

GEMFIELDS

Gemfields 发布中国中产阶级红宝石消费趋势调研报告



Gemfields 最新消费趋势报告《红宝石——跃出藏家宝箱，进入中产新生活》

【2024年1月9日，上海】一直以来，中国市场在推动全球有色宝石行业发展上起到至关重要的作用。近几年，中国有色宝石的市场热度持续高涨，并正加速呈现出新的消费趋势与审美偏好。近日全球领先的有色宝石开采商和推广商 Gemfields 正式发布了最新的《红宝石——跃出藏家宝箱，进入中产新生活》（*Ruby - Breaking Out Of Collectors' Cabinets, Becoming Part Of China's Middle Class Lifestyle*）报告。这是 Gemfields 第二次聚焦中国市场推出的有色宝石报告。基于 2020 年 Gemfields 发布第一份报告时得到的洞察，此次报告内容聚焦于红宝石，并深入对话中国中产阶级消费人群，探究了后疫情时代对消费者购买习惯、态度与消费动机产生的影响。

GEMFIELDS



Gemfields 市场营销与传播总监 Emily Dungey 女士与《红宝石——跃出藏家宝箱，进入中产新生活》

Gemfields 首席执行官 Sean Gilbertson 表示：“尽管世界曾被短暂地按下‘暂停’键，但现在我们已经可以展望未来：研究发现中国市场对红宝石的渴求远未被满足——在充满不确定性的后疫情时期里，这一洞察无疑让我们十分激动，对未来充满信心。我们希望通过这份报告，挖掘更多的中国消费潜力，展现一个充满活力和能量的中国有色宝石消费市场。”

《红宝石——跃出藏家宝箱，进入中产新生活》覆盖了消费群体对红宝石的兴趣和认识度、购买驱动因素、风格偏好与佩戴场景、送礼等话题。通过定性和定量相结合的研究方式做了全面分析，皆在为新款红宝石产品的推出提供决策支持，并拓展市场潜力。

报告的关键要点总结如下：

中国已步入红宝石“三高”时代

在所有有色宝石中，受访的中国消费者对红宝石有明显偏好，在认知度（68%）、渴求度（61%）和购买率（55%）三方面均以绝对优势稳居有色宝石中的第一名。在认知度方面，红宝石的知名度超过第二名的蓝宝石将近 2 倍，而渴求度和购买率方面，远超第二名的翡翠接近 3 倍。研究表明，红宝石已成为一种备受追捧且在中国具有巨大市场潜力的有色宝石。

中式美学下的文化符号

中国消费者对红宝石有一份特殊的偏爱，这与红宝石的美学象征意义和中国文化之间的联系难以分割。当被问及“红宝石对你而言意味着什么”时，最受欢迎的回答是财富和繁荣（31%）、个人品味（29%）的象征，紧随其后的是，受访者认为红宝石“非常中国”（28%），他们视红宝石为中国传统文化的象征和“新中式”美学的体现，适合融入日常新中式的着装搭配中。

走出收藏柜的红宝石 佩戴场景不设限

只有在特殊场合才佩戴红宝石饰品的时代已经一去不复返了。随着文化自信的增强和国潮审美的回归，消费者对中国风的穿搭风格也表现出了浓厚的兴趣。当被问及“请告诉我们您觉得哪些着装风格适配红宝石”时，中国消费者做出的选择为优雅/经典风（38%），中国传统风（37%），新中式风（30%）。此外，大部分受访者表示红宝石首饰不仅可以作为旗袍、礼服、商务套装上的点缀，增添优雅风范，项链和戒指等精致小巧的饰品也能为服装造型、以及穿戴场景提供多种可能性。

红宝石的创新应用潜力大 市场接受度表现乐观

《红宝石——跃出藏家宝箱，进入中产新生活》中表明，与普通珠宝购买者相比，红宝石消费者对个性化和定制的兴趣很高，他们更加注重质量和个性化设计。同时，在追求精致生活方式的驱使下，中国消费者对红宝石产品的创新应用持高度开放的态度，这些创新的产品组合不仅适合自己收藏，也十分富有送礼价值。大部分受访者表示，红宝石最好镶嵌在具有收藏价值或能体验高品质生活方式的耐用物品上，例如包包吊坠或是香水瓶等。据调查，最受欢迎的红宝石创新组合产品，分别是智能手表（35%）、手表（33%）、箱包配饰（23%）、香水瓶（22%）和手袋（20%）。

三大红宝石潜力人群画像：新社交达人、美学鉴赏家、国风雅士

通过此次调研分析，报告还总结了三类红宝石潜力消费人群的画像，他们分别是极富创造力、自信且善于交际的新社交达人，他们多是男性企业家、公司高管，红宝石将是他们彰显社会身份地位的象征；爱好广泛，享受高雅、有品位的生活方式的美学鉴赏家，她们大多是一线城市的年轻女性，红宝石是她们在不同场合下展示个人品味的配饰；以及国风雅士，他们大多住在北京和成都等历史悠久的城市，他们欣赏红宝石的收藏价值，以及红宝石与传统中国风格融合的多种可能性。

