

“首饰金”市场变化几何

本报记者 陶连飞

财经脉动

受多重因素影响,今年以来,黄金价格节节攀升。除了投资金条单价价格屡创新高,首饰黄金价格也在经历高歌猛进式的增长。

10月24日,周大福首饰黄金价格报价806元/克,周生生首饰金报价806元/克,老凤祥首饰金报价804元/克……主流黄金品牌单价报价全面进入“800+”时代。

从年初的“600+”,到年中的“700+”,再到10月24日的“800+”,首饰黄金价格一路走高,深刻影响着首饰黄金的生产、流通和消费。

生产端

“文创类”、小克重产品一再加推

“金首饰”持续走高的价格,持续影响着消费者的购买行为。

中国黄金协会发布的统计数据显示,今年上半年,全国黄金消费量为523.753吨,与2023年同期相比下降5.61%。其中,黄金首饰270.021吨,同比下降26.68%。世界黄金协会的报告表明,2024年上半年,中国金饰消费则同比下降18%,为270吨。

金价升、金店“落”。今年年初以来,各大黄金珠宝品牌的“关店潮”,真实地反映着高价给企业带来的压力。

销售端面临的压力,很快传导到生产端,直接影响着首饰黄金市场的产品形态。

“镂空、珐琅、中空、联名……”记者在走访中发现,各大黄金品牌的主推产品具备了更多文创属性,品质、品牌、品位,被更加频繁地提及。

“中空、镂空的有好多款,都是新到的……”长春市某黄金专柜的销售员张茹从事黄金销售5年多。她告诉记者,两三年前,最好卖的首饰是黄金手镯,实心的、30克以上的最受欢

迎,店里的空心镯子往往只有那么一两个。

不过随着金价上涨,品牌推出了更多小克重、大体量的黄金饰品。“这减少了我们的销售压力,实心大金镯子毕竟不好成交了……”张茹说。

进入“小克重时代”,为了更好地达成交易,金饰商家正试图用“小而美”“小而精”来打动消费者。更多生肖款、联名款等带有文化属性的黄金饰品被摆上了货架。

“一颗联名款足金中空串珠打完才900多元,不到1克,好看、不贵、吉利,配上手绳,也是体体面面的一件金首饰……”黄金销售员田雨表示,现在,用黄金串珠编手绳已经成为店员的“必修课”。

金价大涨的背景下,人们的购买行为变得谨慎。各大品牌都在持续加推小克重文创类黄金饰品。田雨告诉记者“黑神话悟空”联名款、故宫联名款等系列的小克重产品,扛起了店里销售额的“半壁江山”。

流通端

长线营销、社群营销成为日常

“今天多少钱一克?有没有新样子?”逛商场时,张旭习惯性凑到亮晶晶的黄金柜台看一看。随着首饰黄金价格持续走高,她发现售货员的服务明显更周到了。

“加个微信,喜欢的样子可以截图发我,我能调货……”笑眯眯亮出微信二维码的售货员叫吕晶。黄金价格在高位震荡,为了达成交易,金饰销售员吕晶的心态逐渐放平。言明自己“随便看看”的顾客也被她当作潜在客户,加上微信保持长线联系。“哪天想买了,一下子就能找到我,这业绩不就来了……”吕晶说。

这种“周到”的原因之一是服务对象的减少,为精细化服务创造了空间。

“往年人多,她确实招待不过来,咱们理解。”根据张旭的观察,如果赶上商场店庆,一位售货员身边有时会围着六七个要买货的顾客。不过这轮店庆前夕,张旭享受了一把金店“VIP待遇”。

根据张旭提出的预算和要求,各家售货员都会提前把各

种满减算好,给出多个满足满减优惠条件的搭配方案,还根据张旭会员档案显示的等级,为她申请伴手礼。

专家认为,首饰金价格高企,筛选掉部分潜在黄金消费者,但客观上驱动了首饰金销售升级迭代。长线营销、社群营销的广泛铺开,包括各大品牌对于会员服务精细化管理,都是行业迈向高质量发展的先声。

消费端

求实、求美、求品牌共同驱动

“货币天然金银”。相比其他材质的首饰,金饰价格中虽然包含着工费、品牌溢价等,但是仍然因为黄金本身具有较高的流通性而受到青睐。

首饰金价的持续上涨,与民众“投资”“求实”的心态密切相关。

一个具体佐证是,金饰消费降温的大背景下,投资黄金热度持续走高。中国黄金协会的统计数据显示,2024年上半年,我国金条及金币的消费量同比激增了46.02%。

构成这46.02%增长的交易,很多是在主营首饰金的金店中达成的。

“小金锁的工费高,没啥必要,还是金条最实惠……”小外孙出生的第三天,本打算到金店买金锁的王雅,最终买下了100克黄金金条作为孩子的出生礼物。这份沉甸甸的礼物,深刻反映了当下黄金消费人群的求实心理。

“00后”陈卓也在买金子,但是“实力不允许”她一次买下100克的金条,1克重的小金豆是她的选择。求实、求美、求品牌共同驱动着年轻一代的消费决策。

金饰克价突破800元的当下,同品牌的1克重“金豆子”只要650元左右就能到手。尽管还不及指尖大,这些“金豆子”还是被做成了精致的“金大米”“金花生”“金瓜子”“金锦鲤”的形状,具备了理财和审美的双重属性。

