

中国市场缅甸玉石融合式销售模式研究

刘崇江¹，谭勇²

(1. 西南林业大学理学院, 云南 昆明 650224, 2. 西南林业大学外国语学院(国际学院), 云南 昆明 650224)

摘要: 缅甸为全球核心玉石产区, 而中国是全球最大翡翠消费市场, 两国在毗邻地区由瑞丽国际口岸形成了玉石产销领域形成深度互补的产业格局。瑞丽作为中缅边境重要口岸, 是缅甸玉石进入国内市场的关键枢纽, 同时也是线下实体交易与线上直播销售融合发展的核心区域。本文以瑞丽玉石市场为核心, 结合玉石全产业链流转路径, 梳理缅甸玉石在中国市场的线上、线下销售现状, 剖析融合销售模式的运行逻辑、现存问题, 并总结发展方向, 为玉石行业产销升级提供参考。

关键词: 缅甸玉石; 瑞丽; 线上线下融合; 直播带货

引言

《礼记·聘义》提出“君子比德于玉焉, 温润而泽, 仁也”, 玉文化深深融入国人精神之中^[1]。目前翡翠已连续4年成为我国仅次于黄金的第二大珠宝消费品, 根据中国珠宝玉石首饰行业协会发布的《2024年中国翡翠产业发展白皮书》数据, 2023年翡翠市场规模达1157亿元, 占中国珠宝玉石首饰产业市场规模的14%, 市场根基稳固^[2]。相较于波动剧烈、投资门槛较高的黄金市场, 翡翠的保值与收藏价值愈发受到市场青睐。缅甸是全球核心玉石产地, 其翡翠原石产量曾达到年32000吨的峰值, 常年位居世界首位; 中国是全球规模最大的翡翠消费市场, 顶级翡翠在市场中展现出强劲的价值稳定性, 如苏富比2024年春拍中, 一枚清末翡翠扳指以预估价格三倍成交, 印证了顶级翡翠“硬通货”的属性。中缅两国在翡翠产销领域形成深度互补格局, 依托边境口岸实现“开采—交易—通关—加工—销售—消费”的完整产业链^[3]。

1. 玉石之王——翡翠

云南瑞丽是中国最大的翡翠跨境交易集散地, 中国翡翠市场每年毛料需求量的90%都出自瑞丽, 赢得了“玉出云南, 玉从瑞丽”的美誉, 据不完全统计, 瑞丽翡翠市场年交易额已超过数百亿元人民币, 吸引了来自东南亚、中东乃至欧美地区的国际买家前来交易。翡翠古称“玉石之王”, 是以硬玉为主的辉石类矿物集合体, 国标定义为由硬玉或硬玉及钠质/钠钙质辉石(钠铬辉石、绿辉石)组成, 含少量角闪石、长石等, 摩氏硬度6.5~7, 密度 $3.34\pm 0.09\text{g/cm}^3$, 折射率1.666~1.680^[4]。行业主要从种、色、质地、净度四大维度评判: 种(透明度), 由高到低为玻璃种、冰种、糯种、豆种、干青种; 色, 以纯正浓绿为佳, 常见名贵品类有帝王绿、正阳绿、紫罗兰等; 质地, 晶体颗粒越细腻, 品质越好; 净度: 棉絮、裂纹、杂色越少, 品级越高^[5]。

2. 缅甸玉石出口中国流程

缅甸翡翠原石的核心产区位于克钦邦著名的帕敢矿区, 该矿区主要分布于密支那周边区域, 开采作业主要采用露天开采与地下开采两种方式, 由当地持有矿权的矿主统筹人力物力开展初步挖掘与分选工作, 并完成原料的初步出货^[5]。

