

金价创历史新高

“一口价”黄金售价即将全线上涨

3月份,金价如火箭般蹿升,惊呆一众从业者和消费者。刚刚进入4月,金价立马又甩出一个“重磅炸弹”,首饰黄金价格全线突破700元/克整数关口。在黄金一路猛涨的势头下,原本“一口价”的金饰品即将迎来全线上涨。



1 首饰金价破700元/克大关

4月3日,周大福官网金价突破700元/克,足金(饰品、工艺品类)价格报703元/克。同时,市面上主流品牌黄金价格也达到或超过700元/克。

上海黄金饰品行业协会数据显示,4月3日老凤祥足金价格为700元/克,老庙足金价格也达到702元/克;4月4日周生生足金价格最

新报710元/克,周大福足金价格报709元/克。

3月份,此前一度疲软的国际金价迎来大涨行情,纽约金期价单月累涨超9%。国内金价也急速上行,3月上海黄金交易所AU9999金价累涨10%。

这波涨势延续到4月份。4月1

日,伦敦金现、纽约金期价再创历史新高。2日,AU9999金价收盘价达533.8元/克。很快纪录又被刷新,4月3日伦敦金盘中高点2288.21美元/盎司,纽约金盘中高点2308.8美元/盎司,2024年国际金价第7次刷新历史纪录,国际金价首次突破2300美元/盎司大关。

2 “一口价”金饰售价上调约10%

如今饰品金价突破700元/克,“一口价”黄金饰品与按克重的计价黄金饰品价格差距在缩小,记者走访周大福、周生生、潮宏基等多个在售“一口价”黄金的品牌柜台了解到,尽管当前没调价,但预计一周内各品牌都会陆续调整“一口价”黄金饰品的售价。

“已经发邮件了,标签到货就要换了。”潮宏基柜员明确表示调价在即。“4月12日就会调价,已经发内部通知了。”周生生已经通知了具体调价时间。周大福一门店的工作人员向记者确认,4月10日“一口价”黄金饰品会更换价格标签。

至于调价的幅度,各品牌并不一致。潮宏基工作人员告诉记者,调价后“一口价”商品每件上调约400

元/克-800元/克。周大福的导购则说每一件的涨价水平不一,涨幅至少10%,比如一款婚嫁的凤钗,当前售价45600元,涨价后是50800元;一款黄金手串当前售价18800元,涨价后为23800元。周生生4月12日“一口价”商品上调幅度为8%-10%,这几天小长假“一口价”的活动是一件88折,两件85折。

事实上,近年来“一口价”黄金备受关注,因为5D特殊工艺,这类黄金往往不以克计。“性价比高的当然是按克算的黄金,‘一口价’按克重折算下来的价格都比较高。”阪急某黄金品牌工作人员对记者说。

多家门店“一口价”的金饰单克价格大多在1000元左右。一般1克多一点的吊坠需要1300元左右,而

2克多一点的价格则在2300元左右,以此类推。导购员表示,因为“一口价”大多采用硬金技术,技术难度相对较高,所以工本费已经摊入商品中,每克单价确实要高一些,但除了金条之外,几乎所有的金饰都要工本费。

随着金价的不断上行,黄金资产也备受青睐,价格同样一路走高。一方面,是跟踪国内黄金现货走势的黄金ETF净值创下历史新高;另一方面,黄金股近期表现同样出色。

银行业人士表示,目前金价确实较高,不宜过分追涨,对于家庭资产配置而言,金价回调时可以考虑,与此同时,黄金投资不是以追求高收益率为目标,大家要保持长线投资思维。

记者 周雁

户外装备销量大增
轻量化、防晒速干成主流

这几天,去近郊徒步登山、踏青赏花,成了不少人拥抱春天的方式。

随着市民户外活动的增多,“装备消费”随之猛增。其中具有防晒速干功能且轻量化的产品逐渐成为主流,深受消费者欢迎。

4月3日,记者在江北一家户外体育用品卖场看到,户外专用的背包、帽子、防晒衣和水杯等用品被陈列在卖场的醒目位置。以户外防晒帽为例,货架上陈列着几十款颜色各异的产品。而从功能来看,防晒和速干成了关键词,一些帽子、防晒衣等产品的标签显眼位置就突出了这两大功能。

