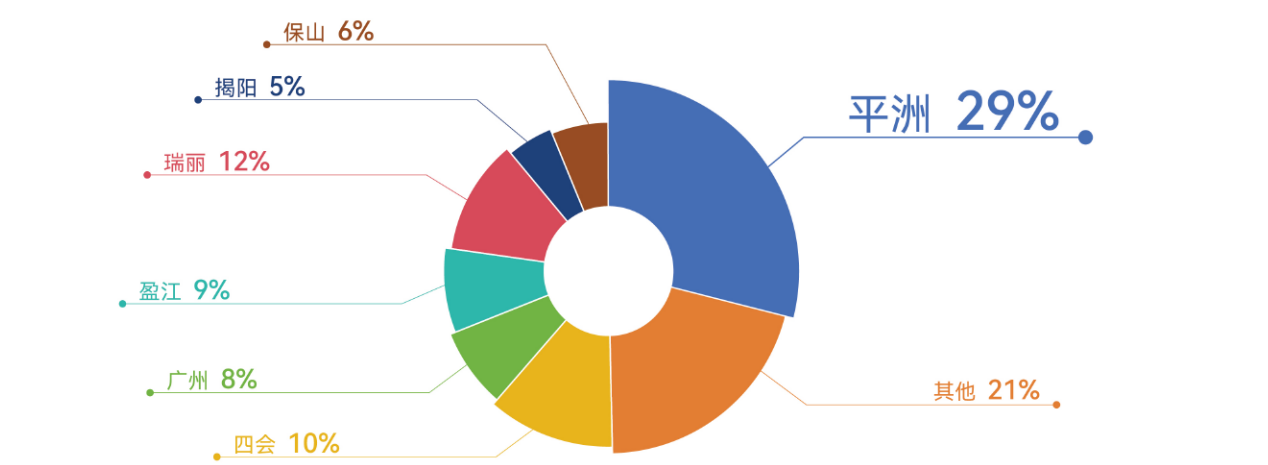
中国翡翠产业重大活动及行业动态



2024 CHINA JADEITE INDUSTRY DEVELOPMENT WHITE PAPER

附录 1

据不完全统计，2024年全国共举办翡翠行业相关活动140场，其中平洲举办了40场，占比近30%，是中国最具活力的翡翠产业带。丰富的活动，推动着中国翡翠产业的发展与繁荣。



瑞 丽	
时 间	活 动
1月5日	抖音基地抖音珠宝行业2024年度政策新规宣讲会
1月30日	“溯源瑞丽 共话发展”瑞丽市欢迎珠宝直播企业回瑞发展座谈会
3月1日	珠宝文玩方向&抖音商城38好物节宣讲会
3月7日	瑞丽市缅甸拉2024年首届玉石毛料公盘交易会
4月16日	首届“瑞丽杯”玉雕职业技能大赛
4月25日	珏盛翡翠公盘
5月25日	瑞丽市首批珠宝玉石成品明码标价示范店授牌仪式
8月1日	抖音珠宝文玩八月商家招培会
8月13日-19日	瑞丽市首批珠宝玉石报备直播基地直播间授牌活动
8月23日	《德宏州珠宝玉石翡翠行业直播行为规范 》正式发布
9月3日	“与消费者共生，与珠宝产业共荣，我们在行动”短视频征集活动
9月13日	小红书电商珠宝文玩行业主题沙龙
9月19日	珏盛翡翠公盘
9月29日	抖音珠宝文玩商家赋能招培会
10月18日	抖音商城双11好物节产业带招商会
10月22日	印发《德宏州翡翠网络直播行业管理办法（试行）》
10月25日	“缅甸自然资源与环境保护部珠宝司司长吴茂盛率缅甸珠宝玉石代表团一行到多宝之城直播基地考察交流”

广 州	
时 间	活 动
2月1日	乙巳蛇年生肖珠宝设计大赛作品征集活动
3月19日	玛雅绿翡翠首家核心交易商签约仪式
3月27日	广东宝交中心首批标准化玛雅绿翡翠产品挂牌交易仪式
6月28日	广东省珠宝玉石交易中心“珠宝文创综合服务平台”业务发布活动
7月14日	广东宝交中心与危地马拉翡翠矿源方达成合作
7月23日	“智美交融·AI引领珠宝新纪元”主题交流活动
9月13日	第七届粤港澳大湾区工艺美术“国匠杯”“岭南工匠杯”创作设计大赛
10月16日	番禺珠宝行业大会
10月28日	“千亿园区”番禺工业经济总部园区正式开园
11月23日	全国贵金属首饰与宝玉石检测员职业技能竞赛广东选拔赛
12月5日	2024中国湾区·陈村名石艺术展

揭 阳	
时 间	活 动
1月24日	电商知识产权保护培训
8月10日	玛雅翡翠玉石交易会签约仪式
8月27日	淘宝直播产业带珠宝行业招商会
9月29日	第23届中国（揭阳）玉文化节
10月15日	首届阳美玉都翡翠玉石交易会
10月22日	揭阳产业园跨境电商玉石产业新媒体运营人才培训会
11月4日	德馨玉庭玉石材料交流会

盈 江	
时 间	活 动
1月24日	2024年度翡翠直播行业座谈会
3月2日	全国首个翡翠交易平台建设项目签约落地
3月2日	盈江县第86届翡翠毛料公盘
3月9日	盈江县第87届翡翠毛料公盘
4月26日	盈江县首届翡翠产业发展研讨会
5月15日	盈江县第88届翡翠毛料公盘
6月19日	盈江县第89届翡翠毛料公盘
7月22日	盈江县第90届翡翠毛料公盘
8月25日	盈江县第91届翡翠毛料公盘
9月20日	盈江县第92届翡翠毛料公盘
10月15日	盈江县第93届翡翠毛料公盘
11月7日	盈江县第94届翡翠毛料公盘

保 山	
时 间	活 动
3月5日	第七届荷花湾翡翠公盘
4月10日	腾冲“翡翠的发现”专题文化论坛
5月28日	危地马拉翡翠学术研讨会
6月4日	腾冲世冠繁星翡翠公盘
6月20日	腾冲玉文化论坛
8月21日	腾冲世冠繁星翡翠公盘
10月26日	瑞丽抖音电商直播基地-保山服务中心正式落地
11月26日	抖音电商珠宝文玩行业品宣大会暨龙陵珠宝玉石电商直播基地QIC仓启用仪式
12月19日	腾冲世冠繁星翡翠公盘

四 会	
时 间	活 动
1月9日	百度电商四会珠宝玉石招商峰会
1月12日	小红书“璞玉计划”翡翠玉石行业沙龙
3月4日	视频号质检服务中心四会时代广场仓正式落地
4月13日	抖音电商“金产地四会玉石节”
5月23日	四会首个NGTC珠宝首饰设计手绘课程
6月4日	中国四会电商运营中心揭牌仪式暨小红书四会服务商授牌仪式
6月11日	四会缅甸拉玉石交流会
8月15日	NGTC四会翡翠鉴定与商贸课程：识别翡翠真伪与品质的方法
9月3日	小红书电商宝藏主理人计划：四会珠宝玉石招商会
9月10日	阳光公盘启动
10月12日	2024“锐光杯”广东省玉石雕刻职业技能竞赛
10月28日	2024四会·玉博杯 珠宝玉石首饰镶嵌设计大赛
11月29日	2024中国·四会玉文化节
11月30日	2024年华表玉石雕刻作品大赛