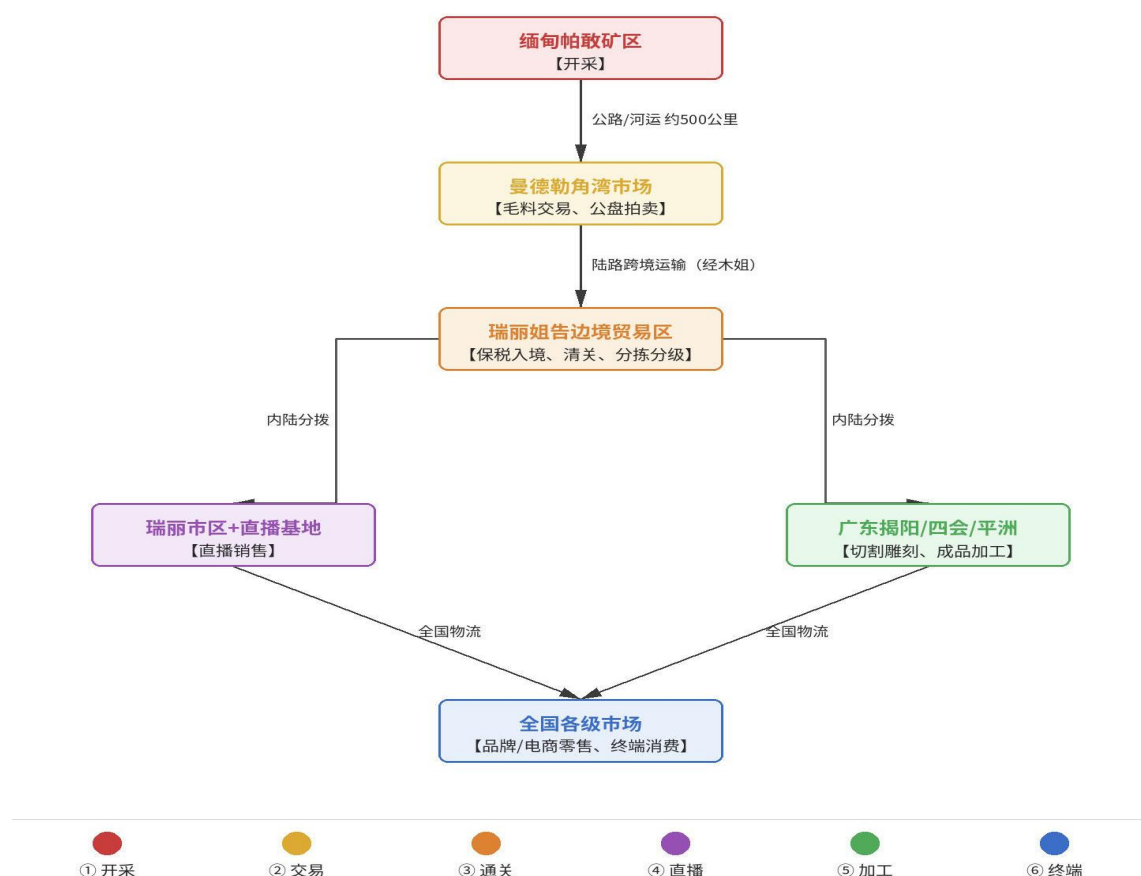
从矿区产出的翡翠毛料, 其后续流通已形成一套稳定且成熟的跨境供应链体系: 原石首先需通过公路运输或内河航运的方式, 被运送至距帕敢矿区约500公里外的缅甸第二大城市曼德勒, 也是缅甸翡翠原石的集散地之一, 翡翠毛料运抵此处后会通过市场交易流入中国及其他邻国市场, 其中中国需求量最大, 同时该地也是翡翠制品出口和加工贸易集散地, 且作为全球最大的翡翠一手货源市场的角湾市场及周边地区每天都进行着大规模的大宗原料交易、半成品的进一步流转, 另外还公开组织专业的玉石公盘拍卖活动, 每届公盘的翡翠玉石毛料占缅甸年总开采量的2/5左右, 其每天的珠宝成交量超过1千万元, 以此完成第一轮集中交易与价值发现^[6]。

