

年轻人热衷“买金”为哪般

今年以来,黄金价格一直“贵”气十足,饰金价格更是一度超过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,越来越多的年轻群体加入买金大军。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

五一百氏金店饰金每克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,但金饰零售价仍处高位,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。在羊市街的五一百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看了,有些都成了网红款时尚单品。”

10月7日是“90后”叶洸的29岁生日。在这一天,他专门为自己选购了一款造型现代的网红款男士金箍手镯。叶洸表示,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。不同于以往老一辈人比金价、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。”钟鼓楼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。

攒金成为储蓄新选择

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,都稳稳拿捏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,回收价格相比饰金购买价格会低很多。购买黄金饰品进行投资的性价比比较低。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 商代鸛卣 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火爆,不少年轻人在社交平台晒出自己的“心头好”。连日来,记者在钟鼓楼街看到,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”!

旅行打卡不二证明

两节期间,成都女孩粥粥在朋友圈里晒出了太原旅游的“战利品”——城市文创冰箱贴,有山西博物院的晋侯鸟尊、商代鸛卣,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,买冰箱贴玩得最多!”

太原女孩小冰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

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。“我经常在网络平台分享太原的周边文创好物,这几天,不少外地网友问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。”

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地方了,你还会考虑吗?有“发疯友”回答:“我会考虑换个大小儿的冰箱。”

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”的玩具突然爆火。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“戳”“砍”的动作,玩得不亦乐乎。店主蔡女士告诉记者,“萝卜刀”其实就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“捅”“刺”“戳”的动作。虽然是玩具,但可以像刀一样捅出去。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,但稍用力将其捅在手臂上还是会有痛感。如果学生带到校园里拿着尖刀跑起来,万一摔倒或者失控捅向同学,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说,“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