平 洲	
时 间	活 动
1月11日	市级地方标准《翡翠饰品商业评价服务规范》《翡翠制品销售服务规范》宣讲会
1月15日	中国非遗传承人研修培训课题调研暨广州美术学院玉雕研修班学员座谈会
1月16日	百度电商「百城万品」珠宝玉石招商峰会
3月3日	第一次平洲玉石翡翠公盘-恒盛公盘
3月11日	2024年平洲首场翡翠玉石官方公盘
3月20日	佛山市企业首席技师联展
3月21日	小红书“璞玉计划”翡翠玉石行业沙龙
4月18日	2024年广东省珠宝玉石交易中心翡翠玉石交易会暨首届和田玉看货会
4月23日	快手电商珠宝玉石行业招商大会暨行业双选会
4月24日	佛山市南海区桂城珠宝玉石电商协会隆重举办第一届三次会员大会暨2023年度电商企业颁奖典礼
5月6日	“磨砺·绽放”玉汝文化节
5月15日	危料现状与市场趋势探讨会
5月20日	广东省珠宝玉石交易中心翡翠玉石交易会
6月5日	“天下玉 平洲器”玉石荟萃联展征集展品
6月8日	琛·翡翠文化艺术馆举行琛·文化创意中心揭牌
6月13日	佛山市南海区大数据人工智能产业发展大会
6月18日	“千年瑰宝，玉润华夏”玉石文化系列展开放第二场主题展览
6月18日	2024“JDC”翡翠设计大赛
6月22日	佛山市珠宝玉石文化创意协会成立
6月24日	广东省珠宝玉石交易中心2024年6月翡翠玉石交易会（平洲）
6月28日	首部翡翠玉石题材电影《知音》开拍
7月3日	“天下玉·平洲器”玉石荟萃联展
7月22日	珠宝军师张场《短视频人设变现打造4.0版5天线下训练营》
7月22日	“夏韵玉雕”师徒联展
7月30日	“百千万工程”共建交流座谈会
8月3日	赴一场玉文化的盛宴——“萤火计划”暑假研学活动
8月14日	2024“JDC”翡翠设计大赛开启
8月23日	平洲玉器高质量发展调研座谈会
8月27日	淘宝珠宝文玩行业招商大会
9月4日	【平洲小红书基地】正式落户平洲玉器珠宝小镇暨小红书电商宝藏主理人计划-平洲珠宝玉石行业招商大会
9月4日	广东省珠宝玉石交易中心第11届翡翠玉石交易会
9月26日	南海首届沉香创新设计大赛
9月26日	广东第九届琢越杯玉石雕刻大赛暨2024佛山市职工职业技能大赛（玉雕工匠）技能竞赛颁奖
10月11日	广东省工艺美术雕刻工职业技能竞赛
10月12日	“琢越杯”子活动“匠心瑰宝 琢越华章”精品拍卖会线上线下【拍卖】
10月22日	广东省珠宝玉石交易中心第12届翡翠玉石交易会（平洲）
11月8日	桂城街道翡翠玉器行业地方标准宣讲会
11月11日	“匠心传承·创意绽放”互生共创艺术展
11月15日	玉器珠宝产教融合实践中心、跨境电商产教融合创新基地揭牌
11月30日	广东省珠宝玉石交易中心第13届翡翠玉石交易会（平洲）

其 他 城 市		
时间	地点	活 动
1月5日	重庆	2024重庆黄金珠宝玉石展览会
1月12日	长沙	长沙国际珠宝玉石暨矿物宝石展
1月19日	石家庄	2024雅雄第5届石家庄国际珠宝玉石展
2月27日	香港	第10届香港国际钻石、宝石及珍珠展
2月29日	香港	第40届香港国际珠宝展
3月2日	香港	国际翡翠标准研讨会、“珠宝业务数字化的新面貌：珠宝企业应用的ERP和数字化技术”研讨会
3月20日	北京	全国珠宝玉石首饰行业协（商）会联席会议
3月20日	北京	北京国际珠宝展
3月8日	上海	2024第32届上海珠宝首饰暨矿物宝石展览会
4月11日	杭州	2024杭州国际珠宝展
4月15日	西安	2024中国（西安）国际春季珠宝玉石展览会
4月18日	北京	2024中国国际珠宝首饰展览会
4月26日	南京	2024中国(南京)国际珠宝首饰展览会
5月10日	青岛	2024青岛国际珠宝首饰展览会
5月31日	西安	第20届中国（西安）国际珠宝玉石展览会
5月23日	福州	第四届中国工艺美术博览会、第三届工艺美术文创设计大赛
6月6日	上海	2024上海国际珠宝首饰展览会
6月26日	北京	2024年天工玉石雕刻作品大赛
7月11日	昆明	2024中国昆明国际石博览会暨云南国际珠宝玉石展
7月4日	北京	2024北京(夏季)国际璀璨珠宝首饰展览会
8月3日	香港	中艺（香港）珍藏版珠宝展
9月6日	武汉	第13届中国(武汉)国际珠宝玉石展览会
9月14日	深圳	第24届深圳国际珠宝展览会
9月27日	常州	“中国·苏州第十六届玉石文化节（常州）暨第十四届中国玉石雕刻“陆子冈”杯精品展评活动”
10月24日	北京	“知世 聚势 创饰”2024珠宝产业资本论坛
10月24日	北京	2024中国国际珠宝展
11月3日	上海	世界珠宝联合会2024年代表大会翡翠论坛
11月8日	北京	2024年互联网珠宝玉石行业自律倡议大会
12月5日	香港	中艺翡翠公盘
12月19日	海口	2024珠宝发展大会暨海南国际珠宝展

中国翡翠产业 重大活动及行业动态

SINCE
2024
YEAR

01/30

瑞丽市举办“溯源瑞丽 共话发展”
主题座谈会
欢迎珠宝直播企业回瑞发展

3月

March 2024 >>

04/12

抖音电商“金产地四会玉石节”盛大开幕
同行汇聚携手擦亮“金产地”名片

04/14

全国首位!“手镯一姐”刘思懿
受邀在缅甸驻华大使馆办展开直播

04/16

瑞丽市举办首届“瑞丽杯”玉雕职业
技能大赛为瑞丽沿边产业园建设发
展注入人才动力

05/12

2024中国工艺美术博览会圆满举办

06/09

2024上海国际珠宝首饰展览会顺利闭幕

7月

July 2024 >>

07/03

“天下玉·平洲器”玉石荟萃联展
盛大开启!

07/14

广东宝交中心与危地马拉
翡翠矿源方达成合作
携手开启中危翡翠发展新篇章

07/23

“智美交融·AI引领珠宝新纪元”
主题交流活动举办
共探AI技术在珠宝行业的
创新应用与未来发展

January 2024 >>

1月

03/02

国际翡翠标准讨论稿框架公布
“Fei Cui”将迈向国际!

