



消博洞见 消费新趋势

“人造珠宝”你会买单吗？

从消博会看珠宝消费的新潮流

南国都市报4月18日讯(记者 易帆/文 王康景/图)在第四届中国国际消费品博览会上,由AI设计的8只美轮美奂的“蝴蝶”珠宝展品给观展观众留下极深印象,成为展会上的热门打卡点。

仔细观察发现这些设计精美的珠宝还有着电路板、螺母、光碟、工业废弃齿轮等材料痕迹,它们与人造珠宝相结合,展示出海洋污染、光污染、人类垃圾、工业废弃物等环保主题。作为环保品牌高纳仕GAONAS多次在消博会中展出绿色可持续的“轻珠宝”产品。

连日来,展区里观展观众门庭若市。让消费者兴奋的是,橱窗里那些闪耀绚丽的珠宝价位都不会过万元,这样的环保珠宝让他们真正“实现珠宝自由。”

作为消博会的老朋友,主打人工培育钻石的“力量钻石”首发以中国图腾龙元素为设计主题的系列产品,受到年轻消费者的诸多关注。“我们的钻石是采用太阳能、风能等大自然绿色能源,融合现代科技培育而成。”河南省力量钻石股份有限公司项目总负责人梁静霞介绍,品牌致力于提供环保、高品质、可持续的珠宝产品,让消费者在追求美丽的同时,也体现出对社会和环境的责任与担当。

而通过消博会,也让更多消费者亲身体验培育钻石所带来的超高品质及超高性价比,尤其是对培育钻石了解不多的消费者来说,这是一个极好的互动与沟通机会。

近年来,人造钻石市场持续升温,其市场份额在不

断攀升。据数据显示,2023年人造钻石的市场份额已达到了49.9%。“钻石恒久远”在工厂里即可实现,人造钻石的品质和外观与天然钻石已无二致,而价格却不足天然钻石的一半,比起天然钻石更具性价比。

人造钻石消费潮流不断兴起,力量钻石目前已向绿色发展和打造“国货潮品”上重点发展,在产业前端开发绿色能源,打造零碳工厂,在产业链下游重点培育钻石品牌发展,打造“国货精品”“美豫名品”。

“我们在展位设计中融入中国龙造型,展位中的整体色调是以古风灵珠红为主色,展示国货国潮。”梁静霞说,在消博会上首发的全新的龙型元素系列产品也受到颇多关注。

随着年轻消费主力军的崛起,珠宝行业的消费趋势逐步向“轻奢”“个性”“环保”转变,在消博会上,这样的消费潮流窥见一斑。



高纳仕展出的价值3600万元的AI设计人造祖母绿。

逛消博 你“悦己式消费”了吗

珠宝黄金越涨越买、智能家居流量不减…… 从消博会上看“悦己”消费新趋势

南国都市报4月18日讯(记者 汪慧/文 李昊/图)4月18日是第四届中国国际消费品博览会(以下简称“消博会”)最后一天,当日上午,众多市民、客商来到主会场各展馆参观、购物、洽谈。在化妆品、珠宝、黄金、智能家居等展区,更是迎来了更为火爆的人气。不少参展商认为,这反映出“悦己型”消费趋势在本届消博会上越发明显。

在意大利维缇珠宝展台前,简约、时尚的各类首饰展品吸引了不少消费者驻足咨询,洽谈区内,展区负责人忙着对接重点采购商。“我们在上海有珠宝实体店,这次带来的很多展品是直接来自意大利带来消博会现场的新款式,还没有在门店展示过,我们希望通过消博会这个平台,加速意大利珠宝落地中国市场的步伐。”意大利珠宝商陈海燕告诉记者。

陈海燕说道,近几年,消费市场快速变化,很多消费者追求兼具高品质和时尚感的珠宝产品,这次带来消博会的展品都是意大利珠宝中不同品牌的代表,“我们的产品都是纯手工制作意大利金匠工艺作品,希望满足消费者的个性化需求。”

所谓“千金难买心头好”,记者注意到,该展台展出的珠宝饰品价格并不便宜,但是却不乏下单的消费者。

在精不在多,在品不在泛……这样的消费心态变化,在黄金饰品展区也窥见一斑。

几天参展下来,老凤祥海南区域经理沈健虽然辛

苦但还是激情满满地接待客户。据他介绍,老凤祥品牌在本届消博会展出了很多有特色的展品,比如以无重力悬浮装置展示的金凤冠一直是人气很高,而且也均推出了消博会专属优惠,比如计价黄金饰品每克便宜70元。

黄金在今年迎来了前所未有的消费热潮,消费者“越涨越买”的消费心态在本届消博会上也淋漓尽致体现。沈健告诉记者:“通过参展,可以看出消费者对黄金首饰呈现出了显著的热情高涨趋势,日常佩戴、投资保值、婚嫁佩戴是他们购买黄金首饰的主要用途,而‘悦己’则成了消费者购买黄金首饰的重要驱动力。”

他认为,如今随着黄金产品工艺、颜值不断升级,很多消费者更愿意将黄金首饰作为一种自我奖励,在消费和日常佩戴中获得满足感和幸福感。

“用好物、吃好吃、睡好觉”。在消博会的“老朋友”艾纳诗深睡小屋的展区,也能看出,人们爱惜健康、注重自我感受的“悦己”消费心态。

在艾纳诗深睡小屋展区,由于体验者众多,大家只能排队等候。上海艾纳诗科技集团董事长助理李景明告诉记者,由减压舒眠机、慢波睡眠机、舒曼波康养机等核心产品构建的深睡小屋家居环境健康睡眠系统,通过营造荷电粒子及荷电粒子波为优势的微环境,改善居住者的深度睡眠状态、调节居住者的心理情绪,很好地迎合了消费者缓解焦虑、调节情绪、舒缓

老凤祥品牌展台前,各类首饰展品吸引了不少消费者驻足咨询。



扫码看视频



▲意大利维缇珠宝展台展示的珠宝首饰。

◀老凤祥品牌在本届消博会展出特色展品。

压力、改善睡眠的个性化需求。

“展会期间,来我们这里体验品质睡眠的观展者特别多,其实,‘悦己消费’已不再是年轻一代的专属,而是涵盖各个年龄群体。所以我们设计了涵盖青少年、上班族和中老年人各个年龄段需求的产品,因为越来越多家庭正在追求更美好、更幸福、更健康的生活方式,健康、以及健康睡眠,正成为新的刚需。”李景明说道。

“悦己型消费”是指为了取悦自己、满足个人兴趣爱好、追求个人成长和提升生活质量而进行的消费行为。多位接受记者采访参展商认为,随着高效、自由、个性融入社会价值观,以及我国经济实力的积累、市场的繁荣,悦己经济将进一步壮大。