

水貝城向「新」向「智」升級 飾物藏乾坤可測心率血氧 黃金擁抱科技 「戴」出時尚健康



▲作為珠寶鑲嵌領域的領軍企業，星光達擁有大量高精尖的數控機床。圖為星光達生產線。

▲TTFAI大模型生成的第一款高級定製珠寶《翼合天成》胸針，最終成交價達4.8萬美元。

▲設計師可用AI大模型更快地進行創意設計。圖為在不久前的深圳國際珠寶展上，TTFAI舉行的AI商業黃金珠寶首飾設計作品大展。

深圳黃金故事③

距離羅湖口岸約6公里的深圳水貝片區，是全國最大、發展水平最高、產業鏈最完善的黃金珠寶集聚區。隨着人工智能技術發展，水貝的黃金珠寶行業也開啟了擁抱新技術的浪潮。從「智慧鑲嵌」到「智慧店」，從「智能設計」到「智能穿戴」，

不斷向「新」向「智」升級。西普尼推出貴金屬智能戒指，可實現「無感佩戴」下的心率、血氧、睡眠精準監測，兼具時尚與科技魅力。

羅湖區副區長時冬昕此前在深圳市舉行的推動傳統產業向「新」向「智」專題發布會上指出，將

聯合華為建設黃金珠寶產業數智化賦能中心，推動AI大模型與珠寶產業結合，聚焦「AI+設計研發」「AI+智能製造」「AI+供應鏈」「AI+智慧零售」等領域開展應用賦能，打造「AI+黃金珠寶」生態圈。

大公報記者 李望賢

富有設計感的3D立體浮雕工藝戒指，卻內藏乾坤——芯片模組、傳感器與微型電池被巧妙融入貴金屬之中，實現「無感佩戴」下的心率、血氧、睡眠精準監測，兼具時尚與科技魅力。這是西普尼推出的行業首款擁有自主知識產權的貴金屬智能戒指，也是水貝企業擁抱智能技術的寫照。

時尚科技結合 年淨利潤超9000萬元

被譽為「中國金錶第一家」的西普尼，捕捉到智能穿戴設備市場的巨大潛力以黃金為媒介，將貴金屬的質感與智能科技的便捷巧妙結合，推出多款集時尚、智能於一體的貴金屬穿戴產品，既有傳統黃金手錶的精緻工藝，又兼具健康監測、信息提醒、支付功能等功能，讓佩戴者體驗到智能科技帶來的便捷與樂趣。

其中，針對純金產品的特性，西普尼不斷通過優化黃金克重與設計，成功實現了黃金在殼體超過95%的覆蓋率，成為行業首創之「巔峰」技術突破。西普尼還通過解決黃金在製表工藝中的硬

化問題以及精密的機械加工、精細的手工打磨以及獨特的鑲嵌技術等手段，令純金黃金腕錶呈現出極高的工藝水平和藝術價值。此外，西普尼還推出華為智能機芯產品家族，包括一錶雙戴智能金錶、貴金屬智能腕錶等產品，搭載了HUAWEI TruSeen™ 5.0+心率監測技術，能夠實時監測心率、血氧、睡眠等健康數據，並提供房顫、睡眠呼吸暫停等風險預警功能。

這樣的時尚與科技結合也得到了市場的認可，2025年9月30日，西普尼正式登陸港交所，根據12月24日西普尼發布的公告，其1-11月淨利潤超過9000萬元（人民幣，下同），大幅增長83.67%。董事會主席李永忠在公告中披露，增長兩大動力正是手錶業務毛利率明顯改善以及飾品銷售收入的穩步提升。

精美的寶石鑲嵌在貴重金屬製成飾物，這個鑲嵌的過程需要十分精密的機器結合能工巧匠的手藝達成。作為珠寶

鑲嵌領域的領軍企業，星光達擁有大量高精尖的數控機床，然而，這些「精密雙手」卻一度在信息孤島中運行。項目負責人介紹，原本設備狀態、工藝參數鎖在每台機器的數控系統裏，點檢需工