03/04

第40届香港国际珠宝展圆满落幕

4月

April 2024 >>

5月

May 2024 >>

6月

June 2024 >>

04/24

佛山市南海区桂城珠宝玉石电商协会
第一届三次会员大会暨2023年度电
商企业颁奖典礼举办

04/26

中国·盈江首届翡翠产业发展研讨会
成功举办

06/18

2024“JDC”翡翠设计大赛报名正式开启

06/28

全球首部翡翠玉石题材电影《知音》开拍
全视角表现翡翠玉石文化、传达人文关怀

06/28

2025乙巳蛇年生肖珠宝设计大赛
颁奖典礼圆满举办
持续助力释放珠宝产业的发展活力

08/13

瑞丽为首批珠宝玉石报备直播基地、直播间授牌
规范珠宝玉石直播市场秩序

08/23

《德宏州珠宝玉石翡翠行业直播行为规范》正式发布

08/27

淘宝直播产业带珠宝行业招商会成功举办
为建设“世界玉都”注入新的活力

9月

September 2024 >>

09/26

广东第九届琢越杯玉石雕刻大赛
暨2024佛山市职工职业技能大赛
(玉雕工匠)技能竞赛圆满成功

09/27

苏州第十六届玉石文化节圆满落幕
3000多件玉雕精品集体亮相

09/29

第23届中国(揭阳)玉文化节开幕
擦亮揭阳“中国玉都”招牌

10/24

2024中国国际珠宝展在北京圆满举办

10/26

2024天工玉石雕刻作品大赛颁
奖仪式成功举办,赛出20件金
奖作品,42件银奖作品

10/28

“千亿园区”番禺工业经济总部园区正式开园

11月

November 2024 >>

11/15

奋战“百千万工程”暨玉器珠宝产教融合
实践中心、跨境电商产教融合创新基地揭牌

11/29

2024年华表玉石雕刻作品大赛
评选活动圆满举办

TO

2025
YEAR

August 2024 >>

8月

09/03

“与消费者共生,与珠宝产业共荣,我们在行动”
主题短视频征集活动,受到社会各界人士广泛关注

09/04

平洲小红书基地正式落户平洲玉器珠宝小镇

October 2024 >>

10月

11/03

世界珠宝联合会2024年代表大会
翡翠论坛成功举办

11/08

2024年互联网珠宝玉石行业
自律倡议大会圆满落幕

11/30

2024中国·四会玉文化节开幕

2024年中国翡翠产业重大活动及行业动态

翡翠产业作为中国珠宝行业的重要组成部分，2024年迈入多维度、多层次发展的新阶段，市场格局、消费趋势都在发生着深刻变化。翡翠人与时俱进，勇立潮头，活跃于珠宝产业大舞台，在2024年举办了一系列翡翠产业相关活动，推动行业的交流、合作与发展。

2024年1月30日

瑞丽市举办“溯源瑞丽 共话发展”主题座谈会 欢迎珠宝直播企业回瑞发展

在瑞丽市人民政府及多部门的指导下，由德宏州新媒体协会和德宏州珠宝红木产业发展服务中心主办的“溯源瑞丽·共话发展”主题座谈会成功举办。该活动旨在积极营造“回家过年、留乡发展”的产业氛围，进一步宣传瑞丽产业政策及优渥的营商环境，继续吸引更多珠宝直播企业、商户、供应链公司、玉雕大师、以及镶嵌设计优秀人才回瑞发展。



2024年3月2日

国际翡翠标准讨论稿框架公布，“Fei Cui”将迈向国际！

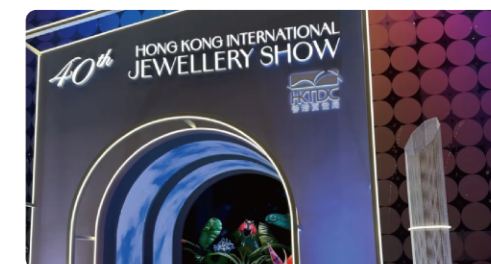
香港贸易发展局主办，香港宝石学协会、香港检测和认证局及国际珠宝业联盟合办的《国际翡翠标准研讨会》与《“珠宝业务数字化的新面貌：珠宝企业应用的ERP和数字化技术”研讨会》于香港成功举行。会议力邀行业专家学者，共探国际翡翠标准未来应用之路，有力地推动以翡翠（Fei Cui）为代表的中国玉文化与世界宝石文化的交流与合作。这一举措在全球范围内促使更多的人去了解翡翠、认识中国翡翠文化，扩大世界翡翠市场的规模，为将来国际珠宝产业合作和交流创造更多机会。



2024年3月4日

第40届香港国际珠宝展圆满落幕

本次展会由香港贸易发展局（香港贸发局）主办，在香港会议展览中心举行。共计吸引44个国家及地区、超过4,000家展商参与。作为世界级珠宝展会，本次展会设置了国家及地区展馆以及“珠宝精粹廊”“品牌精粹廊”“珠宝设计精选”“瑰丽珠宝馆”等展区，带来世界各地的璀璨珠宝首饰成品及首饰配件的展示。



2024年4月12日

抖音电商“金产地四会玉石节”盛大开幕 同行汇聚携手擦亮“金产地”名片

4月12日，抖音电商“金产地四会玉石节”在四会盛大开幕。本次活动由抖音官方、四会市珠宝玉石首饰行业协会与四会会心运营中心联合举办，旨在通过展示四会玉石的魅力，加深消费者对玉器产地的认知，提升四会玉器产业带和产地优质产品的影响力，擦亮四会玉器的这张金产地名片。开幕式上，四会市领导和行业代表强调以电商赋能产业发展的重要性，并提出加强行业自律、创新营销模式的目标。活动还探讨了翡翠玉石线上化新趋势，推动玉器从生产到消费的全链条优化。



2024年4月14日

全国首位！“手镯一姐”刘思懿受邀在缅甸驻华大使馆办展开直播

“手镯一姐”刘思懿在泼水节期间获得缅甸驻华大使馆邀请，于馆内开展翡翠珠宝展和抖音专场直播，成为首个在缅甸联邦共和国驻华大使馆进行直播销售的中国珠宝人！

在本次直播活动中，准备了总价值超2亿的翡翠高货、数千件翡翠精品。此次大使馆直播，不仅为缅甸珠宝文化传播开辟新径，也为中缅珠宝行业交流合作搭建新平台，极大提升珠宝直播行业的国际视野与文化交融高度，在推动珠宝行业多元发展进程中写下浓墨重彩的一笔。



2024年4月16日

瑞丽市举办首届“瑞丽杯”玉雕职业技能大赛 为瑞丽沿边产业园建设发展注入人才动力

瑞丽市首届“瑞丽杯”玉雕职业技能大赛于4月16日—19日隆重举行，吸引了全市55名玉雕选手参赛，大赛最终评选出9个最佳创意奖、26个金银铜奖，以及3名“金奖”选手，16名大师荣获“瑞丽市技术能手”称号。此次技能竞赛充分发挥了职工职业技能竞赛在培养技术技能人才方面的引领作用。以赛促训、以赛促学，为全市珠宝玉石从业人员搭建了展示才华与交流切磋的平台，为瑞丽沿边产业园“3611”人才培养起到示范作用，有力推动了瑞丽市珠宝玉石行业向专业化、规范化、健康化发展。



2024年4月24日

佛山市南海区桂城珠宝玉石电商协会 第一届三次会员大会暨2023年度电商企业颁奖典礼举办

在佛山市南海区经济促进局、民政局、桂城街道办事处的指导下，佛山市南海区桂城珠宝玉石电商协会第一届三次会员大会暨2023年度电商企业颁奖典礼举行。在“踔厉奋发 共臻新程”主题交流晚宴上，与会人员探讨了电商新趋势与机遇，并对电商领域的优秀企业和个人进行表彰，激励行业创新发展。此次大会的圆满举办，不仅充分展现了桂城珠宝玉石电商行业的蓬勃生机与活力，更凝聚了行业内外对未来发展的坚定信心与期待。



2024年4月26日

中国·盈江首届翡翠产业发展研讨会成功举办

4月26日，中国·盈江首届翡翠产业发展研讨会成功举办，讨论会围绕建立全国首家由官方与持牌商品交易所合作建立的翡翠交易平台，擦亮盈江“中华翡翠毛料城”的金字招牌，推动盈江从“原石交易基地”发展成新型翡翠交易市场，打造具有国际影响力、辐射力的翡翠公盘交易产业之城，以此确立“玉出云南，料出盈江”中华玉文化及翡翠旅游目的地的好基础。