现在一些年轻人喜欢在社交平台晒透明储罐的金豆子,类似的内容很受追捧。可以看出,首饰金价格高企的背景下,人们的黄金消费热情依然不减。

品牌资源商机创享会举行

本报讯(记者曲镜泽)近日,吉林品牌资源商机创享会在吉林省广告产业园举行。

本次创享会以“餐饮品牌打造与营销对接”为主题,来自全省28家企业代表齐聚一堂,围绕“文旅繁荣拉动餐饮消费”“如何打造区域特色餐饮品牌”“如何链接吉林好品食材”等话题展开深入探讨,交流分享。此外,还有品牌实战专家亲临现场,分享经验,为打造吉林餐饮品牌赋能。

会后,多位与会嘉宾分享了自己的感受。吉林省福泰厨具有限公司创始人刘乃正感慨道:“通过创享会这个平台,企业之间能够开拓思维、合作共赢。”

山水长白商贸有限公司企业代表杨婷在采访中表示,在会上学习到许多关于营销方面的新思路和新规划,得到了实际的帮助和有针对性建议,收获颇丰。

吉林省广告产业园相关负责人表示,吉林品牌资源商机创享会旨在“精准、有效、快速”地对接合作商机,未来将持续聚焦企业关注的难点、焦点问题,快速响应企业诉求,发挥园区公益平台功能,让企业实现共享、共创、共赢。



日前,西安一九零八新能源科技有限公司工作人员调试一款氢能混合动力观光车。当前,以科技创新推动产业创新成为新一轮西部大开发的重点。西部各省市因地制宜探索和发挥科技创新的引领作用,在成果转化、产业整合、推动基层发展等方面取得了不俗的成效。新华社记者 张博文 摄

吉林渔具“抛竿”海外

本报讯(记者王旭 曲镜泽)记者从长春海关获悉,今年前9个月,吉林省渔具出口4626.3万元,同比增长41%。

近年来,随着人们生活理念的转变和对休闲娱乐需求的增长,消费者对于钓具的需求也呈多样化,除了传统的台钓,更具趣味性的路亚钓热度正逐渐攀升。同时,吉林制造的渔具以其多样的品种、精湛的工艺吸引了大批客户。

据了解,亚洲、欧洲作为吉林省渔具的主要出口市场,今年前9个月,出口值占同期吉林省渔具出口总值的6成以上。此外,作为新兴市场的大洋洲也增长强劲,与同期相比,出口总值增长超1.2倍。

吉林依渔渔具股份有限公司董事长安艳玉介绍,公司渔具年产量达10万支,路亚钓竿系列、海钓竿系列产品,风靡世界多个国家。今年前9个月,碳纤维制钓鱼竿等产品的出口值已突破1900万元。

为助力渔具企业转型升级扩大出口,长春海关所属通化海关持续优化口岸营商环境,深入企业宣讲总署推动加工贸易高质量发展16条改革措施和RCEP协定税收优惠政策,充分释放政策红利。今年以来,共指导企业签发原产地证书27份,出口享惠货值1455.5万元。同时,支持企业开展技术及品牌创新,指导企业顺利完成知识产权海关保护备案,保护自主品牌权益,提升企业核心竞争力。

通化海关相关负责人表示,未来将持续落实海关优化营商环境措施,积极向企业推送市场准入信息、自贸措施,推动企业加强品牌建设,帮助企业抢抓出口机遇,扩大市场份额。

简讯

提升药品注册检验质效

本报讯(叶阳欢 记者叶爽)为助推我省医药产业高质量发展,提升药品注册检验工作质效,省药检院于近日启动省内企业注册检验需求调研工作,以便更好地统筹安排资源,为企业提供有序快捷的注册检验服务。

此次调研工作主要聚焦省内各药品生产企业、药品上市许可持有人2025年和2026年在研品种、在审品种和拟申请注册检验的品种情况,围绕品种分类、申报类型以及预计申报注册检验时间等方面进行摸底统计。

下一步,省药检院将秉持“两个服务”理念,以此次调研情况为基础,持续加强注册检验服务能力,通过政策措施的完善和服务机制的优化,推动注册检验效率的持续提升,为全省医药企业药品上市、开拓市场赢得更多的时间优势和效率优势。

增强鉴别假冒伪劣产品能力

本报讯(刘铸涛)日前,辽源市西安区人民检察院在“检察+社区”红色服务中心开展“诚信尚俭 共享食安”主题宣讲,进一步引导大家了解食品安全犯罪的常见形式及危害,同时做好犯罪预防的释法说理。

宣讲结束后,检察官来到小区向群众发放食品安全宣传手册,讲解如何鉴别假冒伪劣产品,并解答群众提出的相关问题。本次活动,切实提高了辖区居民对食品安全犯罪的防范能力,进一步增强了自我保护意识,树立起“厉行节约 反对浪费”的生活理念。

