

# 年轻人热衷“买金”为哪般

今年以来，黄金价格一直“贵”气十足，饰品价格更是一度超过600元/克。金价的强势表现，也在消费者中掀起了一阵购金热。近期，金价虽然迎来持续回调，但人们对黄金的消费热情依然不减。连日来，记者探访我市多家金店发现，如今的黄金市场已不再是老一辈人的专场，越来越多的年轻人加入买金大军。特别是对那些融入国潮、中国风的黄金饰品，很多年轻人直言“毫无抵抗力”。

## 年轻人加入“买金”大军

五一氏金店饰品每克530元、老凤祥银楼每克551元……10月11日，记者在多家金店、百货商场黄金饰品专柜看到，不同品牌黄金饰品挂牌价稍有不同，但都稳定在500元以上。不少品牌实际销售时会在加工费上有所优惠，以吸引消费者购买。“最近国际金价有所回落，但金价零售价仍处高位，基本都在每克500元以上，8月中下旬最高时，单克价格甚至一度达到600元。”新建路一家老字号金店的工作人员表示，去年同期金价在450元左右，一年时间涨了差不多100元。

经历了一段“狂飙”后，黄金价格在近期来了一个“急刹车”，但人们消费热情依旧挺高。在羊市街的五一氏金店黄金饰品专区，一

对情侣正在挑选时尚金饰。小伙子表示，以前觉得黄金“土”，现在却非常“上头”。“一直想买金饰。最近黄金降价了，今天就一起过来看看有没有合适的。黄金是‘硬通货’，就算是降价，过段时间也可能涨回去，现在低价买入也算是一种投资。另外，黄金饰品的款式也越来越好了，有些都成了网红款时尚单品。”

10月7日是“90后”叶泷的29岁生日。在这一天，他专门为选购了一款造型现代的网红款男士金箍手镯。叶泷表示，高颜值的黄金饰品，突然成了身边一些同龄人追逐的热门品类。不同于以往长辈比金价、算克重，现在他们购买金饰，更多是为“悦己”付费。

## 攒金成为储蓄新选择

从目前消费看，购金主要有五大群体，包括婚庆采购、为宝宝采购、给父母做寿和为自己添新款，此外还有以保值、收藏、馈赠亲友等需求为主体的金品消费。其中，市场一个最大的亮点，就是年轻化、时尚化的消费快速崛起。”钟楼街老凤祥银楼黄金饰品的销售人员介绍，黄金消费者的年龄已扩容到20多岁的年轻人。近年来，随着黄金工艺、产品造型的突飞猛进，各黄金珠宝品牌都在有意识地靠近年轻人。古法金、国潮风等网红金饰引领，掀起了时尚、精致、美观的年轻消费潮。

尽管近期金价出现“跳水”，但市场普遍看好后市表现。而黄金饰品设计的多元化、其本身的保值属性，也让年轻人的买金意愿增强。在他们看来，黄金饰品平时可供佩戴，资金紧张时又能足额甚至超额变现，是一种“稳赚不赔”的消费方式。

“90后”小方参加工作不久，给自己定下了一个“小目标”——每月攒一颗小金豆。小方告诉记者，“攒金豆”是当下不少年轻人流行的理财方式。每隔一段时间买几颗，具有较强的储蓄、变现功能。

## 时尚+悦己多重驱动

国庆期间，消费者路女士买了一款重11.2克的黄金“无事牌”送给男友。“黄金饰品不仅保值，在设计上也越来越具有时尚感，尤其是融入国潮风设计的金饰确实很有吸引力。”路女士说，主要还是为佩戴，只要以后价格不降太多就行，对金价的波动倒不是很在意。“买了黄金好像觉得没花钱，就是把钱换了一种形式，暂时存上了，到需要用钱的时候，可以变现。”

“平安扣、无事牌、生肖坠等，这些融合了传统文化艺术与现代流行元素的黄金饰品，都稳稳拿住了年轻人的潜在心理需求。另外，有些黄金品牌还与国内外知名IP联名，

如西游记、哆啦A梦、哈利·波特等，撩拨着年轻人的心，就算加工费不菲，为了‘时尚悦己’也会考虑一下了。”柳巷商业区一品牌金饰的营销负责人说。

黄金的热潮还在继续。不过，对于当下的购金热，业内人士提醒，黄金回收只是根据黄金克数以及国际金价进行回收，回收价格相比饰品购买价格会低很多。购买黄金饰品进行投资的性价比较低。对抱有投资心理的消费者来讲，在购买黄金产品时一定要多关注黄金的纯度，且一定要注意回购渠道、要求，以及金价波动等因素，不要盲目跟风购买。

记者 梁丹

## 晋侯鸟尊 商代鸮卣 醋坛酒瓶

### 太原城市冰箱贴大热



在刚刚结束的中秋国庆假期中，兼具地域特色且便于携带的城市冰箱贴爆火，不少年轻人在社交平台晒出自己的“心头好”。连日来，记者在钟楼街看到，原本普通的冰箱贴被玩出了新花样，除了传统的古建、文物、卡通萌宠，文创店里关于冰箱贴的文创产品花样繁多，甚至连奶茶店、咖啡店也推出了相关主题的城市冰箱贴，让人不由感叹“杀疯了”！