2024年5月12日

2024中国工艺美术博览会圆满举办

本届博览会规模达6万平方米，吸引了50多个特色展团和2000多家全国展商，集中展示地方特色产品、陶瓷精品，雕刻产品以及刺绣、印染、织锦、漆器、工艺画、金属工艺品等工艺美术类产品。共评选出百鹤金鼎奖136个，百鹤奖213个，百鹤新锐奖307个。这些作品不仅展现出精湛的传统手工艺，还融入富有时代气息的创新元素，深刻体现了从业者们精益求精的工匠精神和追求卓越的艺术态度，为传统手工艺的振兴与繁荣注入了新的活力。



2024年6月9日

2024上海国际珠宝首饰展览会顺利闭幕

本次展会全面整合行业头部资源，汇聚知名品牌企业，依托长三角地区的巨大市场体量优势，为全球珠宝产业经贸往来提供了便捷高效的贸易平台。利用线上直播间与线下展会联动，触达全网网络珠宝消费群体，着力培育壮大新型消费、稳定和扩大传统消费、优化消费环境，助推中国珠宝行业高质量发展，擘画珠宝行业新篇章。



2024年6月18日

2024“JDC”翡翠设计大赛报名正式开启

由中国珠宝玉石首饰行业协会、佛山市南海区桂城街道办事处、佛山市南海区平洲珠宝玉器协会主办的2024“JDC”翡翠设计大赛开启。本次大赛以“盛世国风 耀聚平洲”为主题，要求以天然翡翠为主要材质，结合国风元素进行设计，在设计中将传统工艺与“东方美学”“时尚创新”等潮流理念相结合，从而推动翡翠文化创新，打造中国翡翠文化新风尚。



2024年6月28日

全球首部翡翠玉石题材电影《知音》开拍
全视角表现翡翠玉石文化、传达人文关怀

全球首部以翡翠雕刻文化为题材的院线电影《知音》开机，欢迎晚宴在南海平洲翠都汇举行。电影以玉雕艺术家刘东从业40年间的精彩历程为原型，讲述发生在翡翠玉石产业中的真人真事，以全视角表现翡翠玉石文化、传达人文关怀。导演夜山明与主演李诚儒等主创团队亮相，分享创作初衷和创作进展。晚宴还举办了一场电影“道具”拍卖，其中刘东创作的翡翠作品《生如夏花》以30万元成交。



2024年6月28日

2025乙巳蛇年生肖珠宝设计大赛颁奖典礼圆满举办
持续助力释放珠宝产业的发展活力

2025乙巳蛇年生肖珠宝设计大赛颁奖典礼于6月28日在深圳圆满举行，200多位嘉宾齐聚一堂，共同见证传统生肖文化与现代珠宝设计的完美融合。本次大赛吸引583件作品参赛，网络投票超31万次，最终50件佳作入围并亮相“乾坤·灵蛇”专题展。活动首次面向行业发布了珠宝文创综合服务模式和“秀宝设计师服务平台”，为行业提供创新支持。同时，大赛新增“胡靖先师珠宝工艺大奖”以致敬匠心。本次活动为中国珠宝产业注入了传承与创新的新活力，助推行业高质量发展。



2024年7月3日

“天下玉·平洲器”玉石荟萃联展盛大开启！

7月3日-9月中旬“天下玉·平洲器”玉石荟萃联展亮相！此次联展由广东省雕刻艺术研究会携手平洲玉器珠宝小镇管委会共同举办，多名业内知名玉雕大师联袂参展，在这里，观众能够近距离尽情赏析收藏级玉雕珍品，深刻领略源远流长的玉石文化，以及精湛绝伦、巧夺天工的工艺美术技艺。这场联展不仅是一场视觉与艺术的盛宴，更是对玉石文化和工美技艺的一次大力弘扬与广泛传播，让更多人感受到了中华传统玉文化的独特魅力与无限价值。



2024年7月14日

广东宝交中心与危地马拉翡翠矿源方达成合作
携手开启中危翡翠发展新篇章

广东省珠宝首饰交易中心（广东宝交中心）与危地马拉 JADE GT, SOCIEDAD ANONIMA 公司（JADE GT）等企业在上海宝库文化中心珏琅厅共同签署《框架合作协议》。这一历史性的合作，确定广东宝交中心作为危地马拉JADE GT合规出口翡翠原石至中国的唯一渠道，拉开了玛雅绿翡翠合规进口的序幕，将引领翡翠产业向阳光化、标准化、国际化迈进。此次携手，将发挥各自优势，聚焦信息资源开发整合，共享市场趋势与贸易政策，通过构建危地马拉翡翠公盘平台、推广《玛雅绿翡翠分级》标准和推动行业阳光化、合法化进程三大核心举措共启翡翠行业新篇章。



2024年7月23日

“智美交融·AI引领珠宝新纪元”主题交流活动举办
共探AI技术在珠宝行业的创新应用与未来发展

广州市番禺区珠宝产业发展联合会与广州市番禺区珠宝厂商会共同举办“智美交融·AI引领珠宝新纪元”主题交流活动。中国珠宝玉石首饰行业协会、宝珑科技、广东省人工智能产业协会等多领域近100位嘉宾出席。广东省人工智能产业协会数智化转型促进中心主任唐林带来了深入且全面的分享。唐林提到AI赋能珠宝的产业产品创新场景、AI赋能珠宝的营销全流程以及AI赋能珠宝的生产管理，现场更有众多嘉宾围绕人工智能技术与珠宝行业的融合路径分享独到观点。随着“智美交融·AI引领珠宝新纪元”高端交流活动的圆满落幕，珠宝行业与人工智能的跨界融合之旅拉开帷幕。



2024年8月13日

瑞丽为首批珠宝玉石报备直播基地、直播间授牌，规范珠宝玉石直播市场秩序

瑞丽市举行首批珠宝玉石报备直播基地和直播间授牌仪式，翡翠王朝多宝之城直播基地、样样好直播基地、瑞播小程序直播基地成为首批报备直播基地，同时授予翡翠王朝手镯之家、手镯二胖、缅甸大招、杨小乖珠宝、曼姐翡翠5个直播间为报备直播间。这一举措旨在规范珠宝玉石直播市场，推进报备+进场管理制度，保障商家与消费者权益。直播中亮明报备标识被视为诚信品牌建设的重要一步，同时直播商家需通过多部门联合审核后入驻报备基地。瑞丽市将持续开展直播报备工作，推动珠宝玉石行业健康有序发展。



2024年8月23日

《德宏州珠宝玉石翡翠行业直播行为规范》正式发布

为进一步规范德宏州珠宝玉石翡翠直播行业中的自播、代播及代购行为，保障正规直播商家及消费者的合法权益，在上级主管部门的指导下，德宏州新媒体协会、瑞丽珠宝玉石首饰行业协会、盈江县互联网直播协会组织专业人员，依据相关法律及规范性文件制定并发布了《德宏州珠宝玉石翡翠行业直播行为规范》，倡议德宏州珠宝玉石翡翠直播行业中要规范自播、代播及代购等行为。



2024年8月27日

淘宝直播产业带珠宝行业招商会成功举办
为建设“世界玉都”注入新的活力

由揭阳市珠宝玉器电子商务协会联合淘宝直播、揭阳玉文化人才驿站共同举办，旨在推动珠宝行业的数字化转型和线上发展。通过这个活动，让珠宝商家能够更好地理解淘宝直播的运作机制，掌握如何利用直播工具提升销售和品牌影响力，进一步拓展我市玉器销售渠道，完善玉器产业链条，为建设“世界玉都”注入新的活力。



