

# 铂金向前 循势生长

2024 铂金首饰趋势洞察  
Platinum Jewellery Insight Report





# 目录

CONTENTS



## 铂金与时偕行

穿越时光的美 03

抵达真实的人 04



## 潜力人群图鉴

后Z世代的AB面 06

摩登妈咪的点线面 06

运动潮人的内外面 07

恋人间的磨而契合 07



03

---

## 消费心理洞察

---

审慎“精致抠” 09

买单“小情绪” 12

在科技中回归 16



04

---

## 深掘趋势潜力

---

困境之下的自洽 18

运动社交起飞 19

艺术走入生活 23

可持续共赋新生 25

---

## 总结与展望

---

总结与展望 28



# Chapter 1

## 铂金与时偕行

铂金首饰的历史与情感价值演变

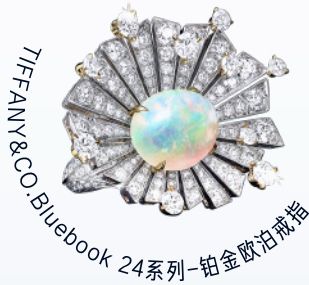


# 一、穿越时光的美

历史厚重的底色和传奇经典的加持，共同铸就了铂金作为贵族金属的尊贵地位。



伊丽莎白二世女王  
佩戴钻石海蓝宝石铂金  
双夹式胸针出席多个  
公众场合



TIFFANY & CO. Bluebook 24系列-铂金欧泊戒指

1950年后，铂金一直  
是高级珠宝的常客



## 21世纪

中国女性力量崛起  
铂金时刻展现温柔自有力量



装饰艺术时期铂金珠宝作品

## Art Deco 装饰艺术时期

1919-1939

女性价值初觉醒  
此时期的珠宝成为时代特征与社会文化的象征



英国帝国皇冠-由铂金镶嵌



罗马尼亚玛丽娅王后-铂金冠冕

## 美好年代

1871-1914

1895年，卡地亚率先推出铂金  
与钻石结合，1895系列诞生



卡地亚1895系列

## 18世纪

法国国王路易十六宣布铂金是  
“唯一适合国王的金属”



本页图片来源于网络

## 二、抵达真实的人

铂金首饰的情感价值不断演变，始终聚焦于自我成长和亲密关系两个核心维度，力求展现最真实的人性。

### I. 铂金呼应人的自我成长

在2024年巴黎奥运会上，女性的力量与美丽以史无前例的方式展现在世人面前。塞纳河畔升起的十座杰出女性镀金雕像，不仅令人振奋，也是女性以智慧和勇气推动社会进步的缩影。

全球范围内的女性力量崛起亦影响了数代现代中国女性。从世纪初铂金首饰塑造的纯净、自信、优雅的形象，到不确定的新常态下倡导“坚韧，因铂金更坚定”，铂金首饰的价值定位在不断进化中深深契合了中国女性自我表达和内在成长的诉求，成为她们追求平衡、力量与美丽的最佳选择。



### II. 铂金成为亲密关系的纪念

1936年，温莎公爵夫妇以指尖的铂金对戒向全世界证明真爱比江山更重要。此后半个多世纪，猫王等明星名人也都选择在婚礼上交换铂金对戒来见证他们至死不渝的浪漫爱情。

过往20年，铂金见证了中国婚姻观念的演变。从新人交换铂金对戒互许结婚誓言，到戴着铂金婚戒走过风雨携手到老，铂金始终是新人购买婚戒的首选材质。今天，年轻恋人们对亲密关系的理解早已超越结婚仪式本身，转向两人用心经营，在同频成长中构建更真实的生活。铂金的情感价值一直随着消费者对爱情的理解而变化，鼓舞更多恋人在磨合中获得心灵契合。



本页图片来源于网络





# Chapter 2

## 潜力人群图鉴

细分人群展示出韧性与潜力



## 后Z世代的AB面

悬浮环境中，后Z世代不甘颓废。他们深知现实的局限，却以更务实的理性与成熟面对世界。他们的价值观冲突而自洽：一方面，他们深度悦己，想要掌控自我，追求独立与精神自由，另一方面，他们也渴望在同类人中找到归属与共鸣，寻求精神上的疗愈和寄托。纯净铂金，永保最初的热忱，以坚韧拥抱变化，聚火散星，连接每一个独特而真实的灵魂。

## 摩登妈咪的点线面

新时代的摩登妈咪们，早已走出单一身份的桎梏。她们是温柔全能的母亲，享受养育生命带来的新鲜感和成就感，也乐于通过言语和行动直白地表达自己对周围人的爱意。她们更是充满活力的现代女性，深入探索内心世界，在个人自由和社会身份之间寻找平衡点，平和而坚定，独特又精致。坚韧铂金，以超高延展性和艺术表达力，回应摩登妈咪们多元的人生态度，演绎属于这个群体的美学与精彩。





## 运动潮人的内外面

在生活不确定性和多重压力之下，越来越多的灵魂开始将运动视为生命能量的宣泄口。这一份热爱也让他们在人生的旷野里拥有了能够去把握的事情，每一次沉浸于运动都能暂时屏蔽外界噪声专注当下，内核力量在静谧中破土生长。在坚持不懈跟自己的较劲中，每一次磕磕碰碰留下的伤痕都成了自我突破那一刻的勋章。共同爱好的运动联盟是社交场，也是片场！运动要潮，赢得要靓！坚韧铂金，不致敏，不变形，是潮人们挥洒热爱的最佳“在场证明”。



