

# 从你的“饰”界 「金」过

——95后线上黄金首饰  
消费研究

**CBNDATA**

第一财经商业数据中心

TABLE  
OF  
**CONTENTS**  
目录

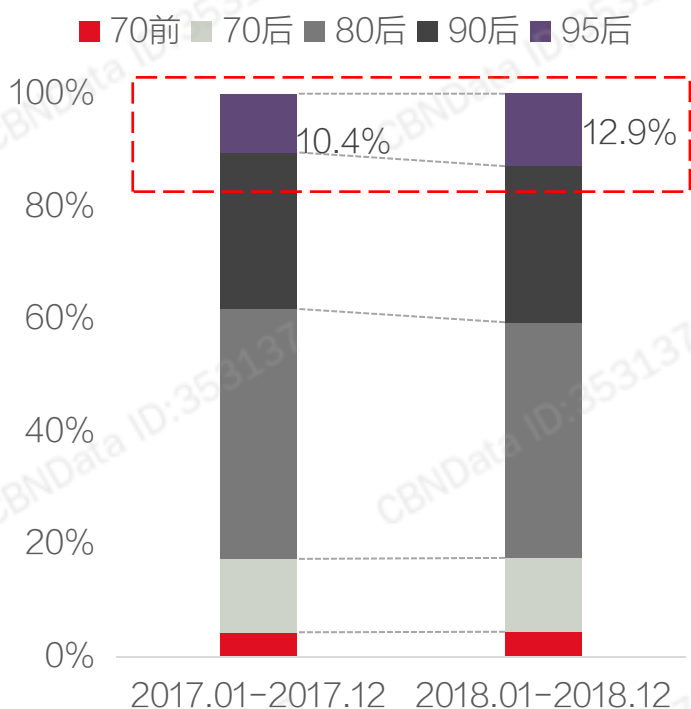
- Part1: 靠“金”一点，跃跃欲“饰”
- Part2: “饰”金一族，“男”能可贵
- Part3: 广东一带，金受爱“戴”
- Part4: “重”金在手，手气儿稳
- Part5: “饰”手男女，围腕公主 vs 指环王子
- Part6: 颈上“添”金，“坠”女“链”男

# 靠“金”一点，跃跃欲“饰”

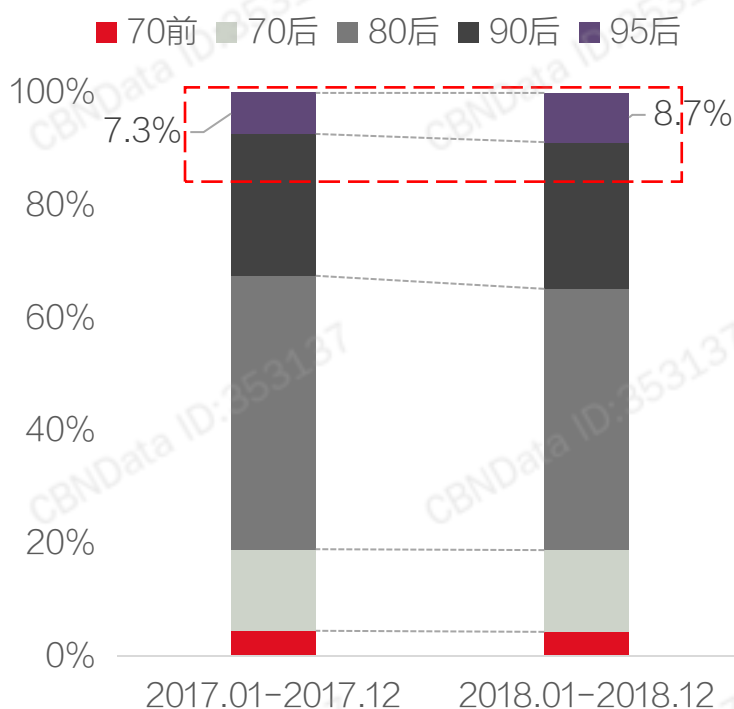
在游戏世界里氪金，跟着《鬼吹灯》的主角们摸金，在土酷潮流下“饰”金，在年轻人的世界里，黄金早已不是土俗的代表。