人逐台點觸摸屏、手抄記錄；設備稼動率、良品數依賴人工統計，數據滯後且易出錯。

互聯網模塊化智能生產 效率提升500%

星光達珠寶首飾實業有限公司多年持續在研發端投入，創新求變。這次，星光達在華為主導下攜手誠邁科技合作研發互聯網模塊化智能生產，「這套系統不只是連接設備，更是打通了我們從『製造』到『智造』的任督二脈。」項目負責人表示，以點檢效率為例，員工使用工業平板一鍵完成設備點檢，耗時

從原來平均每天1小時/人降至10分鐘/人，效率提升500%。數據採集實現自動化，由以往每日一次的手工記錄，變為每5分鐘自動入庫，數據準確率達到100%。

「例如刀的損耗，還有生產產品的型號、數量都能及時統計反饋。」他指出，此前公司有比較流暢的生產管理系統，但主要基於對產品的跟蹤，通過數字化改造，可以更加全面了解生產過程，把控制生產周期效率，該系統正逐步成為公司構建「數字工廠」的核心基礎設施，未來將支撐更高級別的數據分析、智能預警與工藝優化。



5D黃金：1克做出5克效果

超輕薄：
• 通過電鍍技術，將黃金厚度壓縮到傳統工藝的1/3，工費比普通黃金高20%-50%。

硬度高：
• 比3D硬金更耐磨，不易變形，適合做複雜造型，如鑲空、立體等。

5G黃金：高耐磨版3D硬金

亮鏡面：
• 表面拋光如鏡面，反射光線極強，戴出去「閃瞎眼」。

古法黃金：奢華「國風頂流」

啞光質感：
• 採用摺胎、鑿刻、花絲等傳統工藝，表面呈啞光質感，高級感拉滿。

厚重感強：
• 通常實心或厚壁中空，拿在手裏沉甸甸，有「傳家寶」儀式感。

珺瑯彩黃金：色彩斑斕的「藝術款」

顏值高：
• 紅、藍、綠、粉……顏色豐富，節日感強。

工藝複雜：
• 手工填釉，燒製多次，分「掐絲珺瑯」和「畫珺瑯」。大公報整理

時尚與傳統交織 解碼黃金工藝

西普尼推出的行業首款擁有自主知識產權的貴金屬智能戒指。



開闢線上直播 日均交易破2億元

線上淘金

當金價連連飆升，全國各地的主播紛紛湧入水貝珠寶市場，直播間成了新的「淘金場」。今年水貝電商直播季的成績單印證了傳統黃金珠寶產業帶的數字化轉型潛力，通過「源頭產地+直播」的模式，水貝直播基地日均GMV（商品交易總額）已達2億元以上，在2025年直播季活動中更是創下了8億元的銷售佳績。與此同時，水貝攜手淘寶、抖音、新浪多個頭部平台，於2025年黃金珠寶電商直播季期間策劃組織了招商培訓會、選品會等活動，引進培育100餘名主播人才就業，促成20餘家黃金珠寶生態



鏈企業落地水貝。

2023年離開外貿行業的巧玲從湖南老家來到深圳水貝直播帶貨黃金珠寶首飾。彼時，水貝的黃金珠寶生意仍以線下批發為主，像巧玲這樣的線上零售電商常常碰一鼻子灰。今年，巧玲擁有了一間屬於自己的珠寶展廳，來找她合作帶貨的水貝商家絡繹不絕。她的兩個抖音賬號已累計吸粉超120萬，連續4個月直播總銷售額超過1億元。用她的話說：「水貝是黃金珠寶的源頭，這裏有最完善的供應鏈。」在這裏，她找到了屬於自己的數字「富礦」。

