

金银珠宝不好卖，“大妈”哪儿去了

一季度零售额同比大跌22%，创6年来最大跌幅

■记者 朱蓉

数年前，让“中国大妈”一举成名的囤金大战似乎透支了国人对购买金银珠宝的热情，国内黄金珠宝的销售在过去一段时间内长期低迷，而这一低迷在2016年迎来了新的历史低点。

4月20日，据中华全国商业信息中心检测公布的数据显示，2016年一季度，全国百家重点监测百货零售商金银珠宝类商品零售额同比大跌22%，为近6年来最大跌幅。而从市场几大珠宝品牌，如周大福、周生生、六福珠宝等近期公布的2015年财报看来，利润、销售额均有不同额度的减少。

号称是交易里最保值的黄金珠宝，在市场交易中也不灵了吗？

珠宝店摇身变成服装店

2013年至2014年，黄金价格持续下跌，中国消费者展示出来的疯狂购买力让“中国大妈”这个称呼开始流行。不过，在那前后进入黄金珠宝市场的小本生意人却未能如预期的赚到钱。

2年前，罗先生在中山路上开的一家“新风祥”黄金珠宝店，已于年前结束了自己的生意，“本想趁着好行情做个好生意，但现在准备做点其他买卖了。”

据他介绍，店铺开业时也曾红火了一段时间，但后来便一直销售冷淡，店内店员的工资以及面门的租金让他喘不过气来，最终决定结束运营。4月20日，记者看到这里已

数据

零售、品牌销量双降

曾经被卖场视为拉动销售的黄金珠宝，如今也开始有点步履艰难。据中华全国商业信息中心监测数据显示，2016年1月至3月，全国百家重点百货零售黄金珠宝类商品零售额同比下降22%，较上年同期下跌14.1%，为该品类在近6年来同期销售的最大跌幅。

公司

行内著名品牌开始关店调整

事实上，2015年开始，黄金珠宝行业的著名品牌便开始陆续出现销量下跌、关店调整等现象。4月14日，六福集团发布截至2016年3月31日的2015财年第四季度财报显示，集团旗下整体销售下跌达27%，其中，内地市场同店销售下跌19%，港澳地区下跌28%。从品类区分来看，四季度整体黄金业务销售下跌28%，其中内地市场黄金业务下跌27%。

在上个月发布2015全年财报的香港周生生则表示，该集团2015年营业额较2014年下滑1%，其中珠宝零售业务利润为10.07亿港元，大跌20%。而作为我国最大的珠宝集团，周大福的日子也不太好过。据该集团最新

成为女士服装店。而在这家店对面，原本做着翡翠玉石生意的门店也已悄然变身男装店。

商家大力促销人流仍少

“珠宝零售生意并不好做，我已经开始转行做黄金饰品的微商批发了。”一位曾担任某品牌湖南区域主要负责人的孔先生如此告诉记者。

4月20日，记者在长沙市各大卖场黄金珠宝售卖区看到，虽然不是工作日和集中活动期，但商家依然卖力地做着促销。例如，在五一商圈内的几家卖场，各品牌均推出了不同程度的满减、满赠活动。

“天气不好，也不是节假日，顾客不是很多，但是我们的活动力度其实是很不错的。”黄兴中路步行街上一家周大福专卖店的员工说。

记者注意到，为进一步拉动销售，过去“身份尊贵”的黄金珠宝品牌已开始主动参与到商场推出的促销整体活动中来，在长沙某卖场2月所做的一场整体促销活动中，黄金珠宝一改过去“不领券、不赠券”的态度而成为“领券柜台”，也有部分品牌趁着销售低潮开始装修店面，以期能够获得更好的销售业绩。

据记者了解，除个别大力度促销的卖场外，今年一季度，长沙多个卖场出现了黄金珠宝品类销售同比不同程度的下降，但商家对后期市场依然保持乐观心态。

数据显示，2011年至2013年，黄金珠宝品类在百家大型零售企业销售额增长率分别为60.5%、13.1%和20.3%，是拉动整体零售额增长的重要动力，而2014年、2015年开始出现增长乏力，分别出现3.9%和7.9%的跌幅，直至2016年一季度跌幅扩大至2位数。

