

和田玉海外销售 与香港域名调研报告

大陆以外可售市场 · 平台渠道 · 合规红线 · 域名决策

聚焦「炒稀缺 + 聊单面交」模式下的真实机会与域名价值

2026 年 7 月

HETIAN · JADE

EXECUTIVE BRIEF

核心结论

一句话

和田玉在大陆以外确实有真实市场；需求最确定的是华人文化圈（港台、新马）。美国有量但踩着 UFLPA 涉疆法案。hetianyu.hk 值得用注册费锁定，不值得当资产溢价买入——品类炒稀缺，域名本身不稀缺。

69.9%

亚洲占全球和田玉消费

+566%

新中式手串全球线上增速

HK\$2.14亿

蓝田山房古玉专场成交

可注册

hetianyu.hk / 和田玉.hk

调研方法：联网检索行业报告（观研、HKTDC、Dataintel）、平台政策与成交案例、香港拍卖报道、CBP/UFLPA 官方文件，并对 jade.hk、hetianyu.hk、和田玉.hk 等 20+ 域名做 HKIRC WHOIS 实测。日期快照：2026-07-20。落地前须复核政策与域名状态。

C O N T E N T S

目录

一、全球需求：亚洲为主，欧美是增量

二、海外市场优先级

三、可用平台与渠道

四、高端资金池：香港拍卖热度

五、合规红线

六、三条已被验证的打法

七、香港域名实测：极品在哪

八、hetianyu.hk 值不值得买（深度）

九、行动建议

十、主要数据来源

一、全球需求：亚洲为主，欧美是增量

全球和田玉消费以中国为核心，向外第一层辐射是**日本、韩国、新加坡**等亚洲市场；欧洲以**英国、法国、德国**的亚洲艺术品藏家为主；北美需求来自华人社区、亚裔社区，以及近年兴起的东方美学与疗愈文化人群。

2024–2025 年金价连创新高，抬高了黄金珠宝门槛，海外消费者转向「平价有质感」的替代品。含和田玉在内的**新中式手串**过去一年全球线上成交暴涨约 **566%**；带中国文化符号（貔貅、平安扣、葫芦）的珠宝跨境销售额增长约 **25%**，远超行业平均。