2024年9月3日

“与消费者共生，与珠宝产业共荣，我们在行动”
主题短视频征集活动 受到社会各界人士广泛关注

在德宏州网信办、德宏州商务局的指导下，德宏州新媒体协会面向全州开展以“与消费者共生，与珠宝产业共荣，我们在行动”为主题的短视频征集活动，活动公告一经发布，在社会上引起了强烈反响，珠宝玉石行业协会、直播基地、商家、雕刻大师、检测机构、网络名人等广泛参与。活动期间共发布征集优秀视频33期，被省、州各媒体平台转发共400余次，网上传播量达100万+、收到点赞量超30000个。活动的举办，不仅传递了行业内对翡翠直播产业发展的信心，同时还标志着德宏珠宝玉石直播产业朝着更加规范的方向升级蜕变。



2024年9月4日

平洲小红书基地正式落户平洲玉器珠宝小镇

在平洲玉器珠宝小镇管理委员会办公室指导下，小红书电商与佛山市南海区桂城珠宝玉石电商协会联合主办，翡翠王朝网络科技有限公司协办的招商大会上，「平洲小红书基地」正式落地平洲玉器珠宝小镇。基地以“发现好物、分享生活”为宗旨，依托平台资源为商家规划成长路径，借助流量扶持和激励政策为商家赋能，开启小红书与平洲玉石产业带深度融合发展新篇章。9月12日，小红书珠宝玉石行业招商活动在瑞丽多宝之城同步举行，为玉器珠宝商家带来新营销渠道和增长动力。



2024年9月26日

广东第九届琢越杯玉石雕刻大赛
暨2024佛山市职工职业技能大赛（玉雕工匠）技能竞赛圆满成功

以“匠心瑰宝 琢越华章”为主题的广东第九届“琢越杯”玉石雕刻大赛设置了15件金奖、35件银奖、50件铜奖、5件最佳工艺奖和5件最佳创意奖，精选了150件作品入围。活动同期举行了2024年广东省工艺品雕刻工职业技能竞赛启动仪式，面向全省招募玉雕人才。此次活动致力于打造桂城玉雕“人才乐园”，传承“平洲工”匠心精神，为平洲玉器小镇引进和培育高端人才，推动中国玉文化高地建设。



2024年9月27日

苏州第十六届玉石文化节圆满落幕，3000多件玉雕精品集体亮相

9月25日至27日，苏州第十六届玉石文化节暨第十四届中国玉石雕刻“陆子冈”杯精品展评活动在常州环太湖文化艺术中心举行。本次展评活动共收到3000余件送评作品，参展单位和个人覆盖全国十多个省市和自治区，作品材质包括和田玉、翡翠、绿松、水晶、南红等20多个品种，是历届玉石文化节作品数量最多、玉石品种最全的一次。



2024年9月29日

第23届中国（揭阳）玉文化节开幕 擦亮揭阳“中国玉都”招牌

为期7天的第23届中国（揭阳）玉文化节开幕式在缅甸玉文化产业基地举行，本次文化节以“缅甸玉在揭阳 来揭阳得美玉”为主题，展现了揭阳深厚的玉文化底蕴和独特的玉雕魅力，进一步提升揭阳玉器的品牌价值，擦亮揭阳“中国玉都”招牌，推动文化与经济的融合发展。开幕式上举行了揭阳旅游推介、揭阳缅甸玉文化产业基地招商推介，签订了玉石毛料交易会及玛雅翡翠玉石交易会合作协议，并为玉雕工作室、工艺美术师及入选国务院政府特殊津贴人员授牌。此次玉文化节将玉文化与农业、文化、旅游融合，促进国内外玉文化交流合作，推动玉文化产业高质量发展。



2024年10月24日

2024中国国际珠宝展在北京圆满举办

由中国珠宝玉石首饰行业协会和珠宝玉石首饰国检集团联合主办，展会以“拓展国际视野，创新驱动”为主题，展位数量约达1600个。汇聚珠宝制造商、批发商、零售商和加盟商，集中展示行业发展新动态、新趋势、新产品、新技术，搭建了一个集国际交流、品牌展示、新品发布及行业创新于一体的高效、全面、可靠的综合性平台。翡翠玉石方面，来自中国玉器市场的“平洲展团”、“揭阳展团”、“华林玉器展团”、“瑞丽展团”等悉数亮相，呈现强大的“翡翠阵容”，为观众提供涨见识、学知识、赏美玉、淘精品的机会，同时营造极具性价比的翡翠选购体验。



2024年10月26日

2024天工玉石雕刻作品大赛颁奖仪式成功举办 赛出20件金奖作品，42件银奖作品

由中国珠宝玉石首饰行业协会主办的2024天工玉石雕刻作品大赛颁奖仪式在北京举行，200多位行业嘉宾出席。本届大赛共收到6,000余件作品，最终评选出金奖20件、银奖42件、铜奖62件。组委会负责人致辞表示，当前玉石雕刻产业迎来高质量发展机遇，希望行业坚持文化自信和创新精神，共创未来发展新篇章。颁奖仪式上，嘉宾为获奖者颁奖，并就行业发展深入交流。



2024年10月28日

“千亿园区”番禺工业经济总部园区正式开园

由广东宝交中心投资建设的“国家级珠宝玉石首饰产业创新研发中心项目”在番禺工业经济总部园区落地。该园区立足广州番禺珠宝时尚产业优势和总部园区产业集群优势，聚焦产业新业态、新模式，构建“一站式”数字化产业供应链综合服务。园区规划建设了珠宝玉石展示交易、研发制造、进出口通关、仓储物流、检测鉴定、数字化应用、设计定制及产学研协同创新等功能单元，形成“政产学研用”联动融合的珠宝产业供应链服务综合体。番禺工业经济总部园区的盛大开园，标志着番禺区在全力构建“千亿矩阵”的征程上迈出关键一步。



2024年11月3日

世界珠宝联合会 2024 年代表大会翡翠论坛成功举办

由世界珠宝联合会（CIBJO）翡翠工作组组织的翡翠论坛在2024年世界珠宝联合会代表大会期间举办。该工作组由CIBJO、珠宝国检集团（NGTC）、香港珠宝首饰业商会（JGAHK）、香港珠宝玉石厂商会（HKJJA）及香港宝石学协会（GAHK）联合组成。论坛首次向国际珠宝业界头部机构代表和公众提议将“Fei Cui”作为翡翠的国际标准名称，并围绕翡翠名称国际标准进程、市场国际化趋势、文化传承创新等议题展开交流讨论，旨在推动翡翠国际标准名称和定义的统一、透明、市场化，促进翡翠商贸流通和行业全球健康发展。



2024年11月8日

2024年互联网珠宝玉石行业自律倡议大会圆满落幕

由中国互联网协会互联网投融资工作委员会、国家首饰质量检验检测中心主办的2024年互联网珠宝玉石行业自律倡议大会圆满结束。参会嘉宾来自电商直播、珠宝玉石电商协会、检测研究、企业管理、首饰检测、文化传播、质检等多个领域。大会标志着互联网珠宝玉石行业在数字化推动下的自我革新与自律升级，旨在通过遵纪守法、诚信为本的原则，致力于保护消费者权益，提升数字证书透明度和权威性，促进行业协作与信息共享，鼓励创新发展，构建健康、有序、可持续的行业环境，推动珠宝玉石行业与互联网深度融合，为消费者提供优质产品和服务，促进行业健康可持续发展。



2024年11月15日

奋战“百千万工程”暨玉器珠宝产教融合实践中心、跨境电商产教融合创新基地揭牌

11月15日，奋战“百千万工程”暨玉器珠宝产教融合实践中心、跨境电商产教融合创新基地揭牌现场会在南海桂城玉器小镇服务中心举行。会上，玉器珠宝产教融合实践中心、跨境电商产教融合创新基地揭牌，为小镇玉器珠宝产业高质量发展注入新活力。活动通过“佛职院校+电商协会+平台基地+电商企业”多方联动模式，打破传统教育与企业实践之间的壁垒，让学生们实现校园和企业实战的真实场景切换，精准培育契合产业主体需要的技能人才，为小镇玉器珠宝产业国际化发展提供智力支撑，有效促进产业创新与专业人才互为支撑，推动平洲玉器珠宝产业高质量发展。