作者简介: 刘崇江(2006—), 男, 本科在读, 研究方向为统计学;

谭勇(1981—), 男, 博士, 讲师, 研究方向为国际商务、区域国别研究、语言服务及ESP教学;

通讯作者: 谭勇, 邮箱: tyswfc@126.com

图1 缅甸玉石产业链流程图



本流程图按空间流转顺序呈现6个核心节点与6条主干路线，覆盖从缅甸帕敢矿区开采到国内终端消费的全过程。

在曼德勒完成初次交易后，缅甸玉石毛料会经由陆路通道，通过缅北边境城镇木姐，最终进入与之接壤的中国云南省瑞丽市姐告边境贸易区。姐告享有独特的“境内关外”特殊监管政策与区位优势，进口玉石可以便捷地完成保税仓储、海关申报与通关，以及基于品质与特征的精细化分拣分级等一系列关键流程，从而正式获准进入中国境内的玉石流通市场。

缅甸玉石完整的进口流程呈现出链条环节多、周期较长且跨境协作属性突出的特点。位于中缅边境的口岸，姐告是该流程的关键节点，不仅承担着原料合法入境监管的核心职能，更是进行玉石原料初步品质筛选与价值评估的核心环节。该环节的严格把控，为后续国内玉石产业——无论是线上电商平台还是线下实体市场的分销网络——提供了稳定、可靠且层次分明的货源基础，从根本上支撑着国内玉石市场的持续运转与发展。各个节点分工明确、合作高效：

（一）帕敢矿区——源头供给：位于缅甸克钦邦密支那周边，是缅甸翡翠原石最核心的产区。开采分为露天开采与地下开采两种形式，由当地矿主完成初步出货。该节点决定国内翡翠市场的原料供给量与品质基础。

（二）曼德勒角湾市场——原料集散中枢：位于曼德勒市，是缅甸规模最大的玉石毛料交易市场。矿区毛料经公路、河运集中至此处后，开展大宗交易、半成品流转及公盘拍卖，是缅甸境内原料流通的核心枢纽。

（三）瑞丽姐告边境贸易区——跨境通关节点：位于中缅边境，依托“境内关外”的特殊政策，玉石在此完成保税入境、海关清关、品质分拣分级，正式进入国内流通体系。边境口岸是把控原料入境、品质筛选的关键节点。

（四）瑞丽市区+直播基地——线上线下融合节点：瑞丽是缅甸玉石进入中国的第一集散中心。本地不仅承担原料中转功能，还形成集原石交易、成品零售、直播带货、仓储物流于一体的综合型玉石产业生态圈，是国内玉石线上线下融合发展的先行市场。

（五）广东揭阳/四会/平洲——加工切割基地

广东是国内最重要的翡翠加工集群，瑞丽入境的部分原料发往此处完成切割、雕刻、成品加工，再回流至全国市场。瑞丽与广东深度联动，构成“原料入境—加工—成品输出”的传统链路。

（六）全国各级市场——终端消费

覆盖品牌零售、电商销售、终端消费等多元渠道，是产业链最终环节。瑞丽直播基地与广东加工基地产出的成品经全国物流配送触达终端消费者，完成整条产业链闭环。

整个产业链呈现的特征有：

- （一）空间跨度大：覆盖缅甸矿区、中缅边境、中国加工集群与全国消费市场，跨境属性强。
- （二）节点分工明确：开采—交易—通关—销售—加工—消费六大节点各司其职，协同运转。
- （三）政策依赖度高：边境口岸政策、清关流程直接影响原料入境效率。
- （四）线上线下深度融合：瑞丽直播基地与广东加工基地并行运转，货源互通、客群互补。
- （五）物流体系成熟：公路+河运+陆运跨境+全国物流配送构成多层次运输网络。