2025 上半年全球和田玉消费区域分布

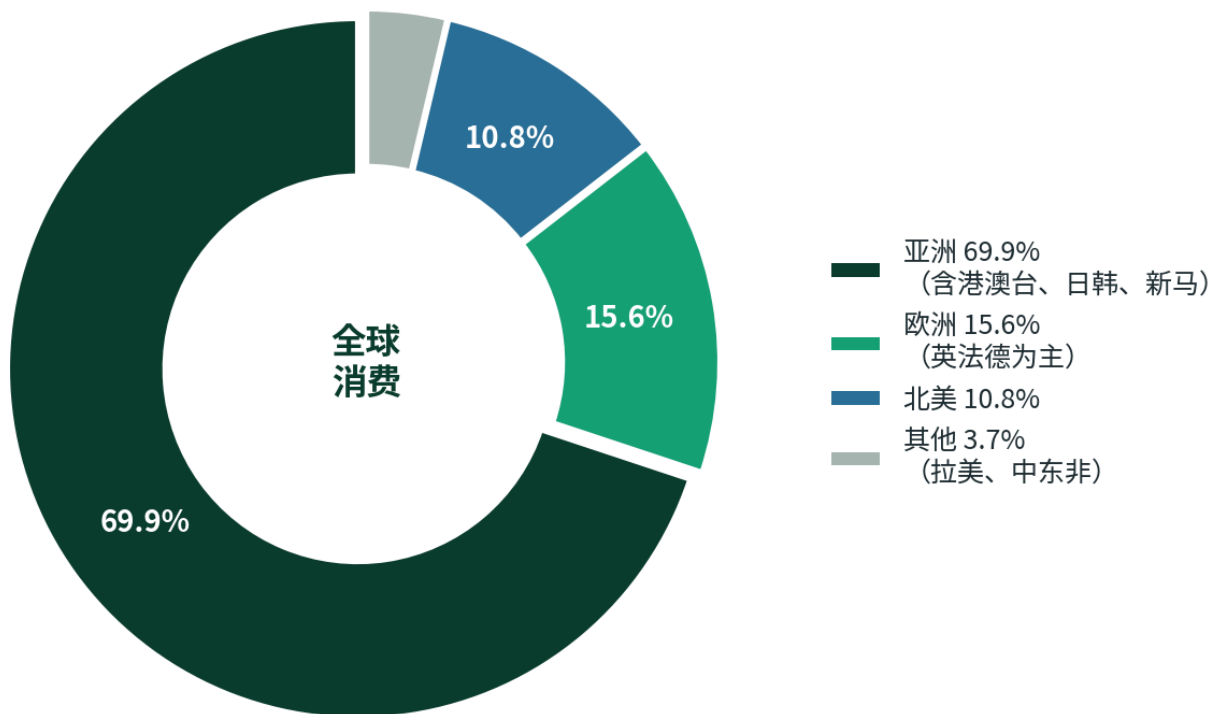


图1 2025 上半年全球和田玉消费区域占比（观研报告网）

对「聊单 + 面交」玩家更重要的是：这个市场**深而不宽**——单笔可以很高，但不会像快消品那样海量订单。港台收藏资金池与东南亚华人玄学消费，是两条最咬合的路径。