2024年11月29日

2024年华表玉石雕刻作品大赛评选活动圆满举办

11月29日，备受瞩目的华表玉石雕刻作品大赛作品终评活动在四会市圆满落下帷幕。本次活动从创意的独特性、工艺的精湛程度以及材质的运用等多个关键维度，进行综合考量，最终评选出金奖10件、银奖20件、铜奖30件、最佳工艺奖9件、最佳创意奖9件。



2024年11月30日

2024中国·四会玉文化节开幕

11月30日，2024中国·四会玉文化节正式开幕，来自全国各地的行业协会领导、玉石雕刻创作者、珠宝设计师、专家代表齐聚四会，共赏匠心、共叙玉缘、共商发展，传承弘扬中华玉文化。期间举办了2024“玉博杯”珠宝玉石首饰镶嵌设计大赛、2024中国·四会市玉文化节颁奖晚会等系列活动，弘扬中华玉文化。



2024年

高端翡翠拍品图录



2024 CHINA JADEITE INDUSTRY DEVELOPMENT WHITE PAPER

附录 2

TOP 1

天然翡翠配钻石项链、戒指及耳环套装

成交价: RMB 26,450,000

拍品说明: 天然翡翠珠宝套装，项链共镶嵌5颗弧面切割满绿翡翠，翡翠蛋面尺寸约25X21.6mm，项链长度约470mm，吊坠长度约40mm；耳环镶嵌2颗弧面切割满绿翡翠，翡翠蛋面尺寸约21X18mm，耳环长度约42mm；戒指镶嵌1颗弧面切割满绿翡翠，翡翠蛋面尺寸约19X15.8mm，指环尺寸15码，镶嵌钻石。

拍卖行: 中国嘉德



TOP 2

天然满绿翡翠配钻石项链及戒指套装

成交价: RMB 21,620,000

拍品说明: 天然满绿翡翠配钻石项链及戒指套装，包括一条项链和一枚戒指。翡翠项链的款式相当奢华，链条以不同切割的钻石作为点缀，吊坠是一枚尺寸在23X21.8X14mm的翡翠蛋面，翡翠色彩浓郁明亮，形态周正圆润，贵气感十足。

拍卖行: 中国嘉德



TOP 3

天然帝王绿冰种翡翠珠链

成交价: RMB 20,700,000

拍品说明: 47颗10.7-12.2mm天然帝王绿冰种翡翠珠链，翡翠珠子质地细腻，均匀饱满，内部纯净无瑕，散发出迷人的光泽。

拍卖行: 西泠印社



天然翡翠珠配钻石及红宝石项链

成交价: HKD 10,735,000

拍品说明: 镶有二十九颗天然翡翠珠子，由方形切割红宝石、长方形和明亮式切割钻石扣环组成，镶嵌在18k白金中，长度约为425mm。

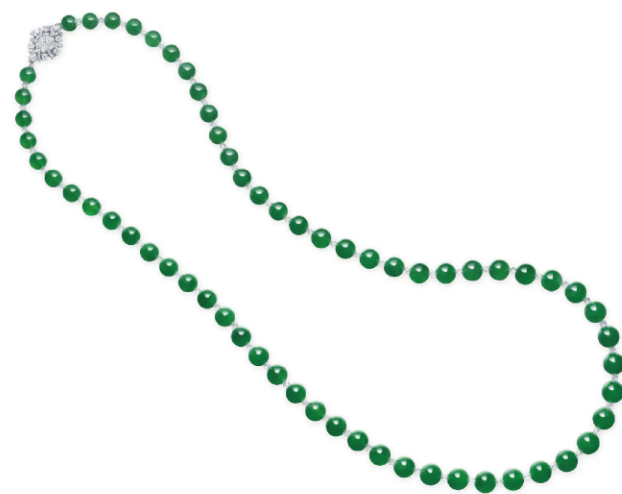
拍卖行: 香港苏富比

天然翡翠珠及钻石项链

成交价: HKD 6,930,000

拍品说明: 天然翡翠珠及钻石项链, 共由63颗7.7—10.3mm翡翠珠子组成。翡翠珠子质地细腻, 均匀饱满, 内部纯净无瑕。

拍卖行: 香港佳士得



天然翡翠蛋面配钻石戒指

成交价: HKD 4,560,000

拍品说明: 翡翠配钻石戒指, 色满浓郁, 天然翡翠蛋面尺寸约18.03x16.20x7.05mm, 配镶钻石。

拍卖行: 香港保利



天然翡翠手镯

成交价: RMB 5,290,000

拍品说明: 手镯翡翠颜色浓郁艳丽, 种水俱佳, 胶感十足, 手镯内直径约55mm, 条宽10.3mm。

拍卖行: 中国嘉德



“玄武腾霞彩”天然冰种翡翠印章

成交价: RMB 4,370,000

拍品说明: 选用天然冰种翡翠, 雕刻出龙与龟的造型, 龙身蜿蜒, 鳞片分明, 双目炯炯有神, 象征着权威与力量; 龟背纹理细腻, 四肢有力, 头颅微昂, 目光坚定, 象征着长寿与智慧; 两者的形象栩栩如生, 中间那颗圆润饱满的翡翠珠子, 更是为整个印章增添了无限的生机与活力, 象征着圆满与富贵。

拍卖行: 西泠印社

天然翡翠配钻石项链

成交价: HKD 4,318,000

拍品说明: 项链主石为亮绿色翡翠，雕刻成福瓜形状，镶有一颗1.01克拉的明亮式切割钻石，镶嵌在18k金中，长度约445mm，翡翠约47.2x29.94x7.17mm。