下表逐级逐项列举各节点功能与路线特征。

表 1 缅玉出口中国六大流程市场区位功能

序号	市场名称	地理区位	功能	市场行为
①	帕敢矿区	缅甸克钦邦密支那周边	原料开采	露天/地下开采；矿主初步出货
②	曼德勒角湾市场	缅甸曼德勒（距矿区约500 公里里）	毛料交易	大宗交易、半成品流转、公盘拍卖
③	瑞丽姐告边境贸易区	中国云南瑞丽（中缅边境）	跨境通关	保税入境、海关 清关、品质分拣分级
④	瑞丽市区+直播基地	中国云南瑞丽	线上直播销售	原石开窗、毛料 讲解、成品售卖、定制雕刻
⑤	广东揭阳/四会/平洲	中国广东	切割加工	切割、雕刻、成品加工、批发供货
⑥	全国各级市场	全国	终端消费	品牌零售、电商销售、终端消费

3. “中国玉石城” 瑞丽玉石产业生态

瑞丽坐落于中缅边境，依托优越的地理位置、便捷的交通条件与特色政策红利，成为缅甸玉石进入国内的首要集散中心。姐告边境贸易区作为玉石入境的核心关口，汇集了海量原石、毛料及半成品。货物完成清关后，一部分留在本地流通销售，另一部分则发往广东揭阳、四会、平洲等知名翡翠加工基地，完成后续雕琢制作。

除成为缅甸玉石原料出口中国中转站，瑞丽已构建起涵盖原石交易、成品零售、直播销售、仓储物流的完整产业体系。云南瑞丽作为全国最大的翡翠原石集散地，缅甸年产的两万多吨翡翠毛料中，约有近万吨流入我国，其中通过瑞丽进入的就超过 60%，国内超六成翡翠原料经此流入市场。这里每年从境外进口约 6000 吨翡翠毛料，区域内分布着十五个专业珠宝市场与两处毛料公盘，经营主体规模庞大。姐告玉城、翡翠第一街、多宝之城等各大市场业态分明，分别主打批发、线下零售、体验式直播等模式。

市场客源辐射西南及全国范围，消费群体以游客和专业客商为主，产品品类齐全、价格层次丰富，高端翡翠凭借良好的保值能力备受收藏者青睐。当前当地线上线下业态深度融合，传统实体市场加速转型升级。在原料供应趋于稳定的同时，行业也存在中低端产品竞争激烈、假货乱象等问题，当地持续加大监管整治力度，推动产业朝着规范化方向稳步发展。

3.1 瑞丽本地线下市场销售概况

瑞丽线下市场以实体门店、专业交易市场、原石地摊、传统集市等作为其核心且多样化的经营载体，构建了一个完整而丰富的商业生态系统。其 9500 售的商品品类涵盖从原始翡翠原石、初加工半成品、精雕细琢的各类成品，到可直接佩戴的首饰配饰等，几乎覆盖翡翠产业链全品类。线下交易以现场看货的直观性、实物品鉴的真实性、买卖双方当面议价的灵活性为核心优势。其消费群体主要分为两大类：第一类是来自全国各地的外地进货客商，以批量采购原石与半成品为主，采购后发往全国各地进行二次加工与销售；第二类是终端直接消费者，亲临现场细致挑选完工的翡翠成品首饰或艺术摆件。线下市场的独特优势在于，交易过程高度依赖货品的真实触感与品相的直观查验，让买卖双方的交易建立在可见可感的信任基础之上。同时，该市场长期以来形成了坚实的行业信誉与广泛的人脉网络，交易活动往往依托于这些积累的口碑与关系，因此客户群体的稳定性非常强。此外，瑞丽的线下市场还与广东等地的规模化加工制造基地保持着深度的产业联动，能够根据终端市场的具体需求变