二、海外市场优先级

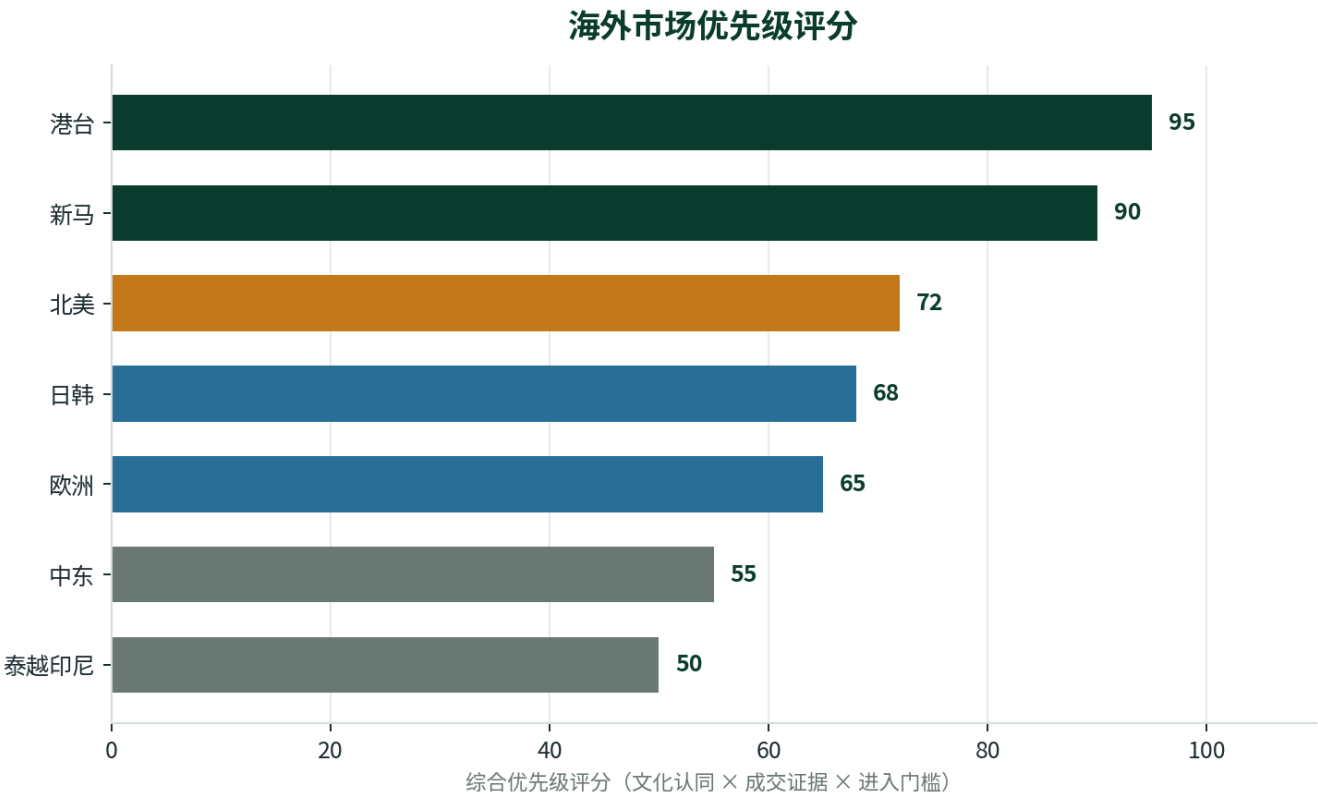


图 2 海外市场综合优先级评分（文化认同 × 成交证据 × 进入门槛）

市场	核心客群	需求特点	主要渠道	梯队
中国香港、澳门	高净值华人、游客	高端成品与收藏级，客单价最高	珠宝展、拍卖、私域	第一
中国台湾	资深藏家 + 年轻佩戴人群	玉文化深厚（表德轩、蓝田山房等）	虾皮、露天、直播私域	第一
新加坡、马来西亚	华人 30-65 岁为主力	招财、转运、疗愈玄学经济火热	Shopee、Lazada、TikTok、FB	第一
北美	华人/亚裔 + 东方美学人群	约占全球 10.8%，有 UFLPA 红线	TikTok Shop、Whatnot、eBay、Etsy	第二（合规先行）
日本、韩国	审美契合的中产	轻奢设计、禅意小件	亚马逊日本、乐天、IG	第二
欧洲（英法德）	亚洲古董藏家	约占全球 15.6%，收藏驱动	eBay、Etsy、拍卖行	第二
中东（阿联酋等）	超高净值家庭	奢侈礼赠；迪拜已有定制案例	线下 + Instagram/WhatsApp	第三
泰越印尼	佛教信众 + 当地华人	玉佛吊坠、手串与佛牌嫁接	TikTok Shop、Shopee	第三

三、可用平台与渠道

平台	覆盖	门槛要点	适合价位	实测信号
eBay	美英德澳港新马等	门槛低；材质须如实披露	\$10-100	和田玉貔貅手串 £13.72，卖家累计约 1.3 万单
Etsy	欧美	要求手工/原创，不能纯转售	€40-320	证书款手镯、碧玉手串活跃
Amazon	全球	精细珠宝需审批 + FTC 合规	\$10-50	天然玉手串单链接月销约 1,006 件
TikTok Shop 美国	美国	定邀类目；美主体 + \$1,500 保证金 + 证书	\$50-2,000	2026 年 3 月上线直播竞拍
TikTok Shop 东南亚	新马泰等	门槛低于美区	\$5-50	马来西亚水晶手串单店累计约 927 万人民币
Shopee / Lazada	新马为核心	一国一店；玄学宣传不可过度	\$5-80	新中式手串增长极快
Whatnot	美国	直播拍卖；水晶宝石类成熟	\$10-500	已有 Type A 翡翠手镯专场
FB 直播 + WhatsApp	北美澳新东南亚华人	广告定向 30-65 岁华人	\$100-2,000	翡翠出海主流高客单转化模式
Shopify 独立站	全球	自投广告、沉淀私域	\$50-500	湖州万沅案例：半年 GMV \$135 万，客单 \$90，复购 35%

四、高端资金池：香港拍卖热度

港台是大陆以外和田玉（尤其古玉与收藏级）最深的资金池。佳士得香港「蓝田山房」古玉专场 75 件 **100% 成交**、斩获约 **2.14 亿港元**；2026 年 5 月苏富比「表德轩」专场成交约 **1.36 亿港元**。这些专场货主多为台湾藏家，说明港台联动极强。