大多数与此相关：要么晒越来越多的冰箱贴“全家福”，要么将重复的冰箱贴卖掉，或者与其他网友交换。

记者在食品街某奶茶店体验了一把买奶茶送冰箱贴活动，领到了一枚太原城市冰箱贴，图案是拿着放大镜的“卡通狄仁杰”。据店员介绍，城市冰箱贴是品牌方于去年7月起推出的周边产品，目前开发出近200款产品，新店开业期间向顾客赠送。记者发现，今年开始，城市冰箱贴骤然升温，参与群体主要为年轻人。“我经常在网络平台上分享太原的周边文创好物，这几天，不少外地网友问我能不能帮忙代买冰箱贴。”和记者一同排队的山西大学学生郝一凡表示，“自己玩玩就行，代买太麻烦了。”

## 旅行打卡不二证明

两节期间，成都女孩粥在朋友圈里晒出了太原旅游的“战利品”——城市文创冰箱贴，有山西博物馆的晋侯鸟尊、商代鸮卣，还有在文创店里买到的醋坛子、汾酒瓶等，其中最让她满意的是浓缩了“山西景点”的冰箱贴，如双塔寺、云冈石窟、平遥古城……布局精巧，“38元一个，吃饭没怎么花钱，买冰箱贴花得最多！”

太原女孩小沐今年年初迷上了收集城市冰箱贴，她在社交平台发布的笔记，绝

## 记录城市美好回忆

每一枚冰箱贴，都是一次“到此一游”的纪念。记者发现，冰箱贴文创在设计上加入每个城市的地域文化、饮食特色、地标建筑，材质主要有PVC软胶、玻璃、陶瓷等，

都能长时间保存。众多爱好者反映，年轻人普遍喜欢有城市主题元素的收藏品，大家可以对号入座自己的城市。很多年轻人认为，收集城市冰箱贴的想法与小时候干脆面集卡如出一辙，一旦被颜值和玩法戳中，就有些停不下来。试想一下，当你几乎收齐全国各地的城市冰箱贴，就差几枚，难免会有不配齐誓不罢休的感觉。

不少网友认为：“文创雪糕是快消品，吃完就没了，但是看到那个地方的标志物冰箱贴，就会回想起在那里旅游时的感觉……”记者询问了几位冰箱贴爱好者：如果你家冰箱被贴满没地方了，你还会考虑吗？有“发烧友”回答：“我会考虑换个大点儿的冰箱。”

记者 陈珊 文/摄

## 小学生爱玩“萝卜刀” 家长担心滋长暴力

快速甩出“刀头”，再一甩就回去了，秋季开学以来，一款名叫“萝卜刀”的玩具突然火爆。记者在省城多处走访发现，很多商店、文具店都在售卖“萝卜刀”，吸引众多小学生蜂拥购买。不少家长提出质疑，这样的商品真的适合孩子玩吗？

### 热销玩具

“阿姨，有萝卜刀吗？”“当然有！好几个款式呢！都是10元。”10月7日上午，在食品街一家店铺内，跟父母一起逛街的10岁男孩鹏鹏在店里买到了自己心心念念的“萝卜刀”。他随后兴高采烈地开始不断甩刀对着空气做出各种“截”“砍”的动作，玩得不亦乐乎。店主蔡女士告诉记者，“萝卜刀”其实是一款彩色塑料仿刀玩具，由于形状类似萝卜而得名。“萝卜刀”有多种玩法，基本的玩法就是将小刀垂下后收回；第二种玩法是通过手指打开一个小缝，然后快速甩出刀；第三种玩法是将刀倒过来，打开一条小缝后迅速捏紧，然后等待刀落回手中；第四种玩法是将出鞘的刀收回手掌中。

记者走访发现，除了街边店铺及地摊，我市多所中小学附近的文具店也都有“萝卜刀”销售。店家会将其摆放在店门口较为显眼的位置，个别店家还会在门口张贴“宣传语”，吸引小顾客进店购买。根据尺寸大小价

格也各有不同，售价多在5元、10元到20元不等。除此之外，还有“发光萝卜刀”“夜光萝卜刀”以及金属材质的“萝卜刀”和形似水果刀的“长款萝卜刀”等款式。“现在这个玩具基本小学生人手一个，都上了好几回货了。”新建路一家文具店老板说。他详细地介绍了不同款式的价格，还展示了由“萝卜刀”衍生出的玩具“萝卜枪”“萝卜梳子”等。

### 需要引导

不少玩“萝卜刀”的孩子表示，因为同学们都有，自己没有的话显得太不合群，所以必须得买。这个玩具看起来很炫酷又容易买到，还让他们感到轻松解压。但不少家长表示，“萝卜刀”总伴有各种“插”“刺”“截”的动作。虽然是玩具，但可以像刀一样插出去。潜意识里可能会激发小学生的不良行为，容易培养暴力导向。虽是塑料的，但稍用力将其插在手臂上还是会有痛感。如果学生带到校园里拿着尖刀跑来跑去，万一摔倒或者失控插向同学，也有可能造成伤害。

在学府东街某学校小学六年级任教的李老师表示，“不同于玩具枪，真刀是现实中很容易获得的工具。玩‘萝卜刀’的一系列举动，可能会增加孩子使用真刀时做出同样举动的风险。”

小学生正处于最喜欢模仿的年龄段，很多孩子喜欢模仿影视剧里的画面来舞弄玩具刀，潜移默化中，“萝卜刀”可能成为孩子们认为可以随意使用的“武器”。据此提醒广大家长：如果孩子喜欢玩“萝卜刀”玩具，家长要做好监护和引导，要求孩子不能伤害到别人身体，不要将此类玩具带进学校。

记者 孙耀星 文/摄