化,定向输送翡翠原料前往加工,同时将加工完成后的成品高效回流至销售端,从而成功塑造并巩固了“原料供应—集中加工—线下终端零售”这一完整且运行流畅的传统产业闭环。

瑞丽作为全国最大的翡翠原石集散地,[5]承担着全国约65%的翡翠原料进口业务。2025年,瑞丽珠宝翡翠总销售额突破150亿元,加工产值超过30亿元,充分彰显了其强劲的市场活力与深厚的产业实力。截至今年3月,全市拥有15个线下珠宝专业市场、2个玉石毛料公盘,珠宝玉石经营户突破3.8万户,其中企业4250户、个体工商户3.5万户。姐告玉城作为当地五大珠宝园区之一,等核心市场聚集了约2800户商户,其中缅甸籍商户1000余户,还有来自巴基斯坦、印度、孟加拉等国的商人在此从事珠宝行业,形成了多元化的市场主体结构。

核心市场主要包括:姐告玉城、翡翠第一街(团结巷)、样样好、多宝之城

瑞丽线下市场包含实体门店、专业交易市场、原石地摊和传统集市等载体,销售翡翠原石、半成品、雕刻成品及首饰配饰全品类。线下交易以现场看货、品鉴、议价为核心。消费群体涵盖外地进货客商与终端消费者,前者以批量采购为核心需求,后者主要进行现场零售消费,依托行业口碑与人脉积累形成了稳定的客群体系。瑞丽线下市场与广东揭阳、四会、平洲等加工基地深度联动,输送原料、回流成品,形成“原料—加工—线下零售”的传统闭环。

3.2 线上销售模式现状

当前,瑞丽在线上销售领域已构建起以直播带货为核心驱动力、传统电商店铺为重要支撑的运营体系,实现了与线下货源的高效协同与深度融合,形成了极具地域特色的线上立体化销售模式。线上所有商品均严格遵循源头直供原则,完全来自瑞丽边境第一手货源,无论是原石、半成品还是各类成品,都与线下实体市场的货品同源同质。部分直播间更具创新性,直接落地于线下实体档口内部,借助现场环境进行实时直播,从而真正实现了“一店双线”——即同一实体店同步服务线上与线下顾客的经营形态。在玉石直播的内容方面,其覆盖维度已十分全面,从原石开窗展示、毛料特性讲解,到成品详细销售、个性化定制雕刻等环节均有涉及;主播通过高清镜头多角度、近距离地呈现货品的真实色泽、细腻纹理与整体品相,并实时与在线观众互动交流、解答疑问、协商议价,有效提升了购买转化率与客户满意度。根据DATA100的数据,电商直播带来的购买转化率大多高于60%,在淘宝、京东等电商平台,直播的购买转化率更高;同时相比传统销售模式,直播带来的互动体验也能增加消费者的购买信任感和满足感。消费者通过线上下单后,所有商品均由瑞丽本地的专属仓库直接进行专业打包与质检,再经由高效物流网络迅速发往全国各地;而对于那些需求量较大的线上批发订单,则通过系统直接对接至当地的合作加工基地,由基地完成后续处理后安排发货,从而确保了供应链的快捷与稳定。

线上突破地域限制,覆盖全国消费群体,消弭线下到店的地理壁垒;同时线上引流亦能反哺线下实体门店,吸引外地游客及客商实地逛店采购,初步构建起“线上引流、线下体验,线下供货、线上销售”的双向融合格局。

不少年轻一代成为玉石行业弄潮儿,以线上带动线下,形成线上线下融合式销售。例如翡翠领域头部网红刘思懿凭借多个行业标杆案例,改写行业规则、打响个人品牌:护手霜戴手镯短视频爆红,播放量超3000万,单日涨粉20万;2019年切两吨原料制成5000余条手镯,一周售罄,打破行业纪录;2021年团队迁至广东平洲,出席当地直播嘉年华,“双十一”直播销售额破千万元;发掘乌鸡翡翠价值,打造大型玉雕摆件,重新定义品类价值;2025年入选云南新兴领域典型培育对象,全网粉丝超1500万;2026年手镯相关内容登上抖音热点。