## 恋人间的磨而契合

爱情不仅限于步入婚姻那一刻的高光，更根植于两个人同频成长的人生旅程。社交媒体上的年轻人似乎对婚姻越来越充满迟疑，而真实生活里，处于感情稳定期的恋人们在经历了或长或短的磨合后，或回归于爱情本身的纯粹，或更认定彼此更有底气携手向前，或为了齐头并进而努力自我提升，他们用心经营，在双向付出与承担中愈加契合彼此。纯净铂金，坚韧而永不褪色，恰如他们经历时间考验后的爱情。



# Chapter 3

## 消费心理洞察

消费体验和期待呈现多样化态度



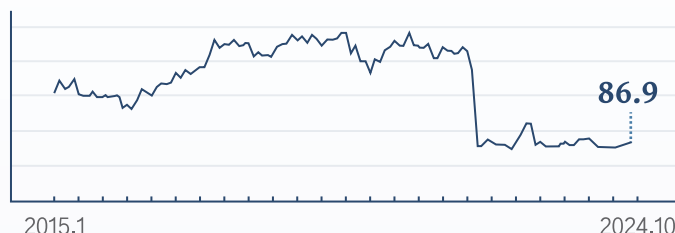
# 一、审慎“精致抠”

## I. 审慎消费趋势仍会延续

在全球经济环境不确定性和我国经济结构转型低迷的影响下，经济增长放缓，居民收入水平增长乏力，未来收入预期不乐观。消费者在优先考虑储蓄而非支出，尤其是在非必需品的消费上更加审慎。短期来看，在经济复苏未明显加速的背景下，审慎消费趋势很可能在短期内持续。

### 中国消费者信心仍徘徊于历史低位

#### 中国消费者信心指数 (CCI)



数据来源：国家统计局

## II. 低欲望并不是无欲望

尽管消费者信心总体低迷，但中国庞大的消费市场仍然蕴藏丰富的机会，有待深耕。

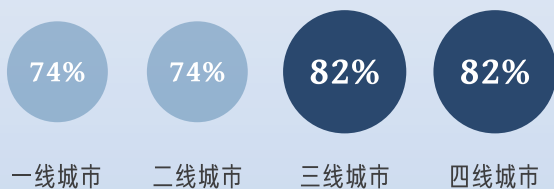
### A. 消费分级愈发明显

根据麦肯锡最新的调查，三四线城市居民受益于不断增长的工厂提供的工作机会、市政基础设施的改善以及连接城镇与大都市的高铁，消费情绪较一二线城市更积极。

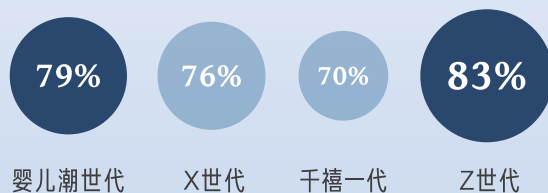
除了乐享晚年的新退休人士，Z世代亦不负所望，“爱买又爱算”，倾向于支持契合自身价值观的品牌，推动了以公平贸易为原则的行业的发展，更加注重消费的体验性和个性化。精致与精打细算在他们眼里毫不冲突，好用不贵又能彰显个性的品牌，对他们尤其重要。

### 不同消费群体信心存在显著差别

#### 乐观受访者占比（按城市划分）



#### 乐观受访者占比（按代际划分）



数据来源：麦肯锡2024年10月《中国市场简报：中国消费市场的真相》调研报告

## B. 更具性价比的产品释放消费潜力

品牌在各个价格段内提供具有更高性价比产品，仍能有效撬动市场增量空间。

以珍珠为例，其价格区间灵活、入手门槛相对低，近年来款式设计愈加年轻化，加上明星佩戴产生带动效应，珍珠逐渐受到年轻消费者的喜爱。山下湖小镇，掌握着全国80%、世界70%以上的淡水珍珠产销量。2023年在其巅峰期，每天直播近7000场，全球代购亦蜂拥而至，推动诸暨珍珠产业年销售额突破500亿，其中6成来自线上，三年间增长83%。

在金价飙升背景下，专注于传统铸造工艺的首饰制造商加大设计和工艺创新的投入，电铸工艺和硬金技术很好的满足了小克重、大体积、款式多样的需求，毫不费力的凸显个性，颇受市场欢迎。与此同时，充满活力的“多巴胺风”也吹进了首饰行业，镀黑、珐琅、玉髓、各色水晶和多彩宝石的应用层出不穷，力图转化每一个消费潜力。



## C. 多元创新塑造消费热点

消费分级大趋势下，各赛道的大小品牌，也在新的风向下进行多元创新，打造消费市场的新热点。在体验消费领域，盘点2024“出圈”背后的创新密码，或原汁原味，或别具匠心，或科技十足，或底蕴深厚，他们在不断刷新地方经济成绩单的同时，更为普通人提供了满足美好生活需求的丰富载体。



泉州蟳埔·簪花围代表“创新文化+”入围央视“2024十大文旅经济创新案例”。作为中式美学代表之一，戴花是对生活充满热爱、活得漂亮的体现。



1688以“起于兴趣、成于帮助，忠于共享美好资源”的方式，呼应年轻人“万物皆可搭子”的社交方式，打造多元市集，融入兴趣圈层文化体系。

本页图片来源于网络



### III. 审慎对于首饰消费的影响

在预期管理不断严格的当下，不论是主张消费中“一举多得”还是崇尚长期主义的消费观，都是人们顺应趋势的解法。

#### A. 一款多戴，重新定义性价比

呼应一举多得的消费心态，消费者开始重新定义“高性价比”。他们更加注重心理价位与实际产品价值的匹配，跳出盲目追求低价的思维，转而寻找既能符合预算，又能满足需求的优质产品。



#### B. 经典设计和长期主义永不过时

经典设计的首饰因其简约而永恒的魅力，无论是日常搭配还是特殊场合，都能完美融入任何风格，让佩戴者与时间共舞，优雅并行。这类设计不仅契合当下的长期主义消费观，更代表着对品质与持久价值的追求，让承载情感的首饰得以代代传承。



