

# “卷价格”难持久,文艺风渐走俏 黄金饰品市场辟出新赛道

本报记者 宋亦敏



图:柜台前,一对母女正在选购新年黄金首饰。本报记者 宋亦敏

今年以来,金价高位震荡,让部分价格敏感型的消费者选择驻足观望。而在另一面,做工精美、彰显个性的高工艺黄金饰品正成为越来越多年轻人的新宠。

随着黄金消费逐渐呈现年轻化、高端化的发展态势,不少金饰企业不得不直面转型课题,“小而美”的高端化产品正逐渐成为部分黄金品牌商家开辟的竞争新赛道。

## 商家: “卷价格”不是长久之计

“太贵了!以前买10克黄金的钱现在只能买五六克了。”逛过福州多家金店后,范先生感慨,为了购买结婚用的“五金”,在与未婚妻“摸底”了当前的市场行情后,高涨的金价让他们望而却步。

今年以来,金价连破新高,高位震荡的金价成为抑制黄金饰品消费的一把锁,让不少消费者纷纷持观望态度。正是因此,性价比成为不少金饰刚需消费者考虑的重要因素,水贝黄金与定制打金由此走红。

在福州特艺城,记者看到,这里有不少大牌“平替”,基础金价仅在大盘金价的基础上多几元,手工费则从几元到几十元不等,算下来每克比品牌金店便宜几十元。

“在水贝模式”中,商家的利润空间被压缩在手工费中,主要靠薄利多销,适合对价格较为敏感的

下沉市场消费者。”某黄金品牌加盟商家周女士坦言,这在给市场带来冲击的同时,也形成了价格“内卷”的现象,商家往往只能靠高克减、工费打折等吸引更多顾客,这让她感到有些忧虑,“利润下滑,产品成本却随金价水涨船高,我们这种品牌加盟商家的抗风险能力就更弱了,这样‘卷价格’终究不是长久之计。”

在仓山万达广场的周末福门店,记者看到,不少年轻人在选购心仪的转运珠,这些转运珠多采用硬金工艺、主打时尚设计,风格多样、款式亮眼。“年关将近,蛇元素的黄金转运珠受到不少消费者欢迎,动漫IP联名系列转运珠也是消费热点,还有不少消费者偏爱风格独特的副牌独立系列、Soilove系列,愿为其高溢价买单。”门店工作人员介绍,单体重低、单件价格低的转运珠可以低成本满足悦己需求,成为部分年轻消费者的新宠。

## 消费者: 愿为情感价值和文化认同买单

在黄金消费市场中,这边“价格战”打得火热,另一边,一股新的黄金消费潮正在兴起。记者走访多个黄金饰品品牌柜台后发现,当下消费者购置珠宝,开始越来越多

和情感价值,让更多消费者愿付出高价为其买单。

在黄金爱好者、“90后”青年小郑的首饰盒里,放着许多款式精致、工艺繁杂的饰品:点钻工艺的黄金罗盘、古法篆刻的黄金摆件、螺钿镶嵌的黄金吊坠……每一件黄金首饰都颇具设计感与记忆点。

“这些都是我和黄金爱好群的群友一起买的,我们都非常喜欢收藏有文化韵味的黄金首饰。”小郑告诉记者,这些黄金产品基本都是高工艺、高工费产品,部分金饰加上工费,均价可达千元以上,但她愿意为它们的设计、工艺买单,“购买黄金产品对我而言就是消费行为,比起性价比高的‘粗大笨’,我更愿意买自己喜欢的款式,因为无论金价怎么变化,艺术与美的价值永远不会变。”

## 行业: 从规模扩张到价值驱动

“金饰行业正从过去的规模型扩张模式向细分市场与差异化需求迈进。”业内人士安先生认为,围绕审美需求、个性表达与情绪价值进行品牌化发展、精细化运营和数字化营销,将成为黄金饰品行业企业突破重围的重要抓手。

作为行业内率先开辟数智化营销新航道的珠宝品牌,德诚珠宝集团历时五年,实现从传统重资产、人海战、粗放化的模式向精细

化、数据化、智能化模式的转型升级。“我们希望以数智化、精细化的运营,实现更高效、更精准的供应链管理。”德诚珠宝集团相关负责人介绍。

品牌升级还是要回归到产品本身。为适应更为多样的市场需求,今年以来,德诚珠宝集团研发团队结合非遗文化、潮流IP等,推出《漫步星球》《漆彩中国》等多系列国潮新品,并推出“粹野”工艺传承非遗技艺,希望进一步弘扬传统制金文化。

德诚珠宝的实践并非个例。近年来,黄金产品制造工艺持续革新优化,不少头部品牌开始发力研发设计,丰富内涵,纷纷试水高端路线——作为我国古法手工金器专业第一品牌,老铺黄金以非遗制金古法工艺惊艳出圈,成为不少消费者新宠;周末福推出“传承”主题门店,展现品牌文化深度;老凤祥以“藏宝金”主题门店拓展高端消费领域……

