

大型展覽促進交易 國際視野洞察需求變化 港創新應變 鞏固珍珠貿易樞紐

經濟透視

過去五年，全球珍珠產業經歷了一場前所未有的「過山車」式行情。從2023年的價格全面飆升，到2025年的市場回調與分化，這場劇烈波動考驗着產業鏈上每一個參與者的韌性。在此背景下，本港不少業者認為，香港憑藉其深厚的行業積澱、靈活的市場機制和國際化的視野，完全有能力在新的階段中，繼續鞏固其作為全球重要的珍珠貿易及分銷樞紐地位。

大公報記者 李樂兒

「2023年是珍珠市場獨一無二的一年，但很難再回去了。」香港珍珠商會會長施浩然在接受《大公報》訪問時指出，疫情後內地電商直播的爆發式增長，瞬間點燃了市場需求。在供不應求局面下，各類珍珠價格持續顯著上漲。其中，大溪地黑珍珠上漲約50%，而高檔海水珍珠價格更是翻倍甚至漲2至3倍，這一漲勢也拉動了淡水珍珠價格普遍上漲50%至翻倍。

然而，這種由需求瞬間爆發驅動的繁榮並未持續。施浩然坦言，去年受全球經濟疲軟及關稅問題影響，市場需求顯著萎縮，現時市場趨於平穩，但供應商在2023年樂觀情緒下的急速增產，導致市場迅速從供不應求轉向過度飽和，加上內地市場消費力較2023年有所減弱，價格隨之急劇下跌，不少品類都進入有價無市的環境。

建立珍珠分級標準

在這場全球珍珠價值的重構中，香港的角色至關重要。施浩然指出，香港毗鄰的東南亞具有良好的增長潛力。以往大家認為菲律賓市場規模較小，但目前當地市場正呈現穩健的增長態勢。印尼也展示出巨大的潛力，其直播電商在珍珠產品銷售方面表現活躍。此外，越來越多男士佩戴珍珠首飾，這對香港珍珠業而言是個好兆頭。

另一方面，GIA美國寶石研究院表示，香港不僅僅是一個傳統意義上的「集散地」，更是一個集分銷、交易、價格發現和標準推廣於一體的國際樞紐。香港每年基本有三場大型珠寶展，包括3月的香港國際珠寶展。

連繫養殖場與商家

GIA指出，在香港國際珠寶展中，設有專門的珍珠展館，從入門級至高端收藏級產品一應俱全，同時它不僅是展示與交易的平台，更為整個珍珠產業提供「一站式」的



香港珍珠商會會長施浩然。

服務與教育體驗。

GIA長年參展，除了為業界提供珍珠鑒定報告之外，近年亦首次於展會上推出現場珍珠分級實習班，並設置沉浸式珍珠體驗專區，讓業界與公眾能更深入理解珍珠特性與GIA珍珠品質評估七要素。透過這些服務與教育活動，GIA希望能協助香港進一步鞏固其作為全球珍珠貿易樞紐的角色，同時提升公眾與買家的珍珠品質認知，使市場逐漸對珍珠分級建立更統一與國際化的標準。

永恒南洋珍珠董事龐茹庭則指出，公司在香港50年的批發零售經驗積累，不僅能掌握上游養殖場的產量計劃，還能精準洞察不同國家消費者的偏好，例如韓國客人偏愛銀色、美國客人鍾情白色、東南亞客人則青睞粉紅色。她認為，香港本地品牌就是連接全球養殖場與各國零售商的「資訊站」。

面對未來，香港珍珠市場無疑充滿挑戰。關稅問題、金價上漲以及地緣政治不穩，都為市場增添了不確定性。龐茹庭直言：「市場波動是一定會有的，但那些特別的、漂亮的、稀有的產品，相信會因無法複製而具備升值潛力。」因此，堅守品質、保持稀有性，是穿越週期的關鍵。