铂金材质是实现长期主义珠宝的不二之选。其纯白色泽永不褪色，这种独特与真实也正是可持续消费不可或缺的特性。铂金与生俱来的韧性也使其成为了现代版传家之物，既具有现代女性气质，又是高品质代名词，适合用来打造能于千万中脱颖而出珠宝作品。

“铂金的首饰就简单百搭，长久能用，今年带了明年还是这样，是理性消费和绿色消费的范畴。”

上海，可持续发展博主\*

\*资料来源：2024国际铂金协会(PGI®) x 益普索《关键人群生活方式及趋势洞察研究》 本页图片来源于网络

## 二、买单小情绪

### 1. 压力之下，人性回归

在全球范围内，压力已经成为困扰现代人的一大难题。根据美国心理学会（APA）的《年度压力报告》显示，近年来，成年人感受到的心理压力水平持续上升。

许多人在获取幸福感中受到外界压力

66%

受访者希望其表达的各种情绪都能为社会所接纳

51%

受访者表示已疲于伪装自己“一切都好”

89%

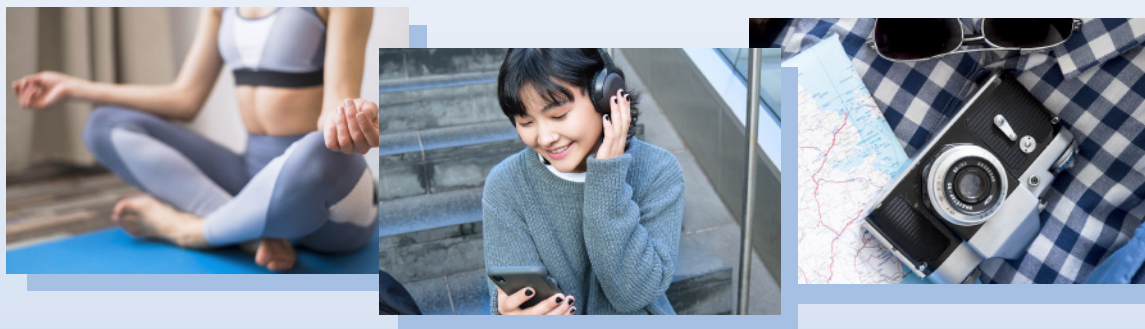
受访者认为自身至少在一个幸福感维度中感到压力

(明显高于61%的全球平均水平)

资料来源: lululemon《2024年幸福感报告(中国大陆地区)》

在快节奏与高压力的社会环境中，现代人逐渐意识到，真正的财富不仅是银行账户里的数字，更在于内心的充实与快乐。因此，越来越多的人开始选择“买单小情绪”，从物质悦己走向精神悦己。

瑜伽健身、听歌看剧、冥想静思，甚至是一次说走就走的旅行，都成为释放压力、滋养身心灵的有效途径。“重新养育自己”的观念，帮助人们在喧嚣世界中找到一片内心静谧之地。



铂金的纯净色泽和恒久品质，正如追求内心静谧与平衡的时刻。在压力与挑战面前，铂金成为稳定与坚韧的象征，提醒佩戴者无论外界如何喧嚣，内心的宁静与力量始终不变。它不仅是物质的享受，更是心灵的守护，帮助人们在忙碌与压力中寻回平和与自我。

## II. 高消费断崖，小确幸走高

豪车、奢侈品、贵妇化妆品等高端消费在2024年经历了剧烈调整，居民财富增长失速，消费者也在重新评估消费选择，回归理性与稳健。贝恩咨询在《影响未来经济的八大模式》中指出，消费者正在积极寻找情感支持和替代性陪伴方式，以减压体验来疗愈自我。

据高盛预测，2024年中国宠物数量将首次超过4岁以下幼儿。“毛孩子”们通过无声陪伴帮助主人度过每一个难熬的时刻，养宠人也乐于将人类的消费习惯和需求延伸到宠物领域，催生出“它经济”千亿级消费市场。



香氛一直是年轻人的疗愈工具。现代化生存中亟待安放与流变的情绪，碰上细腻内敛的中式调香，“焚香卧瑶席”的闲趣便承千年风雅袭面而来，为“宅经济”注入独特的文化魅力。

“软物依赖”在2024亦大行其道。高压环境下，人们在忙碌与疲惫中渴望从柔软的物件上寻得片刻宁静与安全感，这是对情感安抚和慰藉的本能追寻。

而以附加服务为消费者提供更好的情绪价值，沉浸式体验等新型消费成为新的增长点。



### Jellycat CAFÉ 限时体验店 限时体验店

拥有表情的可爱玩偶，配上店员信念感十足的“过家家”烹饪形式和打包服务，受到年轻人的狂热喜爱。



### 县城海底捞：无平替的情绪价值提供商

即便客单价较高，海底捞仍能稳居当地美食榜单前列。不论何时，人们都愿意为难得的美好体验买单。

用不大的代价获得愉悦感，在自营的欢乐场里做自己，那些细微但真实的“小确幸”，一次次累积成自愈的能力。无论是点缀日常生活里的小确幸，还是通过自带的象征意义触动内心，甚至一次独特而愉悦的佩戴体验，贵重首饰都能在这些细腻时刻赢得消费者青睐。