“黄金珠宝‘消费+投资’需求逻辑仍在,行业发展前景依然可期。”安先生认为,尽管前路充满挑战,但也加速了金饰企业的结构性变革,搅动黄金珠宝行业的“一池春水”,“可以预见的是,未来黄金市场将更为细分,期待能有更多具有独特市场洞察力和灵活商业模式的黄金品牌转型升级、百花齐放,为中国黄金珠宝行业注入新的活力。”

## 我市9家即时配送企业联合发布电动自行车安全管理声明 规范停放充电 杜绝改装电池

本报讯(记者 张铁国 通讯员 林巧玲)加强停放充电和电池管理、开展骑行安全教育、推行共享换电模式……近日,中国邮政、顺丰速运、圆通速递、永辉超市、饿了么、朴朴超市、达达秒送、中通快递和美团等9家在榕即时配送企业,联合发布电动自行车安全管理声明。

市消防救援支队有关负责人介绍,近年来,随着即时配送行业快速发展,福州市骑手数量显著增加,电动自行车保有量大且使用频率高,安全管理问题也日益凸显。为提升电动自行车安全管理水平,在市消防救援支队及市场监督管理、市邮政管理局、市商务局合力推动下,9家在榕即时配送企业联合发布声明,向社会作出承诺。

一是率先加强电动自行车停放充电行为管理。严禁骑手在建筑的楼梯间、疏散通道和安全出口等区域停放电动自行车,按规定建设电动自行车集中停放、充电场所和设施,并督促骑手在指定区域停放、充电,确保停放有序、充电安全。二是率先加强电动自行车电池安全管理。落实骑手电动自行车车辆及电池信息备案制度,定期严格核查,杜绝非法改装,定期开展电池健康评估,及时更换不合格电池。三是率先加强电动自行车安全警示教育。强化新入职骑手岗前安全培训,定期开展全员提示警示,抓好日常教育和重点教育,发动骑手当好宣传员,带动家庭自觉遵守法律法规。四是率先推行电动自行车共享换电模式。推动电动自行车电池实行集中充电管理,降低安全风险。

## 鼓楼首家永辉超市 调改店开业 新设福州特色商品馆

本报讯(记者 吴梓真)昨日,永辉超市在鼓楼区首家“学习胖东来”自主调改店——永辉超市福州大儒世家店恢复营业。

从闽清茶口粉干、闽侯桐口粉干等常见主食,到青口青红酒、鼓山福建老酒等品质福酒;从礼饼、芋泥、八宝饭、年糕等年味小食,到鼎鼎肉松、大世界橄榄等老牌零食;从永泰的富泉羊、琅岐的青蟹等区特产,到油纸伞、脱胎漆器、角梳等非遗“三宝”……走进焕新开业的门店,记者发现,在沿袭调改店一贯高品质装修特色的同时,这家永辉超市有一个引人注目的新区域——福州特色商品馆。

“打造‘福州特色商品馆’对于永辉超市这样发源于福州的企业有特殊的意义。我们引入了福州各区县近100种农特产品和手工艺品,涵盖福州三宝、福州小吃及极富地域特色的农特产品,希望能够通过积极的农超对接,推动更多消费者认识本土的特色产品,也让农民、手工艺者的好商品从田间地头飞入百姓家,实现平台、农民和消费者的共赢。”永辉超市相关负责人说。

“‘爆改’的风终于吹到鼓楼了,这下我们日常的采购更方便了,正好快过年了,今年的年货都有着落了。”家住杨桥西路的市民陈女士感慨。

记者还了解到,在调改过程中,永辉超市福州大儒世家店整体破拆率接近90%,整体硬件设施更新占比达到100%,从冷链设备到加工餐厨设备,与胖东来许昌时代广场店高度一致。

## 烟台山文化活动好戏连台



烟台山游客码头上演乐器演奏《金蛇狂舞》。本报记者 石美祥摄

本报讯(记者 林晗)记者获悉,28日起,为期三天的仓山区元旦系列文化活动在烟台山码头陆续登场,本次活动包括闽剧、原创歌曲、新年歌会三大街头艺术专场演出。

28日晚,“南台有戏 闽韵颂福”闽剧专场在欢乐喜庆的乐曲声中开场。《金蛇狂舞》《花好月圆》《茉莉花》等十余首经典乐曲经民乐合奏、笙独奏等多种形式演绎;闽剧经典折子戏《巡警》《大补缸》《赠塔》通过演员们富有戏曲节奏的一问一答,将戏中人物的鲜明性格一一展现。观众们目光紧随,面带笑容,看到精彩之处还不由自主地欢呼鼓掌。