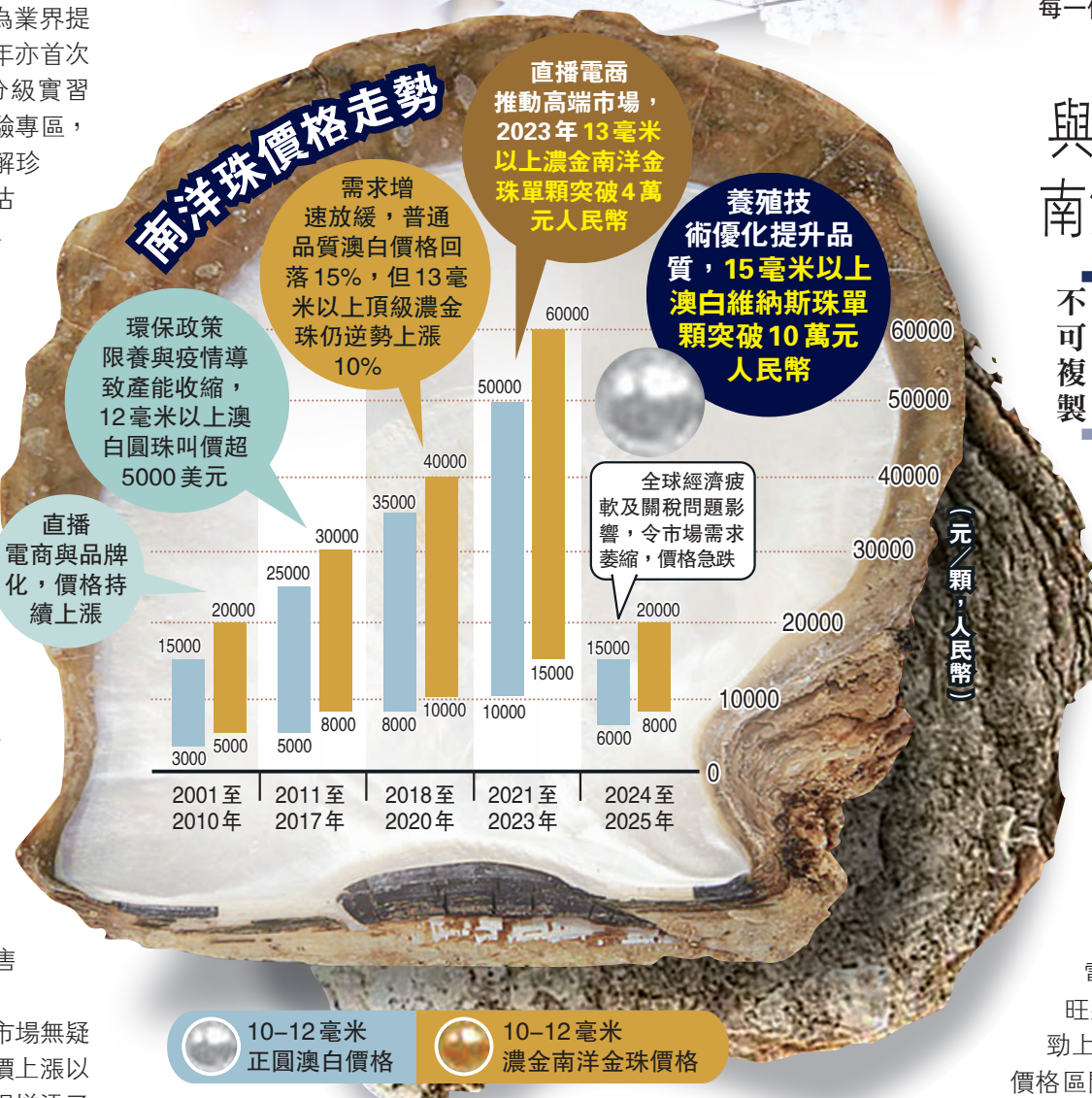
此外，香港業者憑藉其敏銳的市場嗅覺和成熟的設計能力，能夠快速適應這種個性化、時尚化的需求，例如龐茹庭提到公司亦提供多用途設計，以及為不同節日提供精準的產品搭配方案。



