

50克金饰立省5000元

# 这届年轻人是懂黄金的



消费者在金店选购金饰。



店员整理柜台内的黄金首饰。

在火热的购金潮中,一些年轻人发现了更具性价比的方法:50克重的金饰,最多可立省5000元。

这就是打金——将黄金原料或旧金饰品加工成新饰品。美团数据显示,2月以来,“打金店”“打金铺”的搜索量同比增长213%,相关评价和笔记条数增长超180%。打金戒指、打黄金手镯成为热门搜索词,20岁至30岁用户占比近四成。

从质疑到理解,再到成为“淘金”主力军,曾经对金饰“不感冒”的年轻人,为何追捧打金?

## 打金也“打”价格

“从去年年初到现在,很多人拿着旧的黄金首饰来打金。”北京某打金店店长陈康博说,这主要是因为打金的高性价比。

陈康博向中新社国是直通车介绍,打金的工费通常比品牌店成品金饰的加工费更便宜。相比于直接购买成品,打一克黄金的工费成本会省将近100元。如果是50克重的金饰,打金最多可节省近5000元。

除了高性价比外,打金还能满足年轻人的个性化需求。

南京姑娘杨美琪春节前在打金店做了一条精致的黄

金手链。她说,近两年金价不断上涨,购买金饰不仅能佩戴还可以当做投资。对比下来打金更便宜,而且也能做成自己独一无二的款式。

中国市场学会副会长朱勇毅对国是直通车表示,金价上涨、春节消费旺季和年轻人消费观念的变化是推动近期打金热潮的主要因素。同时,小红书、微博等社交平台的推动,也吸引了更多年轻人尝试打金。

国是直通车搜索发现,在社交平台上,年轻人分享买金、囤金、打金的内容热度极高。在小红书上,关于“打

金攻略”“金饰”等相关笔记将近10万条。

近年来,金价持续处于历史高位且屡创新高,引发了全球对黄金的避险情绪和投资热情。据中国黄金协会统计数据,2024年我国黄金消费量达985.31吨。其中,金条及金币消费量达373.13吨,同比增长24.54%。

“随着全球对黄金的投资热情高涨,过去对黄金兴趣不大的年轻人也逐渐参与其中,使得黄金在投资和消费领域都受到了更多关注。”北京师范大学教授、经济学家万喆表示。

## 折射消费心态改变

“与其买包,不如买金”,打金走俏背后,也是年轻消费者心态的改变。

用杨美琪的话说,现在的年轻人消费越来越理性,会更多考虑消费品的实用和保值。

万喆观察到,Z世代年轻人对黄金兴趣增加,不仅是受传统观念和美好寓意影响,也将黄金视为一种重要

的理财工具。

另一方面,年轻消费者爱上古法黄金首饰,也离不开国潮文化的影响。打金热潮背后,是传统与现代结合、复古与创新融合的消费趋势,体现了消费市场的潜力和方向。

在朱勇毅看来,对打金的追捧反映了当下年轻人消费行为的三大特点:追求高

性价比、个性化需求增加、认同传统与现代相结合。

他分析说,在打金过程中,消费者可以直接参与设计,体验感增加,符合年轻人消费心理。而打金让手工定制等传统工艺重新受到关注,也反映了年轻消费者对传统文化的认同和尊重。传统审美与现代设计相结合的“新国潮”,成为年轻人的新追求。

## 未来前景如何?

随着打金热潮兴起,越来越多金饰设计师和精湛手艺人进入这一领域。

朱勇毅认为,定制化服务和黄金回收业务将迎来新发展机遇,不过也面临金价波动、消费淡季、市场竞争等挑战。

市场越喧哗,越需要冷

静思考。万喆提醒,投资方面,黄金市场的波动和投资风险需要综合考虑,要保持谨慎;消费方面,建议量入为出,保持理性;供给端方面,要加快创新发展,进一步拓宽消费空间和渠道,以满足新消费需求。

