

“七夕”临近，近日，品牌珠宝商纷纷对饰品黄金价格实行优惠，部分头部珠宝商调整后的黄金饰品价格降至400元/克关口，有的公司对饰品金的优惠力度每克达近百元。

中国证券报·中证金牛座记者在北京多家金店走访时注意到，随着饰品金价格大幅优惠，不少消费者借助节日促销积极购买黄金饰品，部分店面黄金饰品成交现阶段性小高潮。

价格每克优惠近百元

记者在中国黄金门店了解到，目前，中国黄金饰品金价格为408元/克，每克已优惠70元左右，工本费另算。据门店销售人员介绍，这一活动从7月下旬开始，至少持续到“七夕”当天。价格大幅优惠也吸引了不少顾客购买。

“成交额比优惠活动推出之前明显增加了。”上述中国黄金销售人员对中国证券报记者表示，“确实现在各家都在做优惠，需要比拼品牌、口碑、款式、服务。”

周大生则推出黄金每克立减77元的活动。活动时间为7月27日至8月7日，优惠后的黄金价格约410元/克。

在周大生门店，记者看到不少消费者在积极选购饰品金，销售人员表示：“活动结束后就恢复原价了，现在的价格属于阶段性低点。”

此外，老凤祥、老庙黄金等知名品牌珠宝商针对黄金饰品推出了不同程度的优惠活动。其中，老凤祥每克优惠60元，老庙黄金则推出单件20克及以上的黄金饰品每克优惠40元，单件20克以下，每克优惠30元的活动。

有现场消费者向中国证券报记者反映，在推出“七夕”活动之前，多数珠宝商饰品黄金也有优惠活动。所以短期优惠力度并没有看起来那么大。但是，目前400元/克左右能买到饰品金，价格确实降了。

金投网数据显示，目前，品牌黄金饰品优惠前的报价相比7月初下跌了10元/克左右，相比7月低点上涨了20元/克左右。以周大福为例，8月1日，饰品金报价为498元/克，7月1日报价为507元/克，7月21日低点为479元/克。

数据显示，截至8月1日19:00，COMEX黄金报价1788美元/盎司，7月1日，COMEX黄金收盘报价为1812.9美元/盎司，7月21日，最低报价为1678.4美元/盎司。

除了黄金类饰品外，记者在多家金店观察到，钻石、彩宝等饰品折扣力度较大。以

中国黄金为例，该品牌钻石类产品活动期间推出4.7折优惠，引发消费者驻足。

9家黄金珠宝类公司发布业绩预告

截至8月1日，A股共有9家黄金珠宝类上市公司发布2022年半年度业绩预告，不确定1家、扭亏1家、首亏2家、续亏2家、预减2家、预增1家，已披露业绩预告的黄金珠宝类上市公司业绩分化明显。

部分品牌黄金珠宝类上市公司受疫情及闭店影响，业绩下滑较为明显。

莱绅通灵预计2022年上半年实现归属于上市公司股东的净利润为450万元，同比降95.54%。业绩变动的主要原因是，珠宝镶嵌类市场需求下降，公司各门店因防疫政策要求暂停营业，整体营业时间有所减少，主营业务收入减少。同时，根据公司经营战略和渠道策略，优化关闭了少量经营效果不佳的门店。

相比之下，涉“矿”类公司业绩相对表现较好。

山东黄金预计2022年上半年实现归属于上市公司股东的净利润为5亿元至6亿元，同比扭亏。业绩变动的主要原因是，公司2021年上半年出现亏损。自2021年下半年起，黄金产量逐步提升。随着产能的恢复，公司2022年上半年黄金主业盈利能力增强，持续巩固了向上向好发展态势。

紫金矿业预计2022年上半年实现归属于上市公司股东的净利润为126亿元，同比增长91%。主要得益于下属的塞尔维亚紫金铜业、刚果(金)卡莫阿铜业及西藏巨龙铜业等一批主力矿山如期建成投产、达产，公司主营矿产品金、铜等产量同比大幅上升，其中矿产铜产量上升约70%，矿产金产量上升约22%。报告期内，公司矿产金、矿产铜销售价格同比上升约2%、3.6%。此外，部分联、合营公司盈利能力提升。

光大证券研报显示，随着“七夕”和中秋节临近，在节日大促活动的催化下，黄金珠宝销售额或有提振机会。虽然未来金价走势仍然有一定不确定性，但考虑到黄金的避险及抗通胀特性，有利于提升消费者的消费意愿，预计2022年下半年黄金珠宝赛道或迎来环比改善的机会。

来源：中国证券报