永恒南洋珍珠董事龐茹庭。



全球珍珠價格過去數年「過山車」式行情，考驗產業鏈上每一個參與者的韌性。



與大自然漫長博弈 南洋珠單顆值10萬

在高端珍珠領域，南洋珠素有「珍珠之王」的美譽。永恒南洋珍珠董事龐茹庭認為，天然鑽石與高檔珍珠的核心價值，根植於其不可複製的天然屬性。消費者購買一顆高品質南洋珠的心理，與購買鑽石在「保值」與「紀念」上是共通的，同時也兼具翡翠所承載的「文化」與「傳承」意涵。龐茹庭表示，「可以複製出來的東西，其價值是會受到影響的，但每一顆珍珠都是獨一無二的」。養殖南洋珠是一場與大自然博弈的漫長過程，通常從幼貝育苗到成貝，需耗時五年以上；成貝採收後，每隻貝植入一顆珠核，再培育二至三年，方能形成一顆美麗的南洋珠。她指出，全球變暖、颱風、海嘯等不可抗力因素，都可能讓養殖場的投入「丟錢進鹹水海」，血本無歸。

資料顯示，2021年至2023年，受直播電商渠道爆發、明星效應加持及高端消費需求旺盛等多重因素驅動，南洋珠市場經歷一輪強勁上漲。以南洋白珠為例，10至12毫米正圓珠價格區間從5000至2.5萬元擴大到1萬至5萬元，13毫米以上的維納斯級珍珠單顆售價亦突破10萬元大關。經歷了過去兩年市場的分化與調整，南洋白珠10至12毫米正圓珠價格趨於穩定，維持在6000至1.5萬元之間；13毫米以上的維納斯級珍珠價格雖較高點略有回落，仍顯著高於2023年之前的水平。

專業眼光加時間投入 才能串成項鍊

「要串成一條均勻優質的珍珠項鍊，除了需要好的原料，還需要專業的眼光以及心思、時間的投入。」龐茹庭指出，珍珠的價值不僅在於本身，更在於「情感寄託」。她說：「人是有情感的，女兒結婚，或者女兒把媽媽的東西拿出來翻新。多年後拿出來，還是很值得懷念的。」情感的連結，珍珠成為了家族記憶的載體。



緬甸的金珠展銷會現場，買家爭相洽購。

緬甸金珠價格降兩成 交易額不跌反升

提到緬甸珍寶，想必絕大多數人會脫口而出：翡翠。實際上，緬甸除了翡翠，還孕育金珍珠。早前香港國際珠寶展上，記者觀察到，來自緬甸的金珠展銷攤位前人流絡繹不絕，買家爭相洽購，中國內地的珠寶商反應最熱烈。買家透露，今年當地多個養殖場迎來豐收，供應量增加，價格出現明顯回調。

在展會現場，一家緬甸金珠專門店的攤位被買家團團圍住，工作人員忙於展示一批色澤濃郁、皮光細膩的金珠。一位來自廣東的珍珠零售商向記者表示，他已連續多年參與該展會採購珍珠，之後再經過加工成飾品賣出，今年明顯感受到緬甸金珠的價格更具競爭力。

養殖技術改良 產量提升

「同樣品質的金珠，今年的來貨價比去年低約兩成。當地養殖技術改良，加上氣候條件適宜，令產量提升，價格自然更親民。」他指著手上剛購入多袋的金珠說：「這種級別在過去價格高企，如今利潤空間更合理，我們也敢於多入貨。」

有緬甸展商指，雖然價格下跌，但買家採購意願高漲，整體交易額不跌反升。「很多客戶趁低吸納，尤其來自中國的訂單量增幅顯著。他們看準時機補充庫存，為接下來的零售旺季做準備。」