本页图片来源于网络

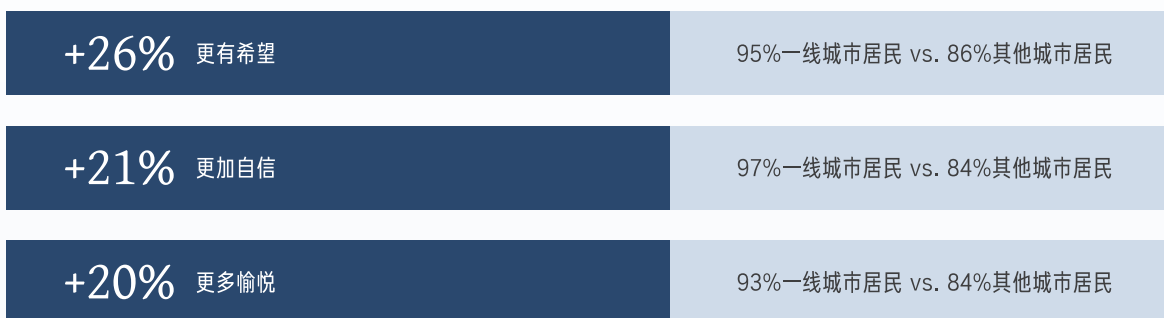


### III. 自我疗愈 走向自然

“久在樊笼里,复得返自然”。人类对绿意盎然的大自然怀有一种与生俱来的向往,大自然拥有无可比拟的治愈力量。身处自然可以显著降低应激激素水平,提高正念与情绪稳定性。森林浴、湖畔垂钓或是简单的一场公园散步,都能够让我们的大脑得到充分休息,重新连接内心深处的平静。

接触大自然和户外环境的人...

在一线城市居民中,这一比例更高...



资料来源: lululemon 《2024年幸福感报告(中国大陆地区)》

大自然有助于提高幸福感,大都市居民更认可拥抱自然的重要性及益处

**91%**

受访者尝试通过接触大自然或户外环境来提升心理幸福感

**64%**

受访者相信,处于大自然或户外环境有助于缓解孤独感

**63%**

受访者认为,与大自然联结有助于缓解压力和焦虑情绪

资料来源: 共研产业研究院《2025-2031年中国户外产品市场深度调研与市场全景评估报告》



艺术源于自然,大自然中的花草树木,飞禽走兽,无一不成为创作的灵感供给。大自然主题的珠宝因其表达了对环境和自然的尊重,尤其吸引那些关注可持续发展和地球生态的年轻人。纯净铂金,以其天然纯白色泽和极佳延展性,轻盈展现自然之美。铂金的能量被认为能够促进身体和心灵的和谐,帮助驱散负面情绪,恢复内在的平和与力量。

## IV. 玄学寄托，精神加持

2024年，玄学与精神寄托在年轻群体中的热度不断攀升，反映了人们在动荡不安的生活中心灵平衡和情绪健康的迫切需求。疫情后经济的疲软让人们更关注精神层面的慰藉，风水和玄学成为许多人短暂逃离现实的方式，为他们带来一丝好运的象征。人们从玄学中找到情绪发泄，能够暂时逃离现实世界的纷扰，来讨个好彩头。他们选择那些传递积极和可持续理念的事物，以一种象征性的方式表达自己与世界共进的愿景。



“四叶幸运”系列是梵克雅宝名副其实的销冠。其幸运哲学，让无数消费者相信了“越买越幸运”的叙事



“破茧重生”的蝴蝶对应了打破旧有模式的渴望，寓意着涅槃重生

图片来源于网络

铂金天然纯白、不易变色，被视为能量与灵性力量的理想载体。

同时，铂金不变形、不氧化、不致敏，象征着内在的坚韧与平静，帮助佩戴者保持专注与力量。融合了科技感与奢华感的铂金首饰，展现了物质与精神的统一，成为灵性与现代生活的桥梁，为佩戴者赋予能量与守护。

图片来源于网络(国际铂金协会(PGI®))



第二届“中国珠宝”杯珠宝首饰设计大赛一等获得奖作品《藏福》

# 三、在科技中回归

## I. 科技回归人本

科技已经极大地改变了人们的生活方式，提升了日常生活的便利性。智能家居系统让早晨的第一缕阳光与咖啡香气准时相遇；智能手表记录着心跳的每一次跃动，提醒我们关注健康。这些科技产品，远非冷冰冰的工具，而是成了我们生活的一部分，让日常变得既智能又贴心。

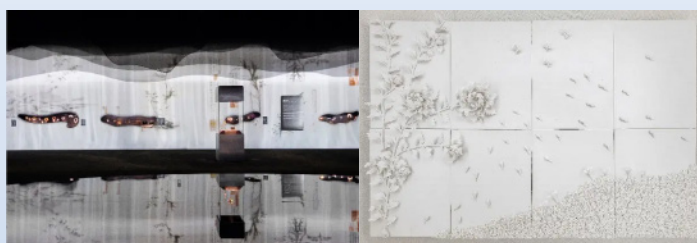


尽管虚拟现实、远程通讯让天涯变咫尺，人们心中那份对实体接触的渴求并未消减。咖啡馆里的闲聊、公园里的偶遇、共赏一轮明月……这些都是科技无法完全复制的温暖瞬间，它们构筑起了人间的烟火气，让我们在高速运转的世界中找到归属感。

## II. 万物皆可AI

创意经济势不可挡，生成式人工智能（GenAI）不断提升创作速度和规模（人工智能创意）。消费者在惊喜于AI的创意结果时，也在探索新的人类和人工智能合作方式，在返璞归真中寻求真正的个性化。