香港拍卖行玉器专场成交额（亿港元）

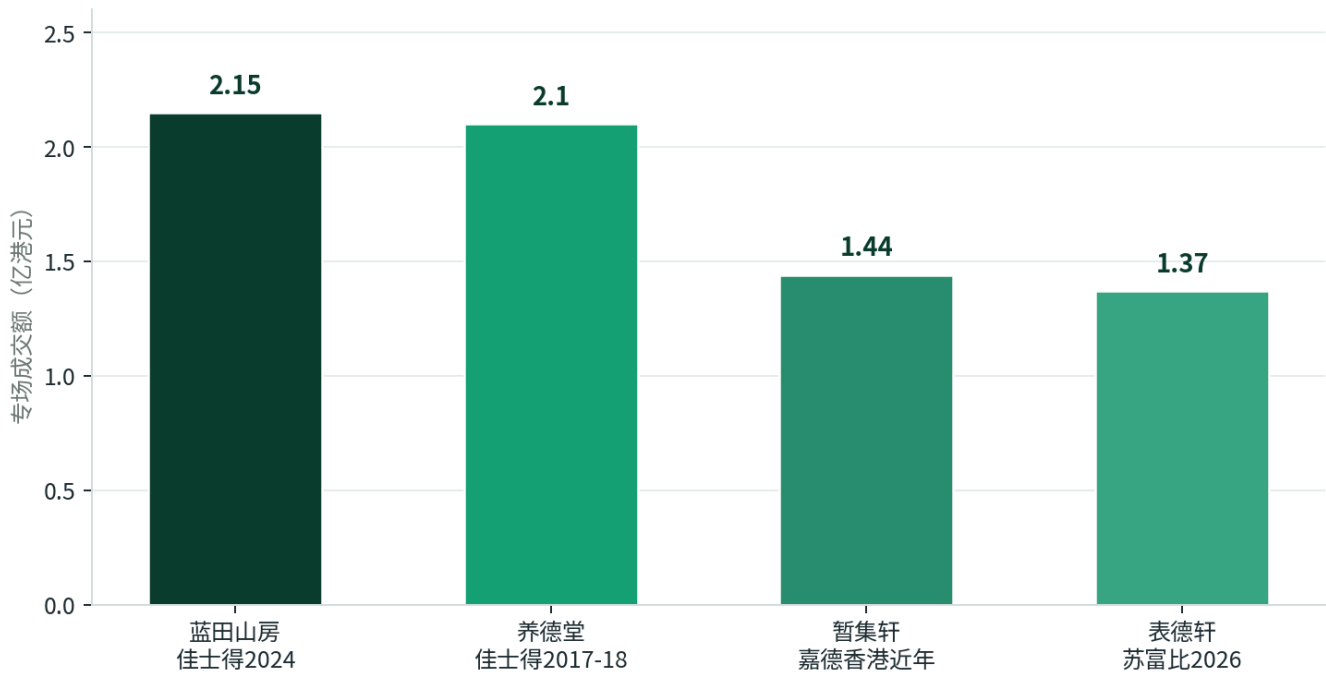


图 3 香港拍卖行玉器专场成交额（亿港元）

注意：高古玉属文物，大陆货源禁止出境；此赛道只适合货源已在境外的玩家。现代和田玉饰品出口合法，不受此限。

五、合规红线

美国 UFLPA（维吾尔强迫劳动预防法）——对美销售最大风险。

美国海关对「全部或部分在新疆开采、生产、制造」的商品适用可反驳推定，默认禁止入境——新疆和田玉被明确包含在内。对美销售务实做法：改用俄罗斯碧玉、加拿大 BC 料（全球最大软玉产地）或青海料，并保留供应链凭证；listing 避免强调新疆原产。

中国出口端：普通现代和田玉饰品可正常出口（跨境电商 9610/9710）；1949 年前老玉、古玉禁止出境；个人携带价值超 ¥5,000 需申报。

平台与消费者端：美国 FTC 要求材质与处理方式如实标注；国内 NGTC 在海外认知度低，面向欧美建议配 GIA/IGI 或当地实验室复检。美国 JADE Act 只禁缅甸翡翠（jadeite），不针对和田玉（软玉 nephrite）——listing 注意区分，避免误伤。

六、三条已被验证的打法



图 4 大众走量 / 华人私域高客单 / 高端收藏 三条路径

起步建议：先做**新加坡、马来西亚 + 港台**——文化认同最强、无合规硬伤、平台门槛最低；跑通后再以俄料、加料产品线进北美，同步用 FB 私域直播吃华人高客单。

七、香港域名实测：极品在哪

2026-07-20 对 HKIRC WHOIS 逐个核查后发现：真正极品 jade.hk 已被人捂住，但 jade.com.hk 与整个「和田玉」系列（拼音、英文、中文）当时**均可注册**。同时 yushi.hk 在 9 天前刚被抢——玉石类 .hk 命名空间正有人扫货。

香港和田玉相关域名 WHOIS 实测（2026-07-20）

域名	状态	备注
jade.hk	已注册捂盘	2019 注册 / 2027 到期，无建站
jade.com.hk	可注册 ★	最有机构感，需香港 BR
hetianyu.hk	可注册 ★	拼音全拼，无门槛
和田玉.hk	可注册 ★	中文域名，港人直观
hetianjade.hk	可注册	英文客群写法
nephrite.hk	可注册	宝石学名词
yushi.hk	刚被抢	2026-07-11 新注册
yu.hk / 玉.hk	不可注册	HKIRC 保留不放
hetianyu.com	已注册	大陆注册商持有