从近两年95后线上黄金首饰消费数据来看，95后的消费人数占比高于其消费占比可见，95后们对黄金饰品停留在爱意满满，却“金”力有限的“初体验”阶段。

2017.01-2018.12 黄金首饰  
分代际消费人数占比



2017.01-2018.12 黄金首饰  
分代际消费占比



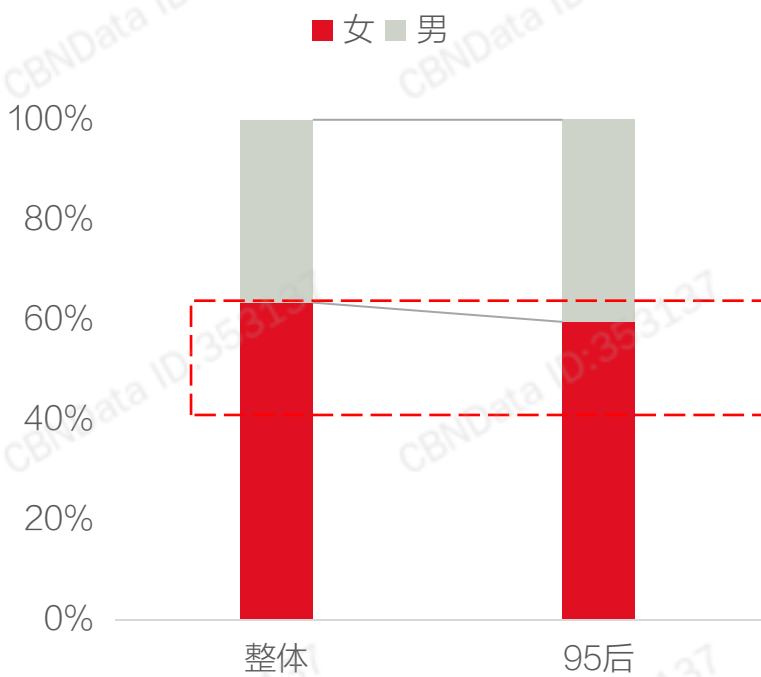
数据来源：CBNDATA大数据 - 2017年1月至2018年12月

# “饰”金一族，“男”能可贵

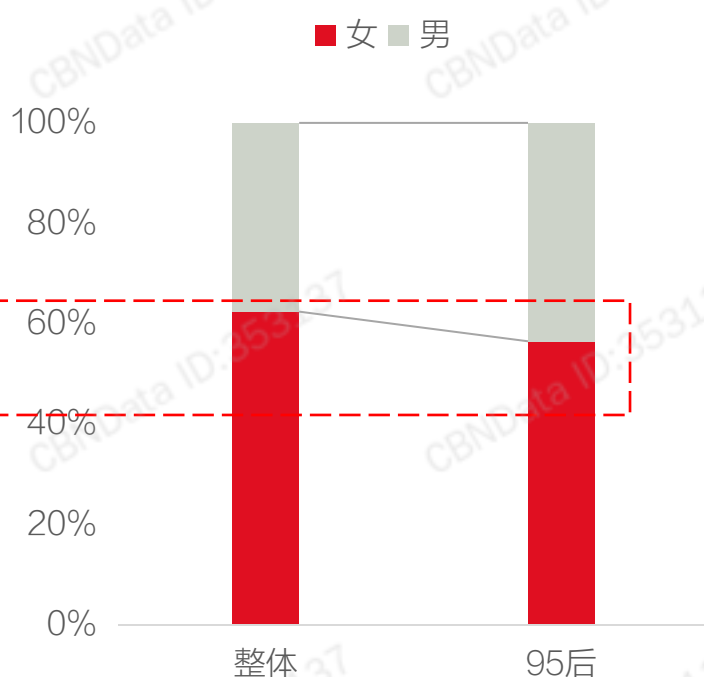
从韩剧欧巴手上的紧箍咒手镯，到潮男脖子上的大金链子，金“饰”男子渐成流行，而紧随潮流步伐的95后男子们，又岂会落伍。

