



在淄博商厦，齐鲁晚报·齐鲁壹点看到一楼珠宝首饰区域有不少购金的消费者，虽然是工作日，但几乎每个黄金品牌的柜台前都围着顾客。与之形成鲜明对比的是，几家钻石品牌柜台前，就显得些许冷清。

“五一”是金店的高峰期，活动力度也会比较大，预计四月中下旬，黄金饰品销售会更加‘火爆’。”韩硕说。

除此之外，线上的黄金销售也十分火热。

齐鲁晚报·齐鲁壹点发现，周大生、老庙、中国黄金等各大金饰品牌的抖音直播间内，每次开播都有几千甚至上万人参与，其价格也有优惠。另外，淘宝、京东等店铺内均有优惠券等活动福利。

对此，齐鲁晚报·齐鲁壹点从金店从业者口中得知，在黄金市场，网络销售对实体店影响并不大，因为黄金不等同于其他日用品，对于比较贵重的金饰，大多数顾客更愿意在线下实体店购买，尤其是知名大品牌和老店。

“在直播间购买黄金，一定要看清楚营业执照所在地，仔细鉴定是否是正品。”韩硕提醒，有些网购黄金的工艺就非常粗糙，市民线上购买黄金一定要慎重。

线下金店扎堆

“购金热”之外，线下金店扎堆成为黄金行情火爆的另一体现。

在淄博美食街这个寸土寸金的地段，共有10余家黄金珠宝店。“美食街金店很多，都快成为珠宝一条街了。”正在试戴金手镯的刘女士说。

线下门店集聚美食街，逐渐形成淄博的黄金珠宝商圈。

齐鲁晚报·齐鲁壹点发现，美食街上的珠宝店品牌众多，整条街上单是周大生就有3家店，相较于商场里的店铺，开在美食街的店铺面积明显要大。

在淄博商厦对面，天泰珠宝城、老庙、世纪缘珠宝、老凤祥、六桂福珠宝等品牌的店面几乎相邻布局。

除此之外，周围黄金回收、首饰加工的小店铺也有不少。

由此可见，各品牌聚集逐渐形成聚集效应，“美食街这里珠宝品牌较多，消费者在逛街的同时，就会到店里看看，很容易吸引客流。”韩硕告诉齐鲁晚报·齐鲁壹点，甚至有顾客特意从临淄、桓台以及周村来美食街的金店挑选黄金。

此外，各大商场一楼基本也都是珠宝品牌的阵地，齐鲁晚报·齐鲁壹点发现，在万象汇一楼，珠宝品牌店就有12家，其中包括周大生、老凤祥、中国黄金等7家黄金品牌店。

在淄博商厦，一层东侧也基本都是珠宝和黄金专柜。银座商城、万达广场一楼也有多家珠宝黄金店铺。

事实上，各大品牌珠宝聚集在一起也是商场的有意布局。珠宝店挨着开店，各大品牌之间既互相竞争又相互合作，逐渐形成一个小商圈，从而能够更好地引流顾客。

与此同时，品牌的聚集，也给消费者提供了更多选择。消费者通常愿意去一个有两家或更多家品牌的地方去购金，以便进行挑选和价格比较。

据了解，在一线品牌中，有的品牌是加盟商经营，有的品牌是直营，各珠宝品牌之间，打价格战的时代早已过去，店开得多也是市场营销策略，有利于提升品牌知名

度，把整个市场大蛋糕做得更大。

天泰珠宝名店中心路店店长魏新告诉齐鲁晚报·齐鲁壹点，金店数量增多，竞争自然就更激烈，为吸引客户，商家会更注重服务和产品质量。这对消费者来说是好事，选择的空间更大了。

其实，金店扎堆很容易形成商业地标，比如“金店一条街”“黄金商圈”等，在资源聚集下，各个品牌都能够借助集群效应吸引更多客流量。

而如今，金店的扩张仍在继续……

背后逻辑

“购金热”受到多重因素影响。

近期，美国排名第16的美国硅谷银行倒闭，或影响到近3000家企业，该事件引发市场恐慌。不少外国机构表示，担心硅谷银行破产像多米诺骨牌一样引起一系列连锁反应。

受到美国硅谷银行事件影响，国际金价一举突破前高。一时间市场的避险情绪被激发。3月13日，纽约商品交易所黄金期货市场交投最活跃的4月黄金期价比前一交易日上涨49.3美元，收于每盎司1916.5美元，涨幅为2.64%，使金价一举冲破1900美元/盎司的整数关口，创下6周新高。

加之世界经济依然存在诸多不确定性因素，其他投资手段收益风险加大，投资者避险情绪明显提升，这也在一定程度上助推了“购金热”。

近年来，年轻人投资意识逐渐增强，黄金作为举世公认的“硬通货”，自然也受到了年轻人投资眼光的青睐。

“一是好看，二是感觉能保值。”崔珍珍告诉齐鲁晚报·齐鲁壹点，她自己也一直有存“小金豆”的爱好。

据齐鲁晚报·齐鲁壹点观察，年轻人已成为黄金消费的主力军。“既是饰品又能保值。”老凤祥总店的销售顾问告诉齐鲁晚报·齐鲁壹点，现在买黄金对戒的情侣比较多甚至大学生也加入了购金队伍，另外还有为孩子添金的一家三口、为父母及自己购买黄金饰品的年轻人。

由于黄金本身价值，黄金饰品不仅能满足年轻消费者的理财需求还能满足其审美需

求。“看着好看就买了，以后不喜欢就直接找个店把它熔了重新打。”崔珍珍说。

除此之外，疫情结束，结婚人数明显增多，三金等需求也为黄金市场持续加温。

“影响金价的因素有很多，但网上所说的跌到二三百的价格，我认为这个可能性是很小的。”韩硕表示，金饰作为一个半刚需用品，虽然近期金价飙升，但已经定住婚期的顾客也不会因为金价上涨而放弃购买。

另一方面，黄金饰品既有消费品属性，又有投资品特征，黄金价格的上涨反而催生了买涨不买跌的“黄金热”。

“黄金类投资产品中，银行早在2022年10月就已暂停纸黄金的交易业务，目前只有实物贵金属、积存金，再就是黄金ETF基金。”中国银行产品经理张梓表示，投资金条和积存金在2月末到3月初的时候客户逢低布局买得比较多，现在金价较高，成交量相对少一点。