內地珍珠銷量 國產首超進口

回歸理性

全球淡水珍珠市場正經歷一場結構性變革。香港珍珠商會會長施浩然指出，目前市場出現明顯分化：2023年疫後需求攀升導致供不應求，當年價格被推至高位；如今市場回歸理性，小顆珍珠價格下跌超過一半，而正圓、大尺寸、強光澤的高品質有核淡水珍珠價格則保持堅挺。

珍珠企業借港加快出海

施浩然回顧，早年淡水珍珠為無核品種，能養出12至13毫米已屬罕見；隨着有核圓珠養殖技術成熟，目前淡水珍珠品質大幅提升，預計成為新趨勢。近年來自「中國珍珠之都」浙江諸暨山下湖鎮的多家珍珠企業多次組團來港參展，借助香港這一國際平台加快出海步伐。

美國寶石研究院（GIA）指出，近年提交至其寶石鑒定所的高品質中國淡水養殖珍珠數量明顯增加。市場出現越來越多高光澤、尺寸多樣、外觀近似日本Akoya的中國白色淡水有核養殖珍珠，色調整體更為飽和、尺寸較大。

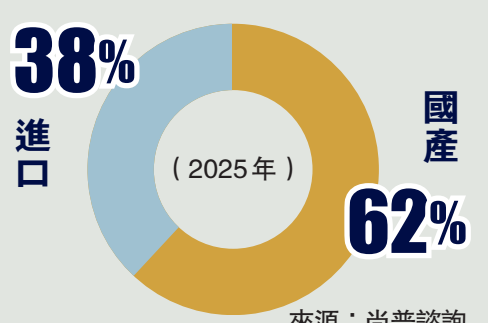
尚普諮詢集團最新發布的《2025年中



浙江諸暨珍珠企業多次組團來港參展，借助香港平台加快出海步伐。

國天然珍珠市場洞察報告》顯示，國產珍珠銷量佔62%首次反超進口。26至45歲女性成為消費主力，佔62%，她們不再盲目迷信「洋血統」，轉而更看重光澤、圓度與性價比。不過，儘管國產珍珠銷量佔比達62%，銷售額佔比僅43%，高端市場的溢價能力尚待突破。

中國天然珍珠銷量分布



從「貴氣長輩」到「時尚新寵」

百搭單品

曾經，珍珠被視為「媽媽輩」專屬飾品，優雅卻略顯老氣。如今，它悄然佔據了年輕女孩的飾盒，完成了從「貴氣長輩」到「時尚新寵」的身份逆襲。轉變的背後，是價值、價格包容性與內容電商的共同作用。首先是飾品價值的重塑。現時珍珠掛在嘴邊的是傑奎琳·肯尼迪的「珍珠永不出錯」。珍珠溫潤內斂，既上得官方場合，亦能搭配日常T恤，加上迪麗熱巴、趙露思等影視作品的演繹，以及韓國女團BLACKPINK成員之一的Jennie在2025MMA領獎台上也戴上，珍珠成功擺脫「媽媽輩」的刻板印象，成為兼具質感與時尚感的百搭單品。

「豐儉由人」價格包容性高

其次是「豐儉由人」的價格包容性。珍珠品類豐富、跨度極大，從幾十元的人造珠、貝珠，到數千元的淡水「愛迪生」珠，再到數萬元的大海「澳白」、「Akoya」，幾乎覆蓋所有消費層級。年輕人既能為高品質買單，也能用幾百元的小米珠、異形珠換取日常搭配的新鮮感。這種「輕巧的支點」，滿足了手頭未必寬裕的年輕群體對「真東西」的嚮往。再者是內容電商的催化。從「直播開蚌」解壓式圍觀，到直播間「點菜式」下單，珍珠消費被內容化、娛樂化。抖音數據顯示25至30歲年輕買家佔逾50%，熱度從線上延續至線下，諸暨、北戴河等產地成為網紅打卡地，消費與文旅形成閉環。