从2018年95后分性别线上购买黄金首饰的人数及消费占比数据来看，95后男性整体均高于线上整体，95后boys对金饰的爱意，正领跑整体男同胞。

2018.01-2018.12 95后vs.黄金首饰  
整体分性别消费人数占比



2018.01-2018.12 95后vs.黄金首饰  
整体分性别消费占比



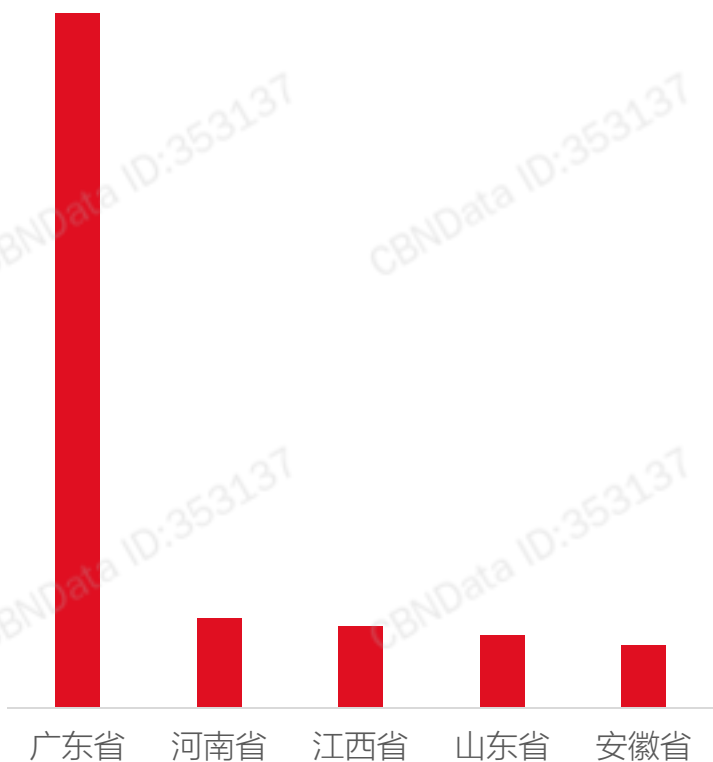
数据来源：CBNDATA大数据 - 2018年1月至2018年12月

# 广东一带，金受爱“戴”

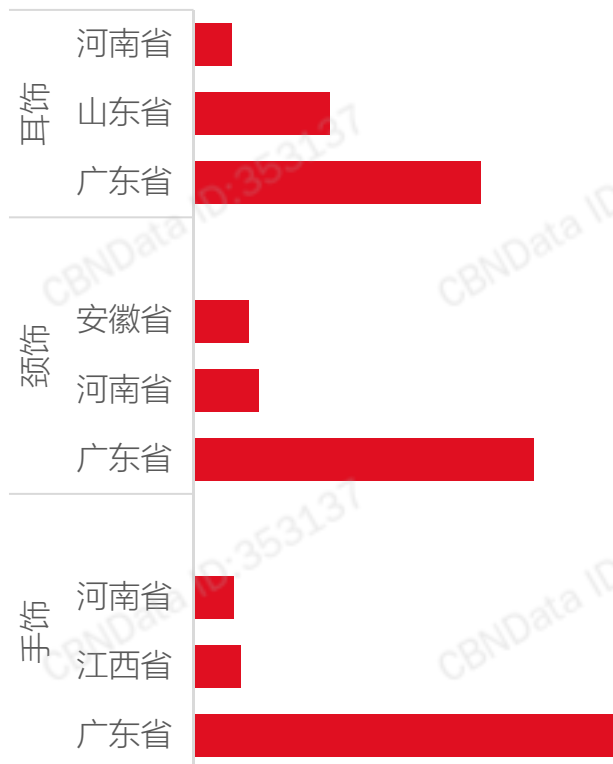
“黄金新娘”听过没？那可是广东一带的特色“风土人情”，而按地域来看95后的金饰消费中，这一“特色”依然显著。