GEMFIELDS

更充分的市场教育 或将成为驱动红宝石消费的关键

目前，中国消费者对红宝石知识的获取来源，主要依靠品牌自媒体以及社交媒体的信息，而专业权威的红宝石市场教育仍有很大的提升空间。虽然大多数消费者对红宝石有很强烈的兴趣，但由于相对缺乏专业的红宝石知识指导，中国中产阶级消费者在选购宝石时，会采取更加严谨的态度。在 2023 年，影响消费者购买红宝石的关键因素包括宝石价格、收藏价值以及原产地。



圆桌会谈

从左到右依次为 Gusto Collective 产品与创新总监顾佳荻女士、GUILD 宝石实验室总裁刘丽红女士、Gemfields 市场营销与传播总监 Emily Dungey 女士、资深媒体主编暨宝石学家李鹏博先生

在发布会现场，Gusto Collective 产品与创新总监顾佳荻女士做了关于报告内容的精彩分享，并主持了圆桌会谈，同时邀请到三位重量级嘉宾——Gemfields 市场营销与传播总监 Emily Dungey 女士、GUILD 宝石实验室总裁刘丽红女士和资深媒体主编暨宝石学家李鹏博先生对红宝石消费驱动行业发展进行了交流讨论。Emily Dungey 表示：“红宝石被认为象征着保护、繁荣和激情。通过这次市场研究，我们明显感受到中国消费者对红宝石充满了热情。与 Gemfields 在 2020 年发布的首份中国有色宝石市场的调研报告《可持续性：中国有色宝石的未来》一样，从此份报告中获得的见解将为 Gemfields 未来的营销策略提供指引。Gemfields 将会给消费者们带来更多有关有色宝石的知识

GEMFIELDS

教育，与中国消费者分享我们对于红宝石的深刻理解；同时我们将与具有共同理念的中国本地珠宝品牌合作，推出优雅并适合日常搭配的红宝石珠宝，为消费者提供多样化的选择并让人们能够在日常生活中佩戴这颗美丽的红宝石。我们也鼓励更多的珠宝品牌探索红宝石产品。在中国，红宝石市场似乎有着巨大的增长潜力，我们期待着探索这个机遇。”



Gemfields 市场营销与传播总监 Emily Dungey 女士

此次报告的发布，除了线下发布会以外，Gemfields 还通过线上直播的形式与中国消费者第一时间分享了报告内容。

如欲下载完整报告，请访问：www.gemfields.com/cn/gemstones/research-and-reports/

GEMFIELDS



扫码关注 Gemfields 官方微博账号



扫码关注 Gemfields 官方微信账号



扫码关注 Gemfields 官方微信视频号

-完-

关于Gemfields

Gemfields 集团是全球领先的有色宝石开采商和推广商，以符合道德责任的方式为世界提供来源可靠的有色宝石。集团在赞比亚运营卡棋穆祖母绿矿，并持有该矿 75% 的股份（被认为是全球单矿产量最大的祖母绿矿）；在莫桑比克运营蒙特普埃兹红宝石矿（被认为是全球新发现的最重要红宝石矿藏之一）。Gemfields 坚信，宝石采矿业应秉持透明、合法和正直三大治理原则，进行以符合道德责任的方式开采。

Gemfields 集团为其在莫桑比克的红宝石矿搭建了先进的有色宝石筛选室，配备有高精尖的设备（如光学分拣机）。Gemfields 还自创了一套专属的有色宝石分级体系，并率先推出有色宝石拍卖平台。Gemfields 也在市场上积极推广有色宝石，为非洲有色宝石的崛起做出了重大贡献。在 Gemfields 取得的这些成绩背后，是它坚信有色宝石行业应当为宝石的原产国和当地社区带来积极的改变与回报。

对于 Gemfields 而言，以符合道德责任的方式开采意味着在所有运营活动中贯彻引领行业的政策和实践，在拍卖销售过程中保持透明，积极参与工作小组以推进行业现代化，立项落实各项宝石矿区帮扶计划，提高当地卫生健康和教育水平，改善居民生计等；同时提倡保护非洲宝贵的野生动物群与生物多样性，倡导宝石与生态环境平衡共存（#conservationgemstones）。

Gemfields 基金会是集团旗下独立运营的慈善组织。爱心人士可通过基金会直接资助各项非洲社区帮扶项目以及自然生态和野生动物保护计划，助力 Gemfields 在当地的公益事业，让更多人从中受益。

GEMFIELDS

Gemfields 集团旗下的经典品牌 Fabergé 费伯奇拥有非凡的历史传承，是珠宝界的标志性品牌。Fabergé 费伯奇珠宝的唯美设计与大师工艺有助于让更多的消费者认识到以符合道德责任的方式开采宝石的重要性。

作为全球重要的红宝石及祖母绿原石供应商，Gemfields 主动发起了有色宝石的推广活动，经常与知名珠宝品牌及其他创意伙伴携手，扩大市场对有色宝石的需求。这些组合往往让人眼前一亮，不仅铸造了无数独具一格的惊艳作品，还让更多消费者了解和爱上有色宝石，提高它们的知名度，给非洲的宝石原产地带来更多收益。

媒体垂询，请联系：

Gusto Collective

Bolong Zheng

E: bolong.zheng@thisisgusto.com

T: +86 136 1503 8305