省市场监管厅公布铁拳行动和雷霆2024综合执法行动(第四批)典型案例

本报讯 省市场监管系统按照市场监管总局统一部署,聚焦关系人民群众生命健康安全重点商品、重点领域和重点行业,持续开展民生领域案件查办“铁拳”和“雷霆2024”综合执法行动,查办了一批违法案件,现将典型案例公布如下:

一、长春市市场监管局宽城分局查处某家电维修处销售不符合国家标准的燃气灶具案

长春市市场监管局宽城分局执法人员依法对某家电维修处进行检查。经查,当事人在售的一款灶具经抽样检验,干烟气中CO浓度(室内型)不符合GB16410-2020《家用燃气灶具》标准。当事人上述行为违反了《中华人民共和国产品质量法》相关规定,长春市市场监管局宽城分局依法作出没收不合格产品并处罚款的行政处罚。

二、长春市市场监管局汽开分局查处某汽车配件商行销售侵犯注册商标专用权商品案

长春市市场监管局汽开分局执法人员依法对某汽车配件商行进行检查。经查,当事人销售的20个离合器盖总成注册商标持有人鉴定为侵犯其注册商标专用权商品。当事人上述行为违反了《中华人民共和国商标法》相关规定,长春市市场监管局汽开分局依法作出没收侵犯注册商标专用权商品并处罚款的行政处罚。

三、公主岭市市场监管局查处某医药连锁有限公司虚假宣传案

公主岭市市场监管局根据举报对某医药连锁有限公司进行检查。经查,当事人在京东平台销售的药品“抗病毒口服液”广告中“纯进口”与事实不符,为虚假广告。当事人上述行为违反了《中华人民共和国广告法》相关规定,公主岭市市场监管局依法作出罚款的行政处罚。

四、吉林市市场监管局昌邑分局查处某炊具商店销售不符合国家标准的燃气灶具案

吉林市市场监管局昌邑分局执法人员依法对某炊具商店进行检查。经查,当事人在售的一款灶具无熄火保护装置,不符合GB35848-2018《商用燃气燃烧器具》标准。当事人上述行为违反了《中华人民共和国产品质量法》相关规定,吉林市市场监管局昌邑分局依法作出没收不合格产品并处罚款的行政处罚。

五、吉林市市场监管局昌邑分局查处某加气站未按照规定实施充装前后检查、记录制度违法行为案

吉林市市场监管局昌邑分局执法人员依法对某加气站进行检查。经查,当事人对进站的车载气瓶进行充装时未按照规定实施充装前后的检查、记录制度。当事人上述行为违反了《中华人民共和国特种设备安全法》相关规定,吉林市市场监管局昌邑分局依法作出罚款的行政处罚。

六、舒兰市市场监管局查处某粮食有限公司生产销售假冒专利大米案

舒兰市市场监管局执法人员根据移送线索对某粮食有限公司进行检查。经查,当事人在“超级小粒王”专利号:201630607962.3已终止情况下,灌装50袋印有上述专利号大米售出。当事人上述行为违反了《中华人民共和国专利法》相关规定,舒兰市市场监管局依法作出罚款的行政处罚。

七、辽源市市场监管局查处某餐饮店使用未经检定计量器具行为案

辽源市市场监管局执法人员依法对某餐饮店进行检查。经查,当事人使用的电子秤没有检定合格证书,经检定人员现场检定,误差超过国家规定标准。当事人上述行为违反了《中华人民共和国计量法》相关规定,辽源市市场监管局依法作出

没收不合格产品并处罚款的行政处罚。

八、柳河县市场监管局查处某电动自行车行销售不符合国家标准产品违法行为案

柳河县市场监管局执法人员依法对某电动自行车行进行检查。经查,当事人销售的两台电动自行车(额定电压48V)安装60V蓄电池,电池容量与产品合格证参数不一致,不符合GB17761-2018《电动自行车安全技术规范》标准。当事人上述行为违反了《中华人民共和国产品质量法》相关规定,柳河县市场监管局依法作出没收违法所得及罚款的行政处罚。

九、松原市市场监管局查处某加油站使用不合格计量器具案

松原市市场监管局执法人员根据指管辖对某加油站进行检查。经查,当事人使用的监控微处理器非原厂生产,加油机主板计量程序与原程序不符。当事人上述行为违反了《中华人民共和国计量法》相关规定,松原市市场监管局依法作出没收加油机及违法所得并处罚款的行政处罚。

十、梅河口市市场监管局查处某车行销售不符合国家标准产品违法行为案

梅河口市市场监管局执法人员委托质检院对当事人销售的某品牌电动自行车进行抽检。检测报告结论为该款电动自行车蓄电池改装装置不符合GB17761-2018《电动自行车安全技术规范》标准。当事人上述行为违反了《中华人民共和国产品质量法》相关规定,梅河口市市场监管局依法作出没收不合格产品及罚款的行政处罚。

下一步,全省市场监管部门将针对民生领域各种违法行为,持续开展专项执法行动,保持高压态势,从严惩处。切实维护消费者和经营主体的合法权益,不断增强人民群众的获得感、幸福感、安全感,为健康有序的市场环境保驾护航。