从2018年线上偏好购买黄金首饰的95后所在省份来看，广东省95后的消费偏好度遥遥领先；按细分类目来看，他们对黄金手饰的爱意更浓。

2018.01-2018.12 95后黄金首饰偏好度Top5省份



2018.01-2018.12 95后黄金首饰细分类目偏好度Top3省份



数据来源：CBNDATA大数据 - 2018年1月至2018年12月

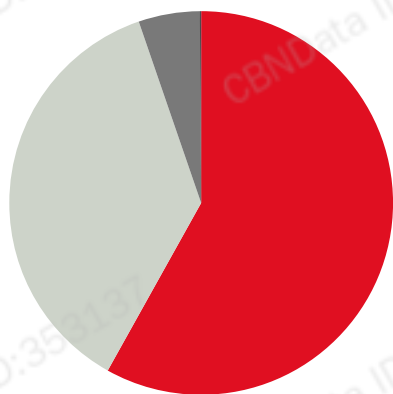
偏好度 = (95后黄金首饰各省份消费占比 - 整体代际各省份销售占比) \* 100, 大于0为偏好, 否则为不偏好

# “重”金在手，手气儿稳

对于日常转发锦鲤求转运，月月更新“水逆退散”符的“迷信”青年而言，手上岂能没有黄金“转运珠”护体！

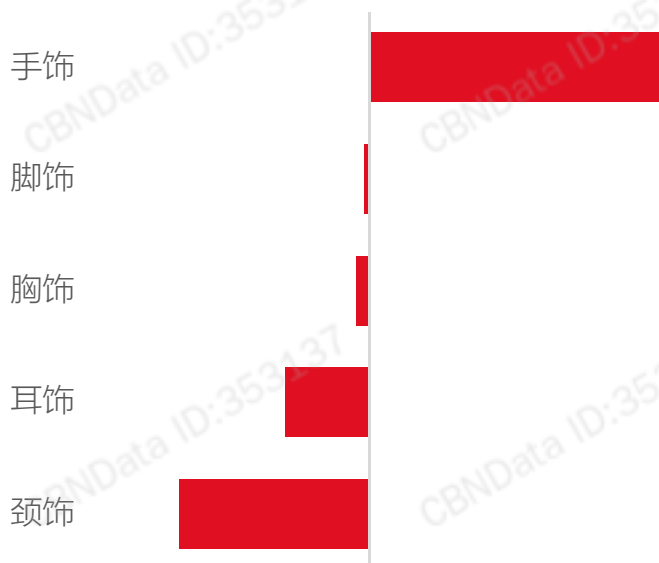
从2018年95后线上黄金首饰细分类目消费分布来看，黄金手饰占比过半，最为“吸金”；与此同时，黄金手饰也最是95后最舍得掷“金”的黄金饰品。

2018.01-2018.12 95后黄金首饰细分类目消费分布



■ 手饰 ■ 颈饰 ■ 耳饰 ■ 脚饰 ■ 胸饰

2018.01-2018.12 95后对黄金首饰细分类目消费偏好度



数据来源：CBNDATA大数据 - 2018年1月至2018年12月

大数据 · 全洞察

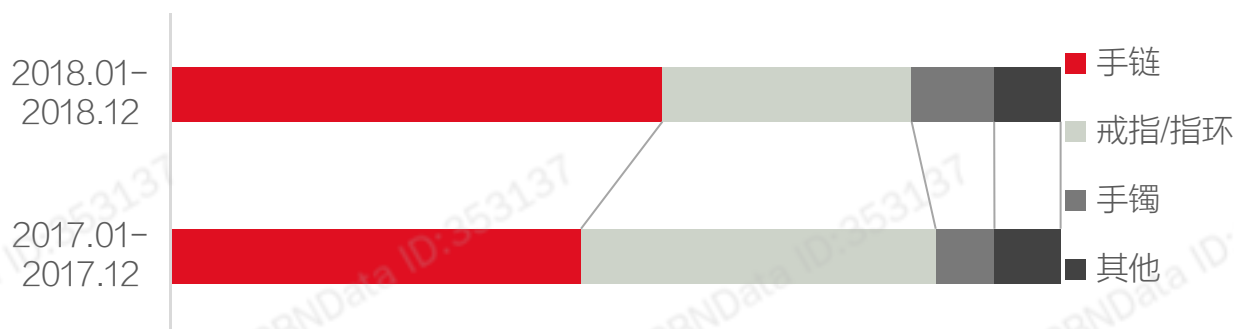
偏好度 = (95后各细分类目消费占比 - 整体代际各细分类目消费占比) \* 100，大