一位正在挑选户外服饰的顾客告诉记者,最近她和朋友约了几场周边地区的户外徒步活动。考虑到可能会被雨天影响,所以来买几件速干防风的户外衣裤。

卖场工作人员表示,今年春天徒步成了流行的户外活动。前段时间气温回暖,加上清明小长假的“加持”,相关产品卖得不错,“天气热,或者像这两天的下雨情况,服饰用品能否速干和防晒成了消费者的首要考量。为了满足这样的使用需求,目前卖场上的新款基本都是速干面料。”

此外,记者留意到,不管是桌椅帐篷还是服饰鞋帽,如今越来越多户外产品正在往轻量化方向发展。

不少徒步登山鞋、登山杖、折叠椅的重量远比外形看上去要轻便很多,而一些防晒服、速干裤掂起来更是几乎没多少重量。

“户外徒步火,运动装备的轻量化已经成为这一门类新标准。现在很多户外服饰或用品都应用了新式的材料,更便于穿搭携带。在减重的同时,也能更好地满足使用者的需求。”一位销售人员说。

除了实体店,线上户外用品一样处于热销状态。记者在各大电商平台看到,除了服饰类产品外,便携式水桶、餐垫和便携式炉具等野餐用品,登山杖、便携式板凳、背包等徒步小装备也有不俗的销量。

记者 黎莉文/摄



消费者正在挑选防晒帽。

市监人员为“购金热”护航

近日,消费者倪女士致电余姚市市场监管局,感谢市场监管部门的维权。“我拿23克的黄金首饰去某品牌店以旧换新,结果只换到新首饰12.5克,还倒贴了80元,幸好有市场监管部门为我主持公道。”

当时执法人员接到投诉后,立即展开调查,并从中调解,最终双方达成一致:消费者退还新首饰,金店以克为单位置换同价格商品给消费者。

近年来国际金价节节攀高,黄金消费不断升温,黄金首饰领域的消费纠纷也逐渐增多。余姚市场监管部门加强消费者保护工作,今年已成功调处相关消费纠纷10起,为消费者挽回经济损失近3万元。同时,还对投诉较多的黄

金首饰专卖店开展行政约谈,提出行政建议。

市场监管人员分析发现,黄金首饰纠纷中以“以旧换新”和“一口价”纠纷最多。有些消费者以为,“以旧换新”就是旧首饰花点加工费换等重的新首饰,或者以为“一口价”肯定要比论克买划算。一旦发现不是这么回事,往往已经钱付了、货提了。

因此,市场监管人员提醒消费者,在“以旧换新”、选购“一口价”黄金饰品时,要多看标签,多问计价方式,不要轻信销售人员的口头宣传,“不要光盯着首饰外观而忽略了其净重,要算一下平均每克的价格,搞清楚划不划算再下单。” 通讯员 张松高 陈武东 赵静

一周楼市速递

“以价换量”效应下,甬城二手房成交“六连升”

据南天·甬上找房平台数据显示,上周市三区(海曙、江北、鄞州)存量住宅成交量环比上升10.5%、成交总面积上升20.2%、成交总金额上升19.4%。

市三区存量住宅周成交均价24982元/㎡;其中:海曙区成交均价22100元/㎡,环比持平;江北区成交均价23216元/㎡,环比上升4.7%;鄞州区成交均价29265元/㎡,环比下降2.05%。

存量住宅面积段周成交占比情况:50㎡以下成交占比2.1%,环比下降50%;50-90㎡成交占比34.7%,环比下降3.1%;90-140㎡成交占比49.5%,环比下降4.4%;140㎡以上成交占比13.7%,环比上升140%。

住房租赁区域成交周占比情况:海曙区占比31%,鄞州区占比42.1%,江北区占比10.1%,其他区域占比16.8%;周成交环比上

升3.6%,月租金均价29元/㎡,环比持平。

上周楼市继续回温,新房、二手房成交量持续攀升。其中,二手房成交量实现“六连升”。尽管存在一定的以价换量现象,但从整体上看,这反映了置换改善需求的增加以及刚需自住需求的持续释放。

根据南天·甬上找房平台的数据显示,目前市三区成交套均总价在250万元左右,成交主力建筑面积在105㎡左右,尤其是300万元以下低总价房源挂牌价格的下调,提升了这类房源的吸引力。另一方面,房东对挂牌价格的下调,也反映了房东对当前和对未来市场预期作出反应,价格下调提高了这些房源的性价比,促进了房源的成交。

记者 余涌 通讯员 胡静