拍卖行: 香港苏富比



天然帝王绿翡翠配钻石耳环一对

成交价: HKD 3,810,000

拍品说明: 天然帝王绿翡翠配钻石耳环一对，每只耳环上分别镶嵌一颗椭圆形的蛋面翡翠，翡翠色泽翠绿，半透明性极佳，下方饰以圆形明亮式切割钻石，款式大气经典。

拍卖行: 中国嘉德

2024年

全国主要玉雕大赛获奖名录



2024 CHINA JADEITE INDUSTRY DEVELOPMENT WHITE PAPER

附录 3



2024年天工玉石雕刻作品大赛获奖名单

奖 项	作品名称	作 者
金奖	《蟠龙瓶》	史文文、冯旺、董国文、窦艳
	《九鲤图》	李健、徐慧
	《清风徐来》	周立祥
	《普贤洗象图》	翁志晨
	《降龙罗汉》	房文杰、代胜坤
	《老虎》	颜桂明
	《大道至简》	张庆东
	《一堂和气》	吴灶发
	《大智若愚》	鲍科文
	《一滴水》	洪保增
银奖	《石破天惊》	王鑫、张力东
	《风生水起》	张克山
	《西方三圣》	刘忠荣
	《太平有象》	黄杨洪、荀浩、叶志安
	《富春山居图》	庞然
	《象头炉太平有象》	潘中玉
	《青松不老·文墨飘香》	李爱国、郭紫阳
	《鲤墟》	张朝胜、李爱忠、蒋灿春、张浩然
	《中华儿女》	刘东
	《曾侯乙尊盘》	徐志雄、付俊玉、林超凡
铜奖	《福报平安》	陈文杰
	《八臂观音》	曲波
	《十二生肖》	任永辉
	《离骚》	叶建辉
	《将进酒》	杨柠泽、殷孝天
	《望子成龙》	李贺贺
	《情满水城》	卢伟
	《墨趣》	杨志良
	《妙观盛世》	高俊华
	《普陀洛迦》	赵琦、魏现峰、赵晓军
优秀奖	《听境·山中猴》	张学文
	《白玉炉》	王兴金、张文胜、刘全
	《风之华夏》	王秀岩、石娜
	《飞》	赵洪军
	《移迹金刚》	吉明阳
	《薄翼振翅·蝉鸣》	冯铃
	《众生礼佛》	徐志浩
	《青出于蓝》	申奥
	《和合之美》	卢云峰、李静
	《天道酬勤》	李红伟
入围奖	《一抹青莲》	孙佳兴
	《寻宝獮》	施宗颖
	《黄财神》	陈梅泉
	《陶翁醉菊图》	麻万能
	《山乡清韵》	刘晓强
	《华仪四海》	罗建平
	《无量寿佛》	姜海艳、齐丽曼、李安泰
	《耕樵渔樵》	张永兴
	《凤归云·漆犀》	殷建国
	《禅定心宁》	朱海欧
入围奖	《贵妃醉酒》	余威
	《白玉宝相花纹葫芦瓶》	俞挺
	《自得天机自长成》	金柏龙
	《钟义士戏冠》	周小龙、骆美美
	《抱朴守一》	秦运锋
	《忆江南》	莫伟坤
	《弥勒圣境》	侯晓锋
	《四大名旦》	宋佳乐
	《伍佰罗汉 十八罗汉》	王克冰、仵万基、党春雪、唐炳涵
	《双娇》	万伟
入围奖	《事事如意（狮子）》	卢志平
	《鳌鱼观音》	许海东

2024年华表玉石雕刻作品大赛获奖名单

奖 项	作品名称	作 者
金奖	《暗香如沁》	魏烈锋、魏秋
	《吉祥如意 玉韵添福》	刘泽文、陈华健
	《般若如花》	陈华健
	《文殊菩萨》	王国兵
	《飞天听法》	方泽光
	《弥勒菩萨》	陈华
	《千手千眼观世音菩萨》	朱金家
	《阿罗正法》	郭雪炯、付俊玉
	《金榜题名》	黄朝辉、魏春松
	《龙行天下》	方兴春、谢师南
银奖	《飞天灵貔宝印》	全波、张书建
	《花季少女》	魏烈锋、魏秋
	《雷神》	朱雄、朱鸿阳、徐忠贵
	《不动明王三头六臂法》	朱鸿阳、朱雄
	《三英战吕布》	朱顺青、林领领
	《虾趣》	游勤秋
	《蕙质兰心》	陈华健
	《阿弥陀佛》	罗文威
	《自在观音》	翁海智、徐超群
	《史墙盘》	付俊玉
铜奖	《移迹明王》	肖凌云
	《唐代遗韵》	方泽光
	《黄度母》	朱金家
	《女娲补天》	苏小宝
	《玉观音》	康金淼
	《老子出关》	陆志华
	《十二生肖仿古镜》	汪凯
	《江湖》	董健章
	《飞入寻常百姓家》	黄民强、陈清兴
	《终南问道》	赖剑平、郑建标
优秀奖	《悠悠华夏》	张璟桓
	《荷塘月色》	黄惠坤、黄佐传
	《皆得所愿》	游永木
	《匡庐图》	陈茂良
	《黄财神》	李鸿、潘笑桃、邱建福
	《金玉满堂》	四会市树人珠宝有限公司、魏玉忠
	《水月观音》	方志明
	《麒麟献瑞》	林诗栋
	《关云长》	蒋将
	《呵护》	徐群飞
入围奖	《“赶潮”》	邓运峰
	《富贵有余》	李三摆、陈函
	《和谐》	蔡海斌
	《春风岁岁生空谷》	曹洲、薛铭
	《国粹》	林素贞
	《五彩小龙》	翁世业
	《步步高升》	张端
	《庄周梦蝶》	张昊
	《涅槃重生》	黄伟斌
	《泛舟》	郭晓玲、刘群飞
入围奖	《一念之间》	李翔宇、徐胜
	《狩面纹熏》	余合众
	《黄宾虹》	刘东 梁钧杰
	《求佛路》	古朝滨
	《山村春晓》	董健章
	《圣境》	董健章
	《晋侯鸟尊》	刘泽文、蒲龙
	《土楼秋意》	黄日富、王雪茵
	《白度母》	黄家辉
	《青春玉梦·绿舞》	林树岳、阿雷、谢道杰





2024年华表玉石雕刻作品大赛获奖名单

奖 项	作品名称	作 者
最佳工艺奖	《黄财神》	陈梅泉、吕阳、陈梅煌
	《黄山》	罗建平、高佳佳
	《马头明王》	名玉艺术
	《飞黄腾达》	陆志华
	《碧海扬帆》	董健章
	《世外桃源》	董剑勇
	《文殊菩萨》	乔所明
最佳创意奖	《踏浪女神龙》	王雪茵、黄日富
	《山外青山》	郭雪炯、郭雪颖
	《贺兰芳菲》	陈茂良
	《旗袍系列》	黄奕祉
	《三阳开泰》	林诗栋
	《守护》	魏兴斌
	《持莲观音》	罗文威
	《赞巴拉·色波 系列》	陈珊
	《道德天尊》	郭木海 张华
	《天地人和》	梁钧杰 余合众
	《蜥蜴》	董剑勇

2024中国·四会“玉博杯”
珠宝玉石首饰镶嵌设计大赛获奖名单

奖 项	作品名称	作 者
金奖	《繁花》	刘华林
	《墨兰与金蜜蜂》	郭旭彪
	《普贤菩萨·生肖龙》	姜利祥
	《绣球花·灵犀和合》	黄家杰
	《东风领航》	占莹莹
银奖	《翠梦璇玑》	潘桂金
	《斧正麒麟》	姜利祥
	《喜上眉梢》	谢梅铃
	《国色天香系列作品》	范秀静
	《翠鸟》	阿林、程丽芳
	《四韵》	杨威峰
	《平安·如意》	张昊
	《同心》	江健美
	《天使之翼》	林怡婷、老佛爷珠宝
	《四大美女》	锐光珠宝
铜奖	《花期》	魏箐
	《凤翎》	卢葵、高佳佳
	《普巴金刚杵》	卢葵、高佳佳
	《太平吉象》	高佳佳
	《繁花(5件套)》	赵东
	《星芒慧韵》	杨威峰
	《知足常乐》	卢昭宇
	《福鑫》	江健美
	《海之星》	黄靖吉、陈德
	《江山》	九指神丐
	《龙脉》	九指神丐
	《心月狐》	林怡婷、老佛爷珠宝
	《天使之琴》	许汶柔、老佛爷珠宝
	《上帝的使者(两件套)》	龙晓兰、恒胜珠宝
	《秋日火焰》	德志珠宝
锐新奖金奖	《蛇缠青竹·富贵长绵》	吴昕妍
锐新奖银奖	《墨·触》	陆启文
	《杨柳依依》	李佳珊
	《喜羽翩跹·双生韵》	陈欣盈、陈霖

2024中国·四会“玉博杯”
珠宝玉石首饰镶嵌设计大赛获奖名单

奖 项	作品名称	作 者
锐新奖铜奖	《涟漪》	赵丹阳
	《石间·兰韵》	李佳珊
	《翠色幽姿》	廖家娴
	《爱莲说》	庞伊然
	《徽翠之韵》	廖文博
	《缝绶》	吴桂君
最佳工艺奖	《锦鲤戏莲》	黎飞进、梁凤兰
	《福禄》	黄思仁
	《钰翠八神 瑞光守护》	覃作守
最佳创意奖	《当下·远方》	郭木海
	《山水相屿》	曹旭峰
	《深空之谜》	黄靖吉、陈德