图 5 香港和田玉相关域名 WHOIS 实测结果（2026-07-20）

后缀类型	资格	年费约	说明
.hk 二级（如 hetianyu.hk）	全球个人/机构均可	200-300 港元	大陆身份可直接注册
.com.hk（如 jade.com.hk）	须香港商业登记证 BR	250-380 港元	无香港主体可找代持服务
.香港 中文	同 .hk 规则	相近	港人搜索更直观

八、hetianyu.hk 值不值得买（深度）

前提：和田玉是炒作稀缺性的品类，成交模式是聊单以后面对面交易。

1. 结论先说清楚

值得买，但只值「注册费」

今天花两三百港币注册是对的；把它当资产或付溢价买是错的。理由恰恰藏在「炒稀缺」里。

■ 2. 关键悖论：品类炒稀缺，域名本身不稀缺

和田玉生意逻辑是把「籽料禁采、克价上涨、羊脂玉不可再生」卖给客户。但平移到域名上不成立：hetianyu.hk 的替代品一大把且当时无主——hetianjade.hk、hetian.hk、和田玉.hk、nephrite.hk 全都能注册。一个有六七个平价替代品的东西，谈不上稀缺。

真正稀缺的是 jade.hk（单词根、已被捂盘）和 yu.hk（HKIRC 保留）。所以：**品类值得炒稀缺，这个域名不值得**。 .hk 拼音在二级市场流动性极差，没有接盘盘口。

但反过来，正因为便宜，它是**不对称赌注**：注册费低，被抢的代价是谈判赎回或品牌将就。动作要快，心态是「买保险」，不是「买资产」。

■ 3. 市场大吗：深，但不宽

香港本地粤语人群玉文化认翡翠，和田玉是大陆北方审美，做不出「大市场」。但**资金深度**是大陆以外全球第一：

- 收藏级：上述亿级拍卖证明有人愿意为「玉 + 稀缺叙事」付顶级价格；
- 三股客流：高才通等新港人（自带认知）、大陆访客（香港珠宝无增值税/消费税，相对大陆 13% VAT 有价差）、资产配置语境下的便携高值物件需求；
- 竞争薄：玉器街以翡翠为主，和田玉专门定位玩家较少。

量级判断：年成交几十到几百单、客单价一万到百万、毛利空间大（同品质不同渠道价差可达约 300%）——一个人 + showroom + WhatsApp，年 GMV 三五百万港元是现实的；做成平台级大生意不现实。**聊单面交的本质就是放弃「宽」去吃「深」**，市场形状与模式咬合。