此外，水貝萬山一樓廣場還啟動了「HELLO水貝共享直播間」，新星主播、達人主播輪流走進條件齊全的共享直播間進行可視化直播，讓更多消費者近距離感受直播魅力。

大公報記者李望賢

◀在羅湖「HELLO水貝共享直播間」，主播正在介紹產品。

深圳着力建設國際高端黃金珠寶基地

五個賦能

深圳市「20+8」產業集群建設中提到未來要重點發展現代時尚產業集群，着力建設國際高端黃金珠寶基地，致力成為全球時尚產業高地、國際新銳時尚之都。羅湖區副區長時冬昕此前在推動傳統產業向「新」向「智」專題發布會指出，羅湖將通過品牌、數智、平台、設計、文化「五個賦能」，系統推動羅湖黃金珠寶產業從「規模製造」向「價值創造」的躍升，進一步擦亮「中國寶都、深圳水貝」的金字招牌。羅湖還將積極推動黃金珠寶企業與品牌策劃機構對接，不斷提升企業品牌影響力。同時將統籌轄區優質產業空間，吸引國內外品牌珠寶企業設立全國總部、區域總部、電商總部。

此外，羅湖將建設一批產學研平台，推動黃金珠寶企業與中國地質大學等高校合作，共建產教融合實踐中心、創意工坊、研發設計中心等創新載體，

培養專業人才。並將建設羅湖區黃金珠寶行業出海綜合服務平台，匯聚專業服務機構，助力珠寶企業出海。圍繞設計賦能和文化賦能，羅湖將針對設計師、工藝美術大師等設計工藝人才專門制定發展支持措施，並推動故宮博物院的「故宮IP」、中央電視台的「國家寶藏」、「非遺裏的中國」等文創IP深度融入黃金珠寶的設計、研發與生產，打造「國潮」精品。

大公報記者李望賢



▲深圳水貝黃金市場火熱，吸引大量消費者。大公報記者李昌鴻攝

AI大模型設計珠寶 10分鐘提供10個方案

重塑行業

AI技術正在重塑黃金珠寶設計的行業效率。「不久前有客戶來訂製珠寶，設計師使用TTF AI創意大模型，10分鐘左右提供了約10個方案，讓客戶挑選出有意義的進行優化，再轉化為3D建模文件，現場打印出不同尺寸的版本給客戶確認，最終核算生產成本進行報價，整個過程大約僅需4個小時，客戶可以在現場直接溝通，這在過去可能需要數天。」

TTF AI珠寶設計模型總負責人王穎介紹。

目前TTF已對外發布了其自主研發的三大AI珠寶黃金專用大模型：TTF AI高級珠寶大模型、TTF AI創意大模型和TTF AI黃金專門大模型。TTF AI創辦人吳峰華表示，TTF AI大模型的推出，使得「人人都可以成為設計師」成為可能，只需輸入創意關鍵詞或草圖，AI就能在短時間內生成符合市場需求的高質

量設計方案。

AI技術的應用還將改變傳統珠寶企業的運營模式，大幅降低人力成本。吳峰華預測，未來的珠寶工坊可能僅需5-7人即可高效運作，而傳統珠寶工廠至少需要20-30人的定製團隊。此外，TTF AI大模型還帶來了「設計即生產、生產即銷售」的「即時定製」模式，允許客戶在線輸入需求，AI快速生成設計方案，並通過數字化製造技術直接生產，

大幅降低了庫存壓力和前期投入。這一模式尤其適合當前經濟環境下的小型創業者和新興品牌。

產品設計亮相香港國際珠寶展

王穎指，相關大模型主要基於深圳TTF高級珠寶品牌過往20年的品牌原創設計數字資產，「我們很注重涉及的版權保護，對於產品的設計比較高素質，當AI大模型技術興起，我們發現可以參與

訓練自己的大模型。」她認為，利用AI技術雖然大大加速設計進程，但並非替代設計師，而是成為設計師的超級工具，「因為好的產品還是需要美學和設計的專業技巧。」不久前，TTF AI還與知名的黃金珠寶製造商達成合作，王穎表示，在達成合作的20天左右該品牌便借助AI大模型推出系列產品設計，亮相香港國際珠寶展，當天就收到大客戶的訂單。

大公報記者李望賢