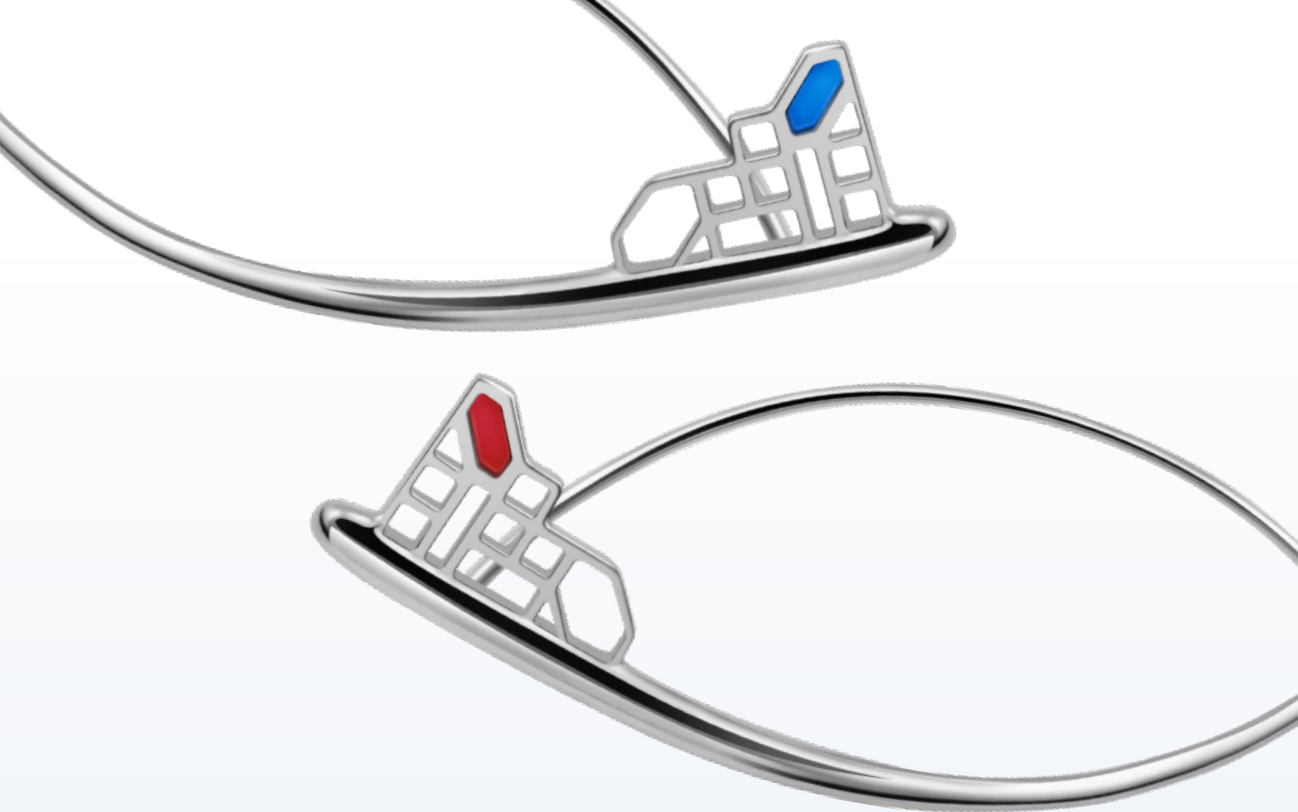
未来，AI技术的身份不仅是“守门员”也是“助手”，将无缝融入消费者的生活。《消费者愿景2035——从洞察到前瞻的时代》显示全球60%的消费者表示，到2035年，AI助手能帮助品牌了解他们的偏好。



Cartier满庭芳菲展由cAI™担任视觉总监输出创意，糅合中国传统文化与当代AI的精神对话及创造力

本页图片来源于网络





# Chapter 4

## 深掘趋势潜力

韧性时代值得关注的三大趋势

# 一、困境之下的自洽

社会学家鲍曼提出：“在液态的现代社会，不再有永恒的关系和纽带，人间互有牵连，但不再着重紧密扣紧，可以随时松绑。”“液态化”导致现代社会对瞬时与快速的追求取代了对连续持久的期待；流动性与速度成为社会分层的决定性因素；既有的规则与标准正快速消亡，不再存有稳固的单一权威。对年轻一代而言，上一辈的生存经验很难为他们创造可被依赖的成功路径。学历与技能在持续失效，不确定性会引发安全感的丧失、生存的焦虑和个体的孤独。

家长那一辈曾经认为我考上好的大学就稳了，但实际上我也有可能毕业即失业，真正稳定的工作岗位凤毛麟角。在毕业前，对于未来会怎么样，我不可能不焦虑。

上海，应届毕业生\*

在这样变化莫测的外部环境下，许多人如同仓鼠在内卷的滚轮上狂奔，一边精神内耗，一边疲于奔命。卷不赢又躺不平的“45°青年”\*开始思考是加把劲儿还是慢下来。



自我重振、回归生活、守护未来……寻求自洽的幸福，成为了人们重建自信，对抗压力的出口。自洽之下，运动、艺术、可持续铺设了分泌多巴胺的快乐路径。

\*资料来源：2024国际铂金协会(PGI®) x 益普索《关键人群生活方式及趋势洞察研究》

\*“45°青年”这个概念最早出现在《半月谈》杂志，指的是那些在面对现实生活时，既不完全“躺平”也不拼命“内卷”的年轻人

## 二、运动社交起飞

2024年，随着欧洲杯、美洲杯、奥运会相继举行，全球的运动热潮达到了前所未有的高峰。这些赛事不仅激发了民众的运动热情，也深刻地影响了人们的消费选择和时尚趋势。

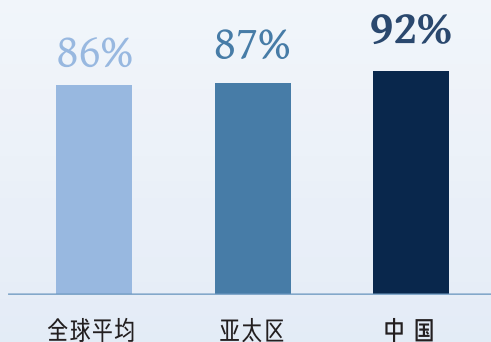


### 1. 渴望可实现的掌控感

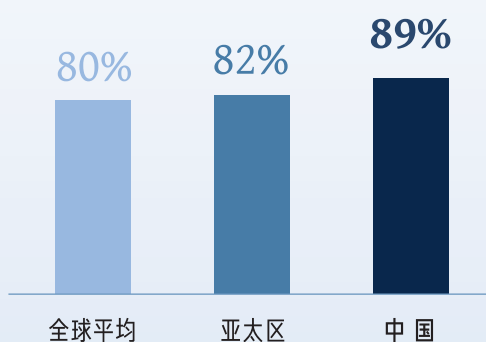
疫情让人们意识到健康管理的长期性和综合性，不仅仅是应对短期疾病，而是涉及精神健康、社交活动和职业健康的各个方面。

