

俗语说：“中国珠宝看深圳，深圳珠宝看罗湖，罗湖珠宝看水贝”。

近日，《国际金融报》记者跟随世界黄金协会一行来到温暖如春的深圳罗湖区水贝，走访多家企业生产车间，与一线企业对话交流，试图揭开金饰企业的神秘面纱。



▲图片来源：图虫创意

水贝的历史也是中国金饰制造业的历史。近年来，中国本土的黄金首饰制造企业经历了蓬勃发展期，但也曾陷入低谷，黄金珠宝首饰行业也经历了从限制到开放的不同阶段。

2013年，“中国大妈”勇闯黄金市场，开启了轰轰烈烈的“抢金潮”，一战成名。彼时，黄金首饰需求达到顶峰。可惜好景不长，2014年下半年开始，因为零售和市场的景气，加之金价断崖式下跌，以“中国大妈”为代表的投资者被深深套牢。

与此同时，消费锐减，产能过剩，导致竞争愈演愈烈，利润微薄、周期冗长，水贝黄金首饰行业进入低谷期。

机器无法完全替代人工

不仅商场内的展销柜台颇有小商品批发市场的“做派”，金饰生产车间也十分“接地气”。

走进位于深圳福田区的峰汇珠宝生产车间，映入眼帘的便是一大片首饰加工生产的机器，“当啷当啷”的机器运作声不断传来，轰鸣声盖过了人们交谈的声音，需要放大音量或者离得很近才能听清身边人的讲话。



▲摄影：李岚君

如果不是放置在门口的金属检测仪器，层层紧闭的防盗门，还有操作台上货真价实的黄金，你很难想像这些精巧玲珑的金饰是在这样一间毫不起眼的工厂生产出来的。随着调研的深入，记者渐渐理解这句话，“金饰生产和普通加工制造业没有任何区别，甚至比其他加工业要求更高”。

黄金首饰的一般加工工艺流程包括：起版→铸腊→倒模→抛光→执模→压光→车花→QC（检测）→成品入库。以失蜡浇铸为例，它是现今首饰业中最主要的一种生产工艺，失蜡浇铸而成的首饰也成为当今首饰的主流产品。浇铸工艺适合凹凸明显的首饰形态，并且可以进行大批量的生产。而其中每一个环节都需要人工的辅助。



▲摄影：李岚君

甘露集团认为，在产业链中，附加值更多体现在两端的研发和营销，处于中间环节的制造实际附加值最低。而生产加工商们，处于微笑曲线的最低端。

幸运的是，黄金首饰制造行业虽是一个传统制造行业，同时也是一个新兴产业。如今，企业家们大刀阔斧地革故鼎新，新技术、新工艺越来越多地出现在生产车间之中。

峰汇珠宝董事长叶向洲告诉《国际金融报》记者，近年来，企业耗费数千万用于研发生产智能化设备，通过持续导入自动化设备，推动公司实现技术、工艺及管理全方位的改造，打造智能化生产线。目前成立了CNC精雕智能自动化生产线、全面智能精雕生产模式、电脑数控程序控制等项目，代替大部分人工、手工操作，自动精雕效率提升300%以上，实现产品的高效快速生产。

创新型产品成发展方向

2019年，金价持续上行，达到多年来高位。第三季度金价涨幅达5%，并稳定在1500美元/盎司支撑位附近。然而，全球金饰需求在第三季度同比下降16%，至460.9吨。

2019年国内黄金价格创下多年新高，而第三季度中国金饰需求同比下降12%至156.3吨，为连续第四个季度同比下滑，比近五年单季平均值173.5吨低10%。

不过，世界黄金协会发布的最新黄金需求趋势报告指出，尽管24K金饰因金价上涨销量不尽如人意，但大多数金饰零售商都在创新产品的销量上获得了增长。不论是3D硬金、古法金，还是其他创新型的金饰产品，都以独特的设计理念及领先工艺获得越来越多的消费者青睐。

世界黄金协会中国区董事总经理王立新告诉《国际金融报》记者，随着年轻一代“85后”、“90后”成为消费主体，不论是传统的足金，还是工艺独特的3D硬金、古法金，时尚轻巧的设计工艺，都是各大金饰企业应对消费年轻化的主要发展方向。

创新成为当前金饰行业最为重要的“推手”，当前黄金饰品消费已不再仅以24K金为主导，金饰企业还设法提供满足较低预算消费、设计精美的金饰，例如K金和3D硬金等。此外，加强消费者的线上线下体验融合，也是各大金饰企业的“发力点”。

在创意设计方面，百泰集团与清华大学、中国科学院、中央美院、中国地质大学（武汉）、南京艺术学院以及中国工艺美术大师进行合作，以名校、名院、名师为依托，促进设计创新所需的各种生产要素的有效组合。

而粤豪集团大力开拓IP项目及市场，也成为传统企业新“引流”之地。该集团多次与国家博物馆、腾讯、建行合作，引发了文创产品的又一波热潮。

此外，德诚集团坚持创新驱动，打造设计研发的核心竞争力，拥有三位“国宝级”匠心大师、行业首屈一指的设计研发团队和一支精耕行业多年的工匠团队，每年设计研发万余款新品。

时至今日，黄金已不仅仅是身份的象征和投资产品，其装饰作用愈发显现，也变得更加生活化。相关企业自立自强，持续不断的工艺创新以及对新技术的追求和利用，令传统的黄金首饰行业焕发生机，并呈现出新的面貌。

记者手记

“谨慎”的期货旁观者

在两天半的调研过程中，为了得到第一手信息，我们一行人尽可能多听、多看、多体验，深入工厂车间、大街小巷，这是短时间内了解一个行业最好的方式之一。

由于职业需要，我常常与不同行业的企业家打交道。这次调研活动中，通过与生产企业的多次沟通，我发现金饰制造算得上是非常“传统”的制造业。

在调研中，记者发现，绝大部分企业对金融，尤其是对期货的态度十分谨慎。“不太熟悉也不敢碰金融”“做金融有风险”“老老实实做好实业”是绝大多数企业的共识，其中不乏行业龙头、领军企业。

对他们来说，黄金本身自带保值属性。只要有黄金实物在手，价格波动都可以被企业“消化”。参与期货市场则会改变原有的“安稳”，是与风险“搏输赢”。但现

实中，真正的“风险玩家”是不进行避险操作的人。

在市场经济中，价格波动是常态。但对于企业来说，生产、销售、库存以及财务活动都会被原料价格、产成品、汇率等因素影响，如果对价格的风险管理不好，会导致企业经营利润下降甚至破产。

归根结底，金饰加工企业尚没有发现衍生品工具的“美妙”之处，幸运的是，企业们并没有作茧自缚。就像甘露集团人力行政中心副总经理李家浩所说，“行业要转型升级，必须要顺应时代，我们还是清楚自己的定位的。”

记者 李岚君