

“90后”迷上攒金豆，“感受储蓄的快乐”

黄金消费快速回暖 更时尚化的产品让年轻人成为消费主力

黄金店人头攒动，主角不再是“中国大妈”。

“买一个四五十克的古法手镯，已经不算门店大单了。很多年轻姑娘买黄金，一买就是200多克，结婚

需要准备的‘三金’也升级到了‘五金’。”2月13日，谈及2023年开年后黄金消费市场，从事黄金“以旧换新”业务的长沙人钟小姐直言“很兴奋”。

中国黄金协会最新发布的数据显示，今年春节到元宵节期间，我国黄金消费同比增长18.2%，呈现出快速回暖的势头。三湘都市报记者走访发现，更年轻化、时尚化的产品，让“90后”甚至“95后”成为黄金消费的主力；消费者人群和偏好的新变化，也让传统的古法黄金工艺焕发新生机。

■三湘都市报全媒体记者 黄亚苹
实习生 丁欣 盛涛



2月13日，在长沙市泊富icity美好生活中心内，消费者正在门店选购黄金饰品。实习生丁欣摄

行业

黄金消费快速回暖 年消费量有望突破1100吨

黄金消费有多猛？中国黄金协会公布的最新数据显示，2023年春节到元宵节期间，国内黄金消费同比增长18.2%，呈现出快速回暖的势头。2019年至2022年，我国黄金消费量分别为1002.78吨、820.98吨、1120.9吨、1001.74吨。

“2023年黄金消费市场的发展机遇较大，消费进一步释放，消费量有望再次突破1100吨水平。”中国黄金协会党委书记、副会长张永涛在接受媒体采访时表示，春节期间兔年生肖产品、古法金饰品及硬金销量最好，金币、投资金条等投资类产品有一定程度增长。

黄金消费快速回暖背后，离不开年轻人对金器的改观。《2021中国黄金珠宝消费调查白皮书》显示，中国黄金珠宝消费主力逐渐年轻化，金店主要消费人群年龄集中在25岁至50岁，其中，25岁至35岁群体的消费比例高达75.59%。

值得一提的是，为了吸引年轻人，黄金企业更是动作频频，推出3D硬金、古法黄金、珐琅金等制作工艺。如，“弄潮儿”周大福就先后跟射击手游《暗区突围》、迪士尼、三丽鸥玩起了“时尚联名”；周生生推出的小克重金耳钉、金戒指同样不乏追随者。

“按克重计费，哪天不喜欢了再加点钱换个新的。”业内人士认为，年轻人买金饰是看中了黄金类商品的保值属性及品牌提供的以旧换新服务，普遍认为，“攒金豆”这种理财行为比买基金、炒股更稳妥，进而带动了年轻人的消费热情，“跟风式理财不可取，无论采取哪种理财方式，年轻人都需要培养独立思考、及时止损的能力。”

汽车经销商去年超四成亏损 今年二季度行业或迎来复苏



三湘都市报2月13日讯 据中国汽车流通协会发布的“2022年全国汽车经销商生存状况调查报告”，去年汽车经销商盈利面不足三成，超四成经销商亏损。今年的汽车经销行情又将如何？2月13日，三湘都市报记者采访了湖南省汽车商会、汽车经销商等行业人士，听听他们如何说？

【调查】去年有经销集团一半的4S店亏损

“去年我们卖了6.5万辆车，营收123亿多元，亏了6500万元。”2月13日，湖南兰天集团董事长汤国华接受三湘都市报记者采访时透露。汤国华介绍，目前他们集团拥有25个汽车品牌65家4S店，去年大概有一半的4S店是亏损的，“捷豹路虎、别克等几家店亏损最为严重。”

在去年的湖南汽车经销行业，像湖南兰天集团一样遭遇了业绩亏损的不在少数。“我们去年的经营情况也较困难。”湖南湘中集团营销管理中心常务副总经理朱湘瑜告诉记者，去年他们集团旗下的一些合资品牌销售受到了较大冲击，同时售后的总体进场规模、维修产值也受到了一定冲击。

2月7日，中国汽车流通协会发布“2022年全国汽车经销商生存状况调查报告”，仅29.7%的经销商实现盈利，相比2021年53.8%的盈利占比，几乎腰斩。

【探因】消费者购买力下降，价格战愈演愈烈

“受疫情影响，去年4S店开工不足，消费者的购买力也有所下降。”湖南省汽车商会会长马湘滨对去年汽车经销商亏损面扩大如此解释。对此观点，汤国华表示认同，“去年由于疫情，我们有近3个月没卖车。”朱湘瑜也表示，“马路上的人流、车流也较少，做保养的、事故的发案率等都相对低很多，因此售后总体的进场规模、维修产值也受到一定冲击。”

在马湘滨看来，去年经销商亏损还与汽车厂家定的销售目标太高有关，这导致市场出现过度竞争。“厂家让经销商压了不少车，为了消化库存经销商则打起了价格战。”

对此，朱湘瑜深有体会。他介绍，早在几年前，汽油车市场的竞争就已相当激烈，而去年价格战更是愈演愈烈，尤其是在十几万、二十几万元的车型上，动辄八折、七折的优惠，“这导致整体盈利很艰难。”与此同时，朱湘瑜还认为，在电动化趋势下，很多合资品牌的调整步伐却较慢，因此去年一些合资品牌4S店的盈利下滑明显。

■全媒体记者 胡锐

预测 二季度或迎来复苏

“随着政府相关政策的出台，预计今年二季度起汽车消费会慢慢得到恢复。”2月13日，汤国华预测。马湘滨表示，“购买力的恢复需要一定时间，今年市场一定会比去年好，但也会有压力。”

作为汽车经销行业的资深管理人，汤国华认为，当下除了政府要出台各种鼓励政策刺激消费外，汽车经销商也要积极采取措施自救。朱湘瑜也表示，虽然国家有购置税减半等政策，但这可能只会解决一定的规模问题，在解决经销商盈利的问题上效果有限。“目前经销商需要内部做成本优化，如人员的调整，品牌、产品结构的调整等。”



扫码看视频

市场

“90后”加入囤金大军 金豆、转运珠受追捧

“过了春节假期金店还这么多人，难怪有人说买黄金像买白菜。”2月12日，长沙市民小王前往黄兴南路步行街，准备购买金手镯、金项链、金耳坠、金戒指和金吊坠“五金”，“提前简单做了功课，趁着商场搞活动来看看。”

令小王没想到的是，在多个黄金饰品店内，导购接待选款甚至要排队，有人为谈婚论嫁添置金器、有人为周岁宝宝准备新年礼物、还有的打算买个转运珠赶走本命年的“倒霉运”。“金价从490元/克涨到530元/克，买金器的人却越来越多。”

上述钟小姐表示，“中老年人更爱买金饰”的固有印象被逐渐打破，年轻人成为黄金消费的主力军。“有些顾客囤小金豆当强制储蓄，有些会趁着大促满减时买按克重计费的手链、耳钉。”钟小姐明显地感觉到，2022年底开始，或许是受“国潮”影响，“90后”对传统文化越来越认同，也敢于消费。

三湘都市报记者了解到，比起动辄50克、100克的金条，轻至1克的“金豆”零售价固定在450元至500元之间，让经济实力一般的年轻人感受到了储蓄的快乐。“一颗颗金豆装在玻璃瓶里，就像小时候一枚枚硬币攒在存钱罐里，看得见也摸得着。”从去年开始攒金豆的“小刘”说。