#### 自我关怀思潮崛起，心理健康备受关注

“我需要付出更多努力来照顾身体健康”



“我需要付出更多努力来照顾心理健康”



资料来源: lululemon 《2024年幸福感报告(中国大陆地区)》



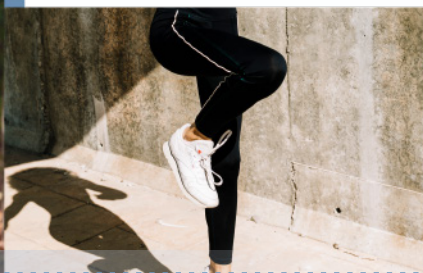
体验各种各样的事后再去看我的一生觉得真值了，希望我是一个丰盈的自我，这才是真正满的一个人。

北京，运动潮女，极限运动狂人，自媒体创作者\*

\*资料来源: 2024国际铂金协会(PGI®) x 益普索《关键人群生活方式及趋势洞察研究》 本页图片来源于网络



运动不仅缓解压力，减少精神内耗，还让人们在充满不确定性的当下找到可掌控的力量。铂金内核稳定，在专注运动的时刻中，人们拥有了一种屏蔽外界干扰的力量专注于自我。铂金的高纯度不仅有效避免过敏，还能从容应对各种极端环境与外部压力，展现卓越的韧性，坚定陪伴运动中的每一份热爱。



参加越野比赛需要有强大韧性的，在路上会被岩石伤到，会被树枝伤到，还会摔倒。但就像铂金一样，无惧磨损，反而会变得更强。

北京，硬核运动爱好者，滑雪、越野跑、铁人三项参赛者\*

运动也是持续的自我突破。在一次次与自我的较量中，跌倒再爬起，所有的运动伤痕都是坚持不懈的勋章。铂金不言自明的稀有与坚韧，无论经历多少刮擦和碰撞，依然保持天然纯白光泽，不掉克重，无惧磨损。每一道细小的划痕都是自我突破的“在场证明”，为坚持喝彩，赢得韧性漂亮。



登山是运动之王，铂金是贵金属之王，他们俩是顶配。铂金无论怎样都有光泽，就像我即使经历困难挫折，也永远在热爱的事情上发光发热。

杭州，登山狂热爱者，旅游博主\*

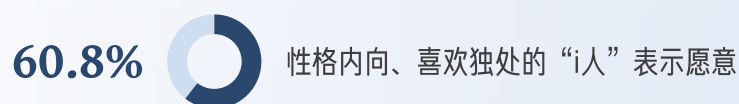
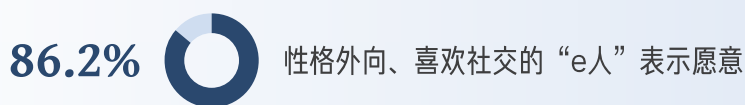
山峰戒指



\*资料来源：2024国际铂金协会(PGI®) x 益普索《关键人群生活方式及趋势洞察研究》 本页图片来源于网络

## II. 运动构筑新型社交场

在忙碌的工作之后，和朋友三五成群一起运动，从节假日到周末，寻求放松、愉快运动，这种“运动局”已成新时尚，“请人吃饭不如请人出汗”。



资料来源：京东消费及产业发展研究院《运动社交消费观察》

作为跨品类联盟的代表，国际铂金协会（PGI®）与 BROMPTON 在首届BWCC 2024的合作，将铂金的坚韧与耐用性与自行车赛事的激情与活力相结合，不仅展示了铂金的精美工艺和设计，布友们还通过一系列定制化体验，感受到了铂金在运动和日常生活中的韧性和美观



本页图片来源于国际铂金协会(PGI®)

### III. 运动成为更时尚的生活方式

运动与社交的深度融合、对精神价值的追求，进一步推动了运动市场的多元发展。

其中，网球文化的复兴尤为显著，以「Tenniscore」和「Courtcore」为代表的时尚潮流在郑钦文勇夺金牌、书写中国网球新历史后，再次席卷全球。以“健康=财富=幸福”为核心理念的品牌，凭借对健康生活方式的提倡，正掀起一轮全新的运动潮流，引领年轻人以活力和健康为基石，打造时尚新风尚。



友善一点，喝水，善待地球，照顾好自己，过着快乐的生活。

Emily Oberg, Sporty & Rich创始人

“大家穿着百褶裙和钻石手链去打网球，穿着 Loro Piana 毛衣去健身房，穿着运动鞋和铂金包上街。这些都是经典组合，具有协同作用。”

年轻且追求个性的女孩们，将运动元素与低调、质感和贵族气质的“old money aesthetic”完美融合，呈现出独特的优雅、自信与活力。

这不仅仅是外表上的时尚表达，更是一种生活态度的体现：通过精致简约的设计和优质材质，彰显内在力量和自我价值，为运动时尚注入了经典的永恒魅力。

铂金材质完美契合当下的运动生活方式，无论是健身房训练、晨间瑜伽还是职场通勤，铂金以其纯净质感成为百搭之选。作为真正的低过敏性贵金属，铂金让佩戴者无惧敏感，安心出席任何场合，自信展现独特魅力。