■ 4. 域名在漏斗里只占约 5%

聊单面交漏斗中，域名只占信任栈约 5%

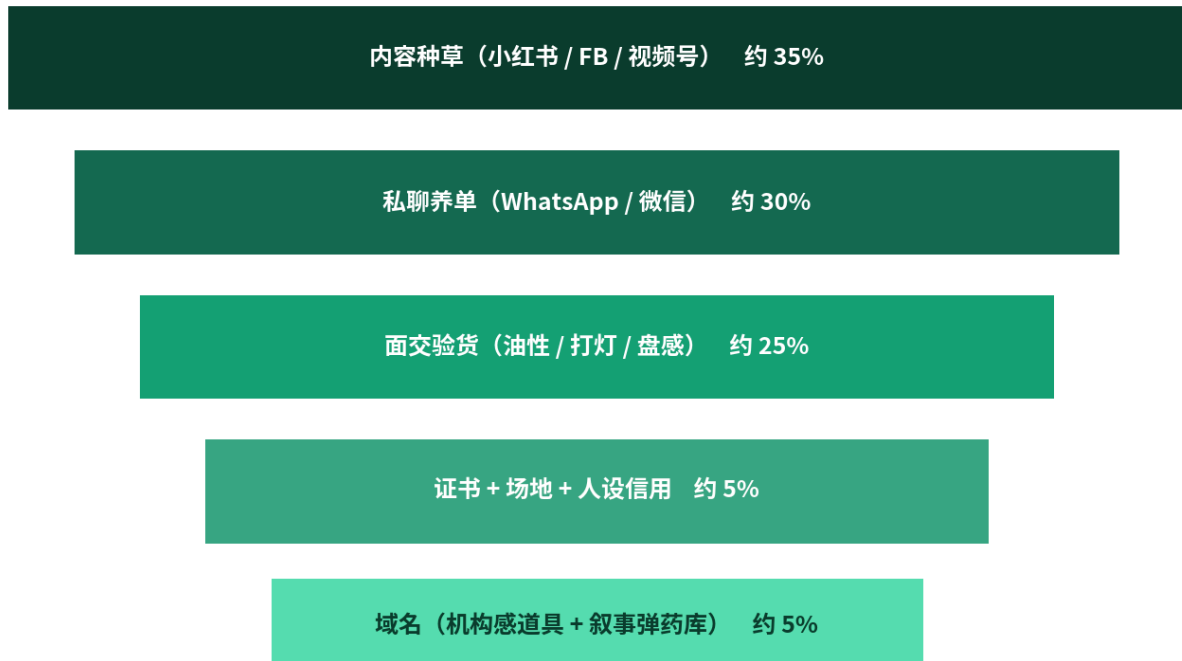


图 6 聊单面交漏斗：域名是信任栈末端的小道具，不是交易场

成交链路：内容种草 → 私聊养单 → 面交验货（看油性、打灯、盘感——物理上就无法纯线上成交，价格还要一物一议保住信息差）→ 转介绍。真正让客户敢掏大钱的是：人设、证书、场地、圈子背书。

域名有两个不可替代的小角色，且服务「炒稀缺」：

1. **身份道具**：名片、WhatsApp 签名、包装上印 hetianyu.hk，读起来像「香港的和田玉机构」。信息不对称品类里，「机构感」就是溢价的一部分——250 港币买一件西装的逻辑。
2. **叙事器官**：稀缺性炒作需要「证据」。域名下挂行情站（籽料克价、拍卖成交、禁采新闻、鉴定科普），聊单卡壳时甩自己域名下的数据页，比转发别人文章可信。它是私域弹药库，不是流量入口（拼音域名几乎没有 SEO 加成）。

■ 5. 叙事裂缝风险

国标里「和田玉」是矿物学名称，俄料、青海料、韩料达标就能出证——稀缺叙事地基（新疆籽料）与法律定义（透闪石软玉）脱节。2011–2014 年价格崩塌、直播低价通货都在稀释故事。护城河永远在「人的信用」上，不在任何数字资产上。又一个只付注册费、不付溢价的理由。

九、行动建议

1. **今天锁定**：hetianyu.hk + 和田玉.hk（无门槛）；顺手拿 hetianjade.hk 堵住英文写法。总成本几百港币。
2. **香港主体办好后**：第一时间注册 jade.com.hk——这批里最有机构感。
3. **溢价不买**：若有人抢注开价超四位数港币，换 和田玉.hk，故事照讲。
4. **钱和精力大头**：一物一证查询页（挂在域名下）、小红书/FB 人设、开料/捡漏/拍卖行情内容——不是域名本身。
5. **市场起步**：新马 + 港台验证选品 → 俄料/加料进北美 → FB 私域吃华人高客单。

一句话收束：在炒稀缺的品类里做聊单面交生意，稀缺性是你卖给客户的故事，别让它变成你买域名时付的溢价。

十、主要数据来源

- 市场规模：[观研报告网](<https://www.chinabaogao.com/free/202510/768242.html>) · Dataintel 和田玉吊坠 / 全球软玉报告
- 新中式出海：HKTDC 新中式珠宝专题 · AMZ123 东南亚玄学手串
- 拍卖：The Value 表德轩专场 · 典藏 ARTouch 蓝田山房专场
- 合规：[CBP UFLPA](<https://www.cbp.gov/trade/forced-labor/UFLPA>) · IGS 《新疆软玉是否被美国禁运》
- 平台案例：Shoplazza TikTok Shop 美区珠宝 · 玉石独立站出海案例 · Whatnot Crystals & Gems
- 域名：HKIRC WHOIS 实测 (whois.hkirc.hk) · HKIRC 申请资格说明
- 原料替代：加拿大 BC 软玉产业 · 俄罗斯软玉产区指南

本报告仅供内部决策参考。价格、政策、域名状态均为 2026-07 快照，落地前请复核。