2025乙巳蛇年生肖珠宝设计大赛获奖名单

奖 项	作品名称	作 者
专业组金奖	《金蛇拜岁》	陶今欢
专业组银奖	《蛇泽瑞世》	李雨书
	《彼岸之花》	黄杰
专业组铜奖	《乐舞》	卢瑞兰
	《欢乐之蛇》	韦建爽
	《昂首》	苏运浩
学生组一等奖	《自然之心》	黄诗欣
学生组二等奖	《玉青鳞》	罗雪
	《“蛇”不得你》	陈琴
学生组三等奖	《还趁青杏未落时》	伍锦浩
	《灯下行》	骆楚依
	《生生不息》	王可帆

第七届粤港澳大湾区工艺美术“国匠杯”
创作大赛获奖名单

奖 项	作品名称	作 者
金奖	《人生如意》	陈茂良
	《朝元仙仗》	方国勇、方国营
创意金奖	《太平盛世》	吴进房、黄建栖
	《一佛二弟子》	陈华
银奖	《文殊菩萨》	钟国飞
	《千秋守护》	陆志华、王佳陈
	《瓠(hu) 壶》	付俊玉
	《时间都去哪了》	许延平、高佳佳
	《风调雨顺》	周旺、周盛
	《印象北齐·自在系列》	庄庆芳





第七届粤港澳大湾区工艺美术“岭南工匠杯”设计大赛获奖名单

奖 项	作品名称	作 者
金奖	《太平有象》 《深山访友》	吴进房 方国营、方国民
银奖	《刘海戏金蟾》 《黄山》 《红梅赞》 《霞明云重》 《石中寻佛》	朱顺青 罗建平、高佳佳 陈茂良 陈国杨 庄庆芳

广东第九届琢越杯玉石雕刻大赛获奖名单

奖 项	作品名称	作 者
金奖	《观音立像》 《草原牧歌》 《维摩演教图》 《八方壶(发晶)》 《血方罍》 《松迎客来》 《文殊菩萨》 《提篮观音》 《灵动映美满》 《极乐梵天》 《风华》 《黄财神》 《佛影禅心》 《暗香如沁》 《拈花一笑》	吴金贤 林鹤、林燕华 陈新付 吉明阳、狄鹏 付俊玉、李喜州、王文杰 陈华健 王宗达 黄楚光 陈明建 张钦荣、林文烁 吕阳 陈梅松 高佳佳、罗建平 魏烈锋、魏秋 林成洪、林剑新、何志君
银奖	《白度母》 《惠女》 《称心如意》 《甲辰秋分夜浩》 《绝尘》 《长青》 《戏金蟾》 《采菊东篱下》 《文房四宝》 《九色鹿》 《独甲一方》 《笑口常开》 《虫趣》 《天球寿桃瓶》 《九龙护主》 《黄胶花四臂观音》 《六臂观音》 《海风》 《莲花观音》 《道法自然》 《川渝印迹》 《獬豸》 《东方佛绿》 《观自在》 《灵悟之光》 《瓠壶》 《踏浪女神龙》 《万般法像》 《十八罗汉心经牌》 《圆·缺》 《千手观音》 《封神关羽》 《海之梦》 《五色财神》 《心自由 意自在》	张峻华 刘庆峰 王国连 欧武 黄庆涛 陈华健 陈梅松 林旭光、谭展英 张国盛 何国明 邓运峰 陈明建 游勤秋 陈新付 廖文悃、陈盼盼、赵加晓 吉明阳、狄鹏 陈明建 钟文丰 方兴春、陈志坚 方志敏、方志先、方志明 黄芝惠、黄日富 李鸿、潘笑桃、邱建福 冯勇华、李逸凌 高佳佳、陈梅松 雷秉焱 付俊玉、付明玉 王雪茵、黄日富 朱顺青 庄庆芳 李鸿、潘笑桃、邱建福 许群豪、张嘉填、彭阳阳 吴金贤 高佳佳、罗建平 林梓杰、张钦荣 曾志浩、林丽梅

广东第九届琢越杯玉石雕刻大赛获奖名单

奖 项	作品名称	作 者
铜奖	《九歌·山鬼》 《赶潮》 《松鹤》 《西方三圣》 《云起》 《凤凰合鸣》 《梅》 《观澜》 《虾趣》 《古巴拉·色波系列》 《黄财神》 《悲智合一》 《伏虎罗汉》 《龙宝宝》 《密集金刚》 《黄财神》 《御龙观音》 《佛窟》 《九龙浴佛》 《华严三圣》 《双龙戏珠》 《牡丹仙子》 《三大仕》 《马头明王》 《多子多福》 《财神》 《香器》 《持莲观音》 《富贵平安》 《道~道德经》 《问·境》 《吉庆双鱼》 《一帆风顺》 《龙腾盛世》 《黑财神》 《自在观音》 《黄财神》 《麒麟香炉》 《知春》 《孔雀》 《繁花入梦》 《沉香之美》 《地藏王菩萨》 《观天观地观自在》 《黄财神》 《福报》 《无量寿佛》 《观音》 《潜龙在渊》 《自在》	黄俊敏、刘庆峰 邓运峰 周素、王顺 吴建飞 吕阳 周素 黄国安 吉明阳、狄鹏 魏烈锋、魏秋 翁海智、陈珊、麦中觉 陈珊 黄志港 彭阳阳、张嘉填 李三摆 许群豪、张嘉填、彭阳阳 陈虹莉 朱顺青 朱顺青 周旺 朱金家 陈琼 何舜瀚 朱金家 蒋贺朋 容健厚、刘鹏飞 兰家青 吴宝鑫 梁钧杰、陈华 陈华健 林海峰、孙骞 何镇 吉明阳、狄鹏 刘鹏飞、刘右保 陈远健 李禹、林洁华 张峻华 李鸿、潘笑桃、邱建福 陈新付 陈华健 章金鑫、罗惠烽 陈鸣、舒晓梅 侯翠玲 黄灿通 刘鹏飞、刘右保、容健厚 麦中觉 刘宏涛 高佳佳、周浩良 翁海智、陈珊、徐超群 陈梅煌 庄庆芳
最佳工艺奖	《兴隆》 《叱咤风云》 《心猿》 《观音》 《残荷新韵》	刘钰纯 王晓红 陈梅松 黄灿通 陈华健
最佳创意奖	《翠山云起》 《希望》 《竹》 《东方美女》 《岁月静好》	陈涵 彭继东 黄国安 裴明德 梁钧杰、余台众



◎ 白皮书编委会

中国珠宝玉石首饰行业协会
李勇

清华大学经济管理学院
肖勇波 孔德梅

德宏州新媒体协会
李青芳 枝悦

翡翠王朝品牌营销中心
龚士磊 刘玉铨 俞静雯 杨茜 王雪花 陈雅慧

视觉设计
周铭泳 姚佳晨 周涛

◎ 数据及资料来源

《2024中国翡翠产业发展白皮书》所涉及数据和参考资料来源于CNNIC、中宝协、仲量联行、Mob研究院、艾媒咨询、21世纪经济研究院、亿欧智库、京东消费及产业发展研究院、巨量引擎、智篆GI、小红书、腾讯营销洞察、微盟研究院、见实科技、前程无忧、艺恩等官方公开资料。

◎ 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。

2024 CHINA JADEITE
INDUSTRY
DEVELOPMENT WHITE PAPER

