

爱琴海购物公园周大福柜台前，3个年轻女孩正在挑选金饰，她们看中的是该品牌主推的古法金传承系列。“这个系列很潮啊，黄金本身还具有理财功能。”其中一个女孩一语中的，道出了黄金饰品所具有的吸引力——颜值和价值。

记者了解到，2022年元旦至今，中国黄金、周大福、周生生等昆明市内十余家大型金店的黄金饰品销量增长30%~50%。从预约登记的消费者数据看，“90后”“00后”同比增长30%以上。

同样的数据表现还体现在世界黄金协会2月15日发布的《2022年中国黄金市场展望》报告中。报告显示，2022年中国黄金消费实现“开门红”。从除夕到元宵节前，中国黄金消费同比增长12%。受此影响，周大福、周生生的股价表现也可谓亮眼。



生肖金饰

谁说“年少不知黄金香”

“90后”“00后”渐成生力军



生肖手链越来越潮，受追捧。

虎年限定系列迎销售高潮

春节、“2·14”前，商场的黄金饰品柜台迎来不少年轻顾客，他们有个共性：拿着小红书平台上的图片来找同款。各品牌“出圈”的联名系列、虎年限定系列迎来了销售高潮。

爱琴海(广福店)多家金店将虎年生肖饰品、古法金饰品放置在柜台显眼处。

销售人员王先生说，他们品牌从1月底开始就迎来看金、买金的热潮，不少女孩三五成群约着来，年轻男士大多选择将黄金饰品作为“2·14”的礼物，不少情侣在春节前到店给妈妈买春节礼物。“虎年生肖饰品、贺岁品、转运珠手串等品类，是目前销量较高的产品。转运珠、生肖手链这类饰品可以由消费者自由挑

选、组合，价格几百元至数千元不等，年轻人特别喜欢，不容易撞款，价格也随心。”

小赵刚30岁，已经连续3年给妈妈买金饰作为春节或生日礼物，项链、挂坠、戒指他都买过。“这几年，黄金饰品的设计越来越多样、时尚，适合日常穿搭，而黄金本身还具有理财保值的作用。”

小李工作5年了，历来爱金，只要有闲钱她就攒起来去买一个金饰。她最爱的是周大福的传承系列，3年前花1.5万余元买的镯子现在升值不少。“保值、增值就是黄金饰品在颜值之外的最大价值，所以我不会卖。”今年，她一直关注各品牌的虎年系列产品，准备在金价略微下调时入手。

社交媒体带火黄金消费

“近两年，买黄金饰品的‘90后’明显增多了，一部分是结婚时购置‘三金’或‘五金’，另一部分则是出于对装饰品的日常需求。小红书平台‘同款’是年轻消费者的最爱。”周生生销售人员李女士结合自身喜好分析道，社交分享媒体直接带动了年轻群体对新潮黄金饰品的追捧。

记者在微博、微信、小红书等社交平台上发现，大批年轻人秀出黄金饰品，分享挑选、搭配等心得，还不忘自我调侃——“年少不知黄金香”“我也加入了中国大妈行列”。

在小红书平台上，关于“黄金”的笔记超过了362万篇，关于“钻石”的笔记超过163

万篇；大牌奢侈品的相关笔记，超过100万次标记的仅有“LV”“香奈儿”和“迪奥”等；AJ球鞋、潮流玩具等品类，标记不超过40万次。从这个数据来看，“这届年轻人”可能更愿意把买包的钱花到黄金上，黄金也“香”过了钻石。

在线上，黄金饰品的销量同样可观。

在周大福天猫旗舰店，6款黄金饰品月销量都在2000件以上，其中销量最高的转运珠手绳月销量达到了7000多件。

2月14日，唯品会上周生生的销量同比增长了460%，其中来自“90后”的购买量增长472%。

颜值+保值打动年轻人

年轻人开始热衷买金，他们在买什么？排名第一的理由，当属颜值。

逛了昆明多家金店后，对黄金本来不感兴趣的记者有些心动了。只因为如今的黄金饰品，早已不是印象中土里土气的“大金链子”“富贵花”“雕龙刻凤”。设计和工艺的提升下，从项链、耳环、挂坠到手镯等多品类商品，将时尚、日常、搭配完美融合。

潮宏基珠宝品牌的销售人员说，限定产品、品牌联名、轻奢设计的产品特别吸引年轻人。“年轻人喜欢联名款，例如哆啦A梦联名款，每年上新后都热卖；有些女士喜欢买克重不超过10克的项链、戒指。”

年轻人买金，不仅看重颜值，还看重它的保值性。据上海黄金交易所消息，过去一年足金的交易价波动较小。

“基金股票一片绿，还不如买点黄金保

值。”小杨前几年热衷炒股炒基金，几乎年年亏。去年她已无心打理，开始买金。没想到一年下来，只有黄金没亏本，还涨了一点。

她说，黄金饰品基本上是按克重计价，价格透明。自从开始“攒金”，她养成了持续关注金价走势的习惯。

和小杨一样以金理财的小王说，每次自己看中大件，就会提前数月甚至半年关注金价。

如今，还有年轻人通过“攒金豆”来强制自己储蓄。小田就是这样，不仅给自己攒，还给读幼儿园的女儿攒。小金豆1颗1克，价格比基础金价略高，但相比几千元的饰品，门槛低、灵活度高。“工资高时就多买几粒，工资低时就只买一粒，日积月累，就能变成小富婆。等女儿长大了，全部拿去换套结婚金饰。”小田说。

专家观点

多重因素致黄金首饰消费爆发

中国黄金协会数据显示，2021年我国黄金消费量达1120.90吨，较上一年度增长36.53%，较2019年同期增长11.78%。其中，黄金首饰711.29吨，较上一年度增长44.99%；金条及金币312.86吨，较上一年度增长26.87%。

是什么让黄金消费火爆？

多位证券分析师在分析黄金消费走向时提到，黄金首饰消费爆发与黄金工艺改进、国潮文化崛起以及黄金价格从高位回落后的相对平稳的趋势有密切关系。

从黄金工艺角度看，近几年，3D/5G/古法金等黄金工艺改进，支撑黄金消费饰品化、年轻化。周大福去年的经营表现，充分证明了工艺改进有助于销量的提升。

对于接下来的发展趋势，分析师认为，目前黄金价格相对平稳，2022年黄金珠宝有望维持高景气度。考虑到黄金本身所具有的保值、抗通胀等功能，消费者可适时购买。如果纯考虑黄金的投资价值，则应考虑全球疫情影响收敛、供应链缓解、通胀动力衰减对黄金上行空间的限制，注重多元化配置。

新闻多一点

去年我省累计生产黄金31.12吨

记者从云南省黄金行业协会了解到，2021年全省累计生产黄金31.12吨，实现产值116.39亿元，产量同比下降6.85%。其中，矿产金12.99吨，同比下降17.27%；冶炼副产金18.02吨，同比增长6.65%；废旧回收提炼产金0.1吨。

黄金产量下降是因为我省几个重点产金企业由于采矿证陆续到期，无法及时办理延续而陆续停产；有的企业由于公共项目建设、矿山用地被征用、原料断供等因素停工停产。

从全国来看，据中国黄金协会最新统计数据显示，去年国内原料黄金产量为328.98吨，比2020年减产36.36吨，同比下降9.95%。本报记者 赵丹青 摄影报道