4. 总结及讨论

4.1 缅甸玉石产业链已更新换代

第一,缅甸玉石入华形成开采—跨境交易—边境通关—加工/线上线下销售—终端消费的完整产业链,瑞丽作为边境枢纽,是衔接中缅玉石贸易、打通国内线上线下渠道的核心节点。

第二,瑞丽线下市场主打实物交易、批量批发与本地零售,优势在于货品可直观查验、交易信任度高;线上以直播为核心,优势是覆盖范围广、传播速度快、运营灵活。

第三,目前行业已初步实现线上线下融合:货源互通、客群互补、渠道联动,双线不再相互独立,而是依托同一货源体系协同运转。

4.2 现存问题

一是跨境供应链不稳定,受边境管控、物流、政策影响,货源供给存在波动:如缅甸曾关闭部分翡翠矿山、暂停公盘拍卖,而公盘拍卖是我国玉商从缅甸购买翡翠原料最重要的一个途径,这类政策变动直接影响了国内翡翠玉石市场的货源供给;同时传出的“缅甸将禁止玉石原石出口”的消息也曾让不少玉石商家忧心忡忡,加剧了货源供给的不确定性;不过政策利好时也能推动货源增长,2023年瑞丽海关监管进口玉石(含毛料、半成品)

1962 吨、货值 1.6 亿元，同比分别增长 44.3%、61%，正是口岸政策优化带来的积极效果。二是线上直播存在货品展示偏差、货不对板、价格不透明等乱象，影响行业口碑；三是线上线下融合深度不足，多数仅停留在“线下供货、线上卖货”的浅层结合，缺乏统一的定价、品控、售后服务体系。

4.3 发展建议

强化边境产业链规范化管理，完善玉石分拣、定级标准；规范线上直播经营行为，建立品控与售后机制；深化线上线下一体化运营，打造“线上引流选品+线下体验鉴赏+全域物流配送”的成熟融合模式，推动缅甸玉石国内市场长效、健康发展。

参考文献：

- [1]中国珠宝玉石首饰行业协会. 2024 中国翡翠产业发展白皮书[R]. 北京：中国珠宝玉石首饰行业协会, 2025.
- [2] 北京保利拍卖. 2025 年翡翠板块趋势总结[EB/OL]. (2026-02-15)[2026-06-09].
<http://news.qq.com/rain/a/20260215A02YAU00>.
- [3] GB/T 23885-2009, 翡翠分级[S]. 北京：中国标准出版社, 2009.
- [4] 哈瑞婷,谭勇. 顶级网红玉石营销创新模式研究——以刘思懿的缅甸翡翠销售为例[J]. 《环球经济与管理学刊》, 2026.2.
- [5]德宏州珠宝玉石产业发展领导小组. 德宏州珠宝玉石产业发展规划(2022—2026)[R]. 芒市：德宏傣族景颇族自治州人民政府, 2022.
- [6]中国珠宝玉石首饰行业协会, 德宏州新媒体协会, 翡翠王朝. 2024 中国翡翠产业发展白皮书[R]. 2024. (含瑞丽市场规模、直播基地、公盘数据)

Study on the Integrated Sales Model of Myanmar Jade in China Market

Liu Chongjiang¹, Tan Yong²

¹ School of Science, Southwest Forestry University, Kunming, Yunnan ;

² Faculty of Foreign Languages (International College), Southwest Forestry University, Kunming, Yunnan

Abstract: Myanmar is the core jade producing area in the world, while China is the largest jade consumption market in the world. The two countries have formed a deep complementary industrial pattern in the field of jade production and marketing from Ruili International Port in the adjacent area. Ruili, as an important port on the China-Myanmar border, is a key hub for Myanmar jade to enter the domestic market, and also a core area for the integration and development of offline physical transactions and online live sales. This paper takes Ruili jade market as the core, combing the circulation path of the whole jade industry chain, combing the online and offline sales status of Myanmar jade in China market, analyzing the operation logic and existing problems of the integrated sales model, and summarizing the development direction, so as to provide reference for the upgrading of production and sales of jade industry.

Keywords: Myanmar jade; Ruili International Port; Online and offline integration; live stream marketing