一期2015财年第三季度财报显示，周大福同店销售按年下跌15%，零售值按年下跌11%。

值得关注的是，周大福表示，2016年在内地的开店步伐将不能按预期的150-160家进行，这一规模将减少到50-60家，缩减比例超过6成，而周生生在2015年也在内地关闭了10家门店。在湖南，2015年，随着万达百货整体从长沙开福万达广场撤出，曾位于该商场3楼的周大福、周生生、六福等众多行业内重要品牌专卖店也关闭了在该卖场的门店。4月14日记者在该商场原楼层看到，原本为珠宝售卖的一层里已经“面目全非”，正在进行装修调整。



各大珠宝商推出了不同程度的满减、满赠活动，但前来购买的人依然稀少。

行业

提前购买透支消费 投资需求也在放缓

原本是“春节+婚庆”概念的黄金销售期，同比却出现如此大幅度下跌，背后究竟原因为何？

“2013年是黄金珠宝销售的爆发期，提前消耗了大部分的购买力。”长沙市一珠宝卖场相关负责人认为，在经济下行的特殊时期，黄金作为生活的非必需品，消费者的购买需求在减弱，大部分人还是更愿意把资金投入到了日常生活必需品的消费中去。

不过，他也表示，虽然黄金饰品的消费潜力在减弱，但该卖场价格在1万元以下的钻石饰品销售却保持平稳的态势，“经过多年来的品类营销，钻戒已经成为年轻消费者心中结婚时不可缺少的一件珠宝。”

此外，一项来自世界黄金协会的投资报告中也认为，在持续了10年的购买热潮之后，我国的黄金需求开始逐渐降温，这主要受到的是我国经济增速放缓和信贷市场政策收紧的影响，“2013年金价下跌后，中国投资者和珠宝买家纷纷逢低买入，掀起一场购买热潮，而就算金价再度下跌，中国市场也无法再保持过去的高速增长。”



快讯

细化征管事项明确 保障营改增顺利实施

记者20日获悉，税务总局已下发公告，对全面推开营业税改征增值税试点有关税收征管事项进行了细化明确。

据公告，为确保首期申报顺利完成，延长了纳税申报期。5月1日新纳入营改增试点范围的纳税人，6月份增值税纳税申报期由6月15日延长至6月27日。

公告同时明确兼营增值税、营业税业务小微企业享受税收优惠方式，即增值税小规模纳税人应分别核算销售货物、提供加工、修理修配劳务的

销售额和销售服务、无形资产的销售额，月销售额不超过3万元（按季纳税9万元）的，自2016年5月1日起至2017年12月31日，可享受小微企业暂免征收增值税优惠政策。

在发票方面，税务总局表示，5月1日起，地税机关不再向试点纳税人发放发票。试点纳税人已领取地税机关印制的发票及印有本单位名称的发票可使用至6月30日，特殊情况经省国税局确定，可延长使用期限，但最迟不超过8月31日。 ■据新华社



经济信息

“国美管家”正式推出 剑指万亿后服务市场

随着家用电器的智能化水平的不断提高，家电结构日趋复杂，对维修人员的专业素质和技能提出了更高要求。但是目前看来，售后服务行业积弊重重，存在价格不透明、易出故障、返厂维修服务周期长，以及诚信危机等多重弊病。

作为我国最大的家电零售连锁企业，国美依托O2O资源优势，率先发力家电后服务市场，推出“国美管家”，用户只需关注“国美管家微信公众号”，即可享受基于家电的全方位上门服务。国美通过优质服务强化与消费者的黏性链接，创建新的服务生态。

据了解，国美管家的售后路径是借助移动互联网的东风，以国美会员为基础来渗透至周边消费者，搭建“自营+第三方平台”的售后平台，聚集专业的维修人员，提升服务体验，

形成“购买-清洗-维修-回收-再次购买”的家电生命周期的闭环。值得一提的是，国美管家提供家电回收服务，帮助消费者在可靠渠道回收旧家电，排除废旧家电健康隐患和流入二手市场的隐患，通过这种增值服务保障消费者的经济利益和身心健康，也避免了隐私信息泄露。

“电子保修卡”、“电子说明书”功能为行业首创，纸质信息可通过国美管家进行电子化，消费者仅需轻轻点击，便可查看电器的使用、维护、保修等详细信息，从此摆脱保修卡、说明书找不到的烦恼，方便透明。除提供基本的家电维修外，国美管家更囊括了一系列的“贴心管家”服务：随时查看、贴心提示、新奇玩法、创意生活，为消费者提供家电维修、娱乐互动、生活咨询等全方位生活信息服务。