于0为偏好，否则为不偏好

# “饰”手男女： 围腕公主 vs 指环王子

虽说95后在黄金手饰上“掷”金最猛，但若细分看来，他们还是很挑款的。近两年来，95后在不同款式黄金手饰上的“金”力分布就有明显转移，曾经是戒指/指环和手链平分秋色，如今是手链独占半壁江山。其中，95后妹子对手链爱意绵绵，而95后男子对戒指/指环爱意强烈。

2017.01-2018.12 95后黄金手饰款式消费额分布



2018.01-2018.12 不同代际间不同性别对黄金手饰款式偏好度

偏好度	70前		70后		80后		90后		95后	
	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男
手链	-0.67	-1.91	-3.85	-1.94	-2.44	0.25	0.47	3.20	8.91	5.38
戒指/指环	-4.68	2.33	-3.84	2.35	-3.24	1.81	-0.74	3.38	2.62	11.51
手镯	5.63	1.35	6.66	0.32	4.55	-1.49	0.68	-6.01	-10.90	-15.13

数据来源：CBNDATA大数据 - 2017年1月至2018年12月

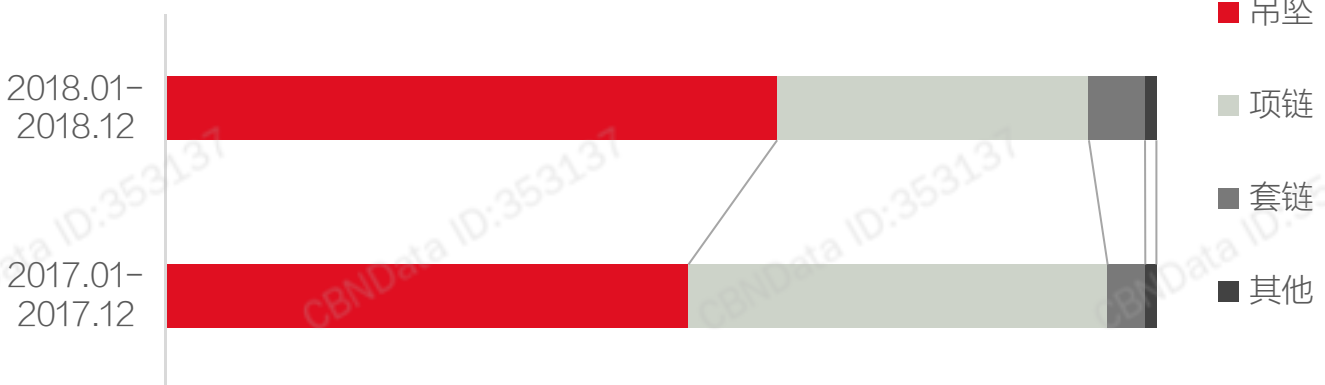
偏好度 = (各代际不同性别不同属性销售额占比 - 整体人群不同属性销售额占比)

\*100, 大于0为偏好, 否则为不偏好, 以上红色表示偏好, 蓝色表示不偏好

# 颈上“添”金 “坠”女“链”男

作为95后线上第二大黄金饰品“斥资”重地，颈饰消费上也有款式上的“金”力迁徙。在近两年间，吊坠在95后线上黄金颈饰中的消费占比增长显著，其中95后妹子较显偏爱；相比之下，95后汉子更为中意项链，大有“各买各，凑一对”的节奏；同时，套链也有进一步份额扩张，或与一小波95后“结婚潮”不无关系。

2017.01-2018.12 95后黄金颈饰款式消费额分布



2018.01-2018.12 不同代际间不同性别对黄金颈饰款式偏好度

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_17151](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_17151)