即便在日常频繁佩戴中，铂金依然能够保持其天然纯白光泽，始终如新且不掉克重。



本页图片来源于网络



# 三、艺术走进生活

今天的人们，或许比历史上任何时期都更需要艺术。作为一种跨越时间和空间的表达形式，艺术不仅反映了人类情感和思想的深度，还提供了一种理解和应对生活挑战的独特视角。

## 1. 艺术是时间的答案



艺术是人类共同的语言，它跨越了文化和时代的界限，是历史的见证、技艺的传承以及情感的积累。在全球化和社交媒体的影响下，人们面临着前所未有的压力和焦虑，而艺术作品则提供了一种表达和理解这些复杂情感的途径，帮助我们认识到自己并不孤单。

当代艺术家蔡国强的作品“WE ARE”通过壮观的烟花展示，体现了全球化时代下人类共同体的紧密联系。以烟花的瞬间绚烂与时间的永恒形成对比，不仅具有强烈的时代性，还深刻反映了人类在面对瞬息万变世界时的脆弱与坚韧，以及我们共同寻求归属感和连接的渴望。

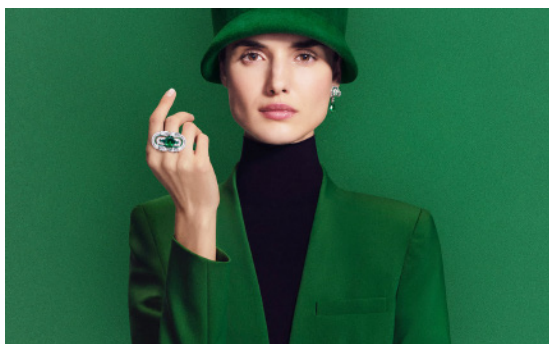
首饰如同艺术，能够作为一个载体去呈现时间凝固的美，并在历史的沉淀中代代传承。铂金在“美好时代”被视为极具价值的金属，赋予设计师们实现复杂装饰性作品的可能性。由于其固有的强度，铂金在保持细腻精致的设计方面具有天然优势，使其历经百年依然是打造耐用现代珠宝的理想之选，让美的表达经得起时间的考验，也让感情的纪念恒久珍贵。

1937年宝诗龙铂金钻石海蓝宝石双夹胸针被纳入英国皇室收藏。1944年，作为18岁生日礼物被赠予伊丽莎白公主。可拆卸，可组合佩戴，是女王最常佩戴的珠宝之一，成为其终生珍藏。



本页图片来源于网络

潮流常变常新，但时装秀台上对经典元素的坚定选择和重新演绎，也为珠宝注入了新的灵感。铂金以其高光泽表面、流畅的线条和耐用结构，为这些作品带来诗意与和谐感，成为实现这一创新的完美金属。



2023年，宝诗龙 Like a Queen 系列铂金戒指，全新高级珠宝系列重新演绎经典 Art Deco 装饰艺术设计



香奈儿2022年高级珠宝“1932系列”，五尾彗星项链，再次使用铂金+钻石的经典组合，重现1932年的本质精神



## II. 艺术是个性的表达

艺术不仅是美的创造，更是创作者个性的直接表达。观众基于自身的思维、潜意识与过往经历，可以多视角去解读艺术。而这种多元化的精神互动，正切中渴望走出阴霾的内心。

首饰的美和象征意义，与艺术的个性化表达有着天然的契合。铂金具备独特的强度，能够塑造出精美而持久的线条，精确表达图案与结构，同时自信地承托起宝石的光辉。它还是少数可以真实还原自然世界复杂性的金属，源自天然矿石，承载着大地资源的力量，蕴含着大自然赋予的纯粹与美感。无论是极致扭曲的线条，抑或繁复的镂空结构，都能最大程度地凸显首饰设计，凸显佩戴者的品味。



我运用铂金去定制我的戒指是专属于自己个性的品位，……铂金可以跟红宝，蓝宝相结合去设计一些更加高阶有品位的有造型的东西，它有传承性。

上海，全职太太，5岁孩子的妈妈\*

\*资料来源：2024国际铂金协会(PGI®) x 益普索《关键人群生活方式及趋势洞察研究》 本页图片来源于网络

## 四、可持续共赋新生

在这个追求生活品质与心灵共鸣的时代，消费者不再满足于商品价值，他们更渴望那些能够触动内心、反映自身价值观与生活态度的品牌。可持续重塑品牌价值观，让品牌与消费者建立新的情感链接。

### I. 与自然重建关联

不断变化的环境迫使我们重新审视人与自然的关系，人们低下头，将视线回归脚下的乐土，真实感受大地脉搏，与自然重建关联。那些曾经被忽视的自然元素和现象，如今成为了我们缓解压力、治愈心灵的重要源泉。

铂金以纯净之美向大地致敬。这一珍稀原材料不仅体现了自然的馈赠，更让铂金首饰带有与地球深刻的联结。



当这种材质你每天戴着的时候，你会觉得它存在在那里，你和这个首饰有情绪链接，也和自然有一定的链接。

上海，可持续发展博主\*

### II. 与在地文化的融合

在全球化背景下，品牌的可持续发展不仅体现在尊重环境与资源利用率，更在于创造出拥有长远价值、打动人心的产品和服务。品牌通过与在地文化深度融合，串联历史与当下，提升文化包容性和多样性，与消费者建立更为牢固的情感纽带。是本质而非表象，是融入而非破坏，这种基于文化认同的链接，不仅响应消费者对长期主义、绿色消费的需求，还能促进文化保护与历史传承，实现深层次的可持续发展。