接下来的两天,市民朋友们还可以在烟台山继续感受仓山区元旦系列文化活动的精彩内容,欣赏烟台山文化街区的街头艺人们带来的原创歌曲,在新年歌会上尽情酣唱。

本次闽剧专场演出活动由福州市文化和旅游局、中共仓山区委宣传部(文明办)、仓山区文化体育和旅游局、仓山区旅游事业发展中心、仓山区文学艺术界联合会主办,福州闽剧艺术传承发展中心、仓山区文化馆承办。

## 下单付0元 收货满意再付款? 省消委会提醒:理性选择“先享后付”,小心潜在风险

本报讯(记者 沐方婷)“下单付0元,收货满意再付款。”作为一种新兴的支付方式,“先享后付”在各类电商平台和线下商家中迅速普及。购买商品或服务后,消费者选择货到付款或分期付款,消费似乎更轻松方便了,然而背后也可能暗藏猫腻。近日,省消委会发布提醒:理性选择“先享后付”,小心潜在风险。

不知道从什么时候开始,福州市民小吴在某电商平台购物时发现,付款处会优先显示标红的“0元

下单,确认收货后再付××元”字样,点击“更换支付方式”,平台又再次优先勾选了“先用后付”选项,下方才是“立即支付”选项。

想在电商平台上买个东西,都要抵御住两重“0元下单”诱惑,小吴不禁感叹,商家真的变着法子让消费者花钱更轻松。但是小吴从来没有主动开通过这一功能,为避免因此产生一些非理性消费,小吴最终还是果断关闭了“先享后付”。

“先享后付”的确降低了消费

门槛,但对于不擅长手机操作的老人来说,似乎就不太友好。“老人家猛一看还以为搞促销,统统一点,全部买回来。”社交平台上的类似吐槽不少,有些经历令人哭笑不得。有网友分享说,先用后付功能因为没有扣款记录,自己的妈妈误以为不花钱,下了好几个订单,后来竟然一次收到10条围裙。

不在线上,“先享后付”在线下美容美发、休闲娱乐、健身瑜伽等不少消费领域都有应用。省消

委会表示,对消费者而言,“先享后付”一定程度上降低了消费门槛,降低了消费者因商家跑路而遭受经济损失的风险。对商家而言,有助于吸引更多消费者,提高客户黏性,带动营业额的提升。

但是部分商家或平台利用“先享后付”虚假宣传、设置消费陷阱,侵害消费者利益。为此,省消委会提醒商家、支付机构、电商平台,在推广“先用后付”方式前,应充分告知消费者支付方式、退货退款渠道、关闭流程、违约责任等问题,否

则就侵害了消费者的知情权和选择权。

广大消费者也应警惕过度消费和冲动购买,根据实际需求和预算进行合理规划,避免因冲动消费而带来的付款压力。开通“先享后付”功能前,消费者应仔细阅读相关的开通使用协议,保留好相关的购物凭证和交易记录,特别注意自动续费和取消流程的问题,确保自己能够方便地关闭该功能,保护个人信息,防范安全风险,选择正规平台,确保服务安全。

## 服务专员上门 专解用水难题 我市推行用水网格化服务试点

“目前我们已经在小柳社区、瀛东社区、金山片区等地的多个小区开展试点。”该负责人介绍,加入社区微信群后,服务专员便和小区居民无缝对接,可以实时线上沟通。“这样能够第一时间有针对性地获取用户的用水信息,解答用水疑问,也能有效减少用水问题投诉,让服务精准高效。”

为了当好市民的“用水管家”,服务专员还要练就“十八般武艺”。“因为是点对点服务,所以用水业务知识要比抄表员了解得更全面和专业,对沟通协调也有更

高的要求,我们责任更大了!”服务专员王琪琳告诉记者,他们从智能水表管理平台入手,学习如何通过比对数据、查看报表,找出可能存在用水异常情况的小区。

“工作很细,服务很专业,我们很放心。”谈及这样的服务,不少居民连连点赞。

一面写着“为小区排忧解难 赢业主齐声称赞”的锦旗,一桩龙凤苑小区管道漏水点修复的民生实事,正是服务专员刘雪云的“得意之作”。

据了解,在日常产销差平台数据检查中,刘雪云发现小区可能有漏水。然而,小区物业管理人员排查时并未发现问题,随即再次向她求助。在听漏、抢线人员的努力下,加上专业设备的加持,一处难以察觉的漏水点终于被找到并得到修复。

“以试点工作为起点,我们将持续探索区域网格化供水服务,用心耕耘网格责任田,逐步实现网格内管网、营业、客服等业务的融合,以小网格撬动供水服务大能量,不断提升用户的用水获得感和幸福感。”上述负责人说。