对于2025年黄金走势,世界黄金协会预测,金价有望创下近10年来的最佳年度表现。不过,美国的经济和政策将成为影响黄金市场的重要变量,中国和印度仍是全球最大黄金消费市场。

据中国新闻网

## 网络平台交易三项新指引发布 平台不得 删除屏蔽消费者评价

市市场监管局近日公布《网络交易平台经营者服务协议和交易规则合规指引》《网络交易平台经营者信息公示与披露合规指引》《网络交易平台经营者禁限售商品管理合规指引》。指引提出,平台不得编造、修改、删除、屏蔽消费者的评价信息。

### 不得前置好评后置差评

按照《网络交易平台经营者服务协议和交易规则合规指引》的要求,网络交易平台经营者应当对申请进入平台销售商品或者提供服务的经营者的身份、地址、联系方式、行政许可等主体信息进行核验、登记,建立登记档案,并至少每六个月核验更新一次。鼓励网络交易平台经营者根据平台内经营者的投诉举报、违法违规处置、消费者信用评价等情况,对平台内经营者信用状况进行评价、公示与分类管理。

记者注意到,指引对消费者的真实评价予以保护。按照指引要求,网络交易平台经营者不得编造、修改、删除、屏蔽消费者的评价信息;不得采用将好评前置、差评后置等误导性方式展示信息。

此外,为了保护消费者个人信息,指引提出,网络交易平台经营者不得采用一次概括授权、默认授权、与其他授权捆绑、停止安装使用等方式,强迫或者变相强迫消费者同意收集、使用与经营活动无直接关系的信息。收集、使用个人生物特征、医疗健康、金融账户、个人行踪等敏感信息的,应当取得消费者的单独同意。

指引还要求,未经消费者同意或者请求,不得向其发送商业性信息。发送商业性信息时,应当明示其真实身份和联系方式,并向消费者提供显著、简便、免费的拒绝继续接收的方式。

### 自动续费前五日要提醒

“虚拟人”直播带货应有显著标识。按照《网络交易平台经营者信息公示与披露合规指引》的要求,利用人工智能、数字视觉、虚拟现实、语音合成等技术展示的虚拟形象从事网络直播营销的,应以显著方式予以标识。

此外,网络交易平台经营者在其平台上开展自营业务的,应当以显著方式区分标记自营业务和平台内经营者开

展的业务,不得误导消费者。同时,应当根据商品或者服务的价格、销量、信用等以多种方式向消费者显示商品或者服务的搜索结果;对于竞价排名的商品或者服务,应当显著标明“广告”。

为了让消费者对搭售商品一目了然,指引提出,网络交易平台经营者以直接捆绑或者提供多种可选项方式向消费者搭售商品或者服务的,应当以显著方式提醒消费者注意。提供多种可选项方式的,不得将搭售商品或者服务的任何选项设定为消费者默认同意,不得将消费者以往交易中选择的选项在后续独立交易中设定为消费者默认选择。

为了避免消费者在不知情的情况下“被自动续费”,指引提出,网络交易平台经营者采取自动展期、自动续费等方式提供服务的,应当在消费者接受服务前和自动展期、自动续费前,以显著方式提醒消费者注意,由消费者自主选择,不得默认勾选、强制捆绑开通或者限制取消自动扣费功能;在服务期间内,应当为消费者提供显著、简便的随时取消或者变更的选项,并不得收取不合理费用。

### 禁限售商品应有清单

哪些商品在网络交易平台禁售或限售,应有规范并予以公示。《网络交易平台经营者禁限售商品管理合规指引》提出,网络交易平台经营者应当制定涉及禁限售商品的内容清单,并制定不得直播带货的商品范围规范并公示;同时鼓励网络交易平台经营者在抽检过程中引入“神秘买家”制度等,全方位落实禁限售商品管理。

网络交易平台经营者对平台内经营者禁限售违法行为采取警示、暂停或者终止服务等处理措施的,应当自决定作出处理措施之日起一个工作日内予以公示,载明平台内经营者的网店名称、违法行为、处理措施等信息。 据《北京晚报》