\*资料来源：2024国际铂金协会(PGI®) x 益普索《关键人群生活方式及趋势洞察研究》 本页图片来源于网络





LOEWE JADE COLLECTION致力于展现中国玉雕的精湛工艺和色彩

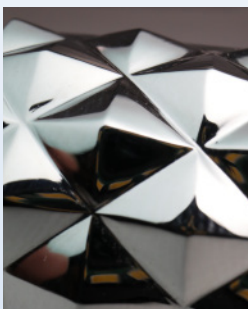
铂金项链灵感源自在地文化

铂金以其优秀的延展性，在美学设计上呈现出对本土文化符号的包容性，成为了跨越时空、连接文化的桥梁。无论是传统繁复的图案还是现代简约多变的线条，铂金都能完美承载并赋予其独特的韵味。

### III. 科技创新注入绿色动能

铂金以其稳定耐用的特性，不断探索与新技术的融合，以工艺创新和应用优化产业链和生产效率，为行业发展注入新动能。

金属3D打印技术的发展，尤其在铂金应用中的突破，大幅提升了首饰行业的生产效率。增材制造显著减少了现代生产过程中的浪费，尤其是在数控加工中的损耗。还通过优化铸造流程降低碳排放和工艺及劳动力成本，为珠宝行业带来绿色增益。作为绿色能源先锋，铂金适合用于激光熔化，质量比其他金属更高，表面品质更佳，是3D打印出来最好的金属之一。



铂金3D打印



铂金钻石耳饰



铂金电铸精品

此外，3D打印技术突破了传统制造的限制，实现了许多前所未有的设计可能性，例如移动功能组件、广泛的流动表面和互锁结构。对设计师和消费者而言，这项技术将“所念即所得”变为现实，完美满足高端定制化需求。

而新合金的应用，“铂金钻”、“黑钉电镀”、铂金电铸以及铂金与其他材料（包括珐琅、海蓝宝石、贝母、珍珠、黄金等材质）的混合产品设计，都迅速缩小了与黄金之间的创新差距，为市场提供多元化选择。

本页图片来源于网络

## IV. 负责任 致未来

人们不仅在日常生活中积极践行各种环保措施，减少对环境的影响，还积极投身于各类环保公益项目，以实际行动表达对环境的爱护与尊重。这种社会变化，也促使了品牌更加重视环保责任，将可持续发展理念融入品牌核心。

越来越多的人选择转向绿色环保的生活方式

欧洲、中东及亚洲地区

73% 受访者表达了希望转向更加绿色环保的生活方式的愿望

亚洲新兴经济体中

87% 受访者表达了希望转向更加绿色环保的生活方式的愿望

资料来源：阿里巴巴与Yonder Consulting联合发布的《2023年度全球可持续消费趋势报告》，共计14000多名受访者。



国际铂金协会（PGI®）携手海洋环保公益组织亿角鲸，举办了《深蓝有光》海洋环境艺术展。



通过海洋主题铂金首饰设计，铂金与海洋保护建立紧密联系。铂金成为传递环保信息的媒介，唤起公众对海洋环境保护的意识。铂金以天然韧性回馈海洋温柔呵护，守护蔚蓝生命律动，倡导可持续的绿色生活方式。

铂金不仅在首饰领域地位卓然，亦开拓思路，以其高纯度与稳定性积极纵向探索其在医疗、氢能、碳中和等领域的广泛应用。始于颜值，忠于才华，绿色铂金，负责任，致未来。

本页图片来源于国际铂金协会(PGI®)

# 总结与展望

---

作为穿越时光的贵金属，铂金以其独特的人文底蕴和深厚的情感价值，在市场周期的起伏间始终紧扣市场趋势与消费者需求。如今，铂金首饰行业正迎来一个全新的起点，未来将是一条融合传统与现代、艺术与科技、情感与责任的道路。

循势生长，铂金行业聚焦各类潜力人群的市场需求，洞察消费者更为认同的情绪价值和ESG理念的联结点，让铂金杰出的延展性和可塑性在创新技术的加持下，借助先锋珠宝设计师们的创作灵感，不断推出更多潮流设计，不致敏、不褪色、无惧磨损的铂金首饰，完美融入运动、艺术、可持续生活方式领域；与此同时，进一步拓展“婚嫁”概念，将“婚”与“恋”紧密相连，延展亲密关系的外延，以纯净铂金的恒久特质和磨而不损的韧性，回应每一份感情背后的用心经营，见证并陪伴每一个动人心弦的瞬间。借助时下热点，从种草到试戴，铂金行业邀请各路先锋品牌，突破传统首饰边界，打造创新体验场景，让铂金首饰吸引到的每一次驻足都成为潜在订单，激发行业活力。

铂金向前，围绕“让铂金成为优选的珠宝差异赋能者”这一战略目标，国际铂金协会(PGI®)将以“负责任”的态度，拥抱变革，以开放、包容心态促进跨界融合及协同发展，共同构建铂金首饰行业的韧性未来。



## 关于国际铂金协会(PGI®)

国际铂金协会(PGI®)成立于1975年，致力在全球范围内推广铂金首饰，同时也为各个阶层的人群包括制造商、设计师、零售商和消费者等提供技术、销售及咨询服务。在中国，国际铂金协会(PGI®)致力培养和引导中国消费者对铂金首饰的喜爱，为推广中国市场的铂金首饰提供了全方位的支持，并已取得巨大的成绩。2000年始，中国已经一跃成为全球铂金首饰消费的最大市场。国际铂金协会(PGI®)是责任珠宝业委员会(Responsible Jewellery Council, RJC)的成员，在委员会中代表铂金行业。责任珠宝业委员会是全球领先的钟表和珠宝行业标准制定机构，引领遍布全球的成员共同打造可持续的供应链。

## 联系我们

国际铂金协会(PGI®)



