

岛城热卖“过年金” 半为颜值半保值

节前消费市场马年金饰走俏 悅己与投资需求共同催旺买金热情

随着2026年马年春节临近,黄金消费市场掀起购买热潮。国际金价在2月5日早盘达到每盎司5015美元左右,国内品牌金饰价格应声上调,每克报价1576元左右,但记者探访发现,即便金价站上历史高位,也未能阻挡市民“买金”热情,寓意“一马当先”的马年生肖金饰与投资金条双双走俏,悦己消费与保值储蓄需求共同催旺市场,购买黄金正悄然成为一种新型储蓄方式。

金价虽高 市场消费热度不减

春节前的台东步行街处处洋溢着喜庆与忙碌的气息,各家金店柜台里摆放的金灿灿的饰品更是引来众多关注的目光。今年市场景象与高位金价紧密绑定:国际金价刚经历一轮“过山车”,从1月底每盎司5518美元高位回落后再度攀升,国内品牌金饰价格也随之在高位波动。

“价格确实高,一克都快1600元了。但过年是大事,就想给孩子添件金饰,寓意好,更能表达心意。”2月5日,在台东利群商厦黄金柜台前,市民孙伟正与妻子仔细端详一款马形吊坠。他告诉记者,今年是孩子的本命年,他们想送孩子一件马年金饰,寄托着“马到成功”的祝福。像孙伟一样,许多顾客将黄金饰品视为情感与祝福的完美载体。一名销售人员表示,尽管单价高,但设计精巧、克重较小的生肖马挂坠和编织金珠手链等产品特别畅销,“很多人买来当作新年礼物或本命年礼物,花上一两千元,既能拿得出手,又是份实在资产。”销售人员说道。

年轻消费群体正成为购金市场中不可忽视的力量。90后白领陈薇正在柜台前试戴一枚具有现代设计感的金戒指。她认为,相比一些容易贬值的消费品,黄金更具留存价值,“哪怕以后不喜欢了金饰款式了,但材料本身依然有价值。”销售人员告诉记者,这种将悦己消费与理财意识结合的心态,在年轻顾客中颇具代表性。年轻顾客关注金价的实时变动,决策更趋理性,并对“古法金”“珐琅彩”等特殊工艺更感兴趣,愿意为设计和文化支付相应工费。

记者注意到,面对当前金价,消费市场呈现出微妙分化。一方面,为婚嫁、赠礼等刚性需求购金的消费者仍在持续入场;另一方面,部分以纯粹投资为目的的消费者则转向观望。市民韩浩坦言:“现在这个黄金价位,直接买金条确实让人犹豫。但长期来看,我还是看好黄金的避险功能,可能会考虑分批买入,或者看看银行的积存金产品。”这种谨慎中带着长期看好的情绪,在当前市场中并不少见。

促销揽客 品牌金饰各出奇招

“我们今日足金饰品的标价是每克1600元,工费另算。但店里正在搞‘新春焕新’活动,购物可享受八五折优惠,达到一定额度还可再享九五折优惠。”在台东步行街某金店内,销售顾问正向一对前来选购结婚“三金”的年轻情侣介绍。面对持续走高的金价,各大金饰品牌并未单纯依赖节日热度,而是各出奇招,通过减免工费、克减优惠、满额赠礼等方式提高对消费者的吸引力。

记者看到,对于购买结婚“三金”或大克重金镯等消费较高的顾客,品牌方主要



市民正在选购金饰。



金店推出精美的马年黄金首饰。



销售人员向顾客推荐黄金饰品。

推出工费优惠或每克立减活动。据销售人员介绍,购买特定克重以上的工艺金条可享受优惠活动,“总价算下来,能省下一笔不小的费用。”而对于购买时尚配饰、小克重串珠的年轻顾客群,则侧重推出“件类”满赠、换购或第二件优惠。例如,部分品牌推出“购金饰加99元换购银饰”或“第二件指定金饰工费半价”活动,旨在提升连带销售率,让顾客感觉“获得额外实惠”。

“现在的顾客非常精明,进店第一句询问基础金价,第二句就问有什么优惠活动。”位于山东路的某品牌金店店长透露,在激烈的市场竞争下促销已成常态,甚至有些“内卷”。“光是价格让利已经不够,还需要拼特色服务和长期售后。”该店店长表示,她所在品牌近期推出“一年内原款换新免折旧费”服务,吸引了许多对款式保鲜度有要求的年轻顾客。此外,免费编绳、以旧换新提供高额补贴等,都成为揽客的重要手段。

促销火热的背后,是品牌对春节这个全年最重要销售档期的战略押注。一位销售员告诉记者,春节期间的销售额往往能占到第一季度半数以上,需要全力以赴。同时,当前的高金价对消费需求产生了抑制效应,需要用更具吸引力

的营销活动来对冲。记者观察到,尽管促销信息令人眼花缭乱,但消费者表现得越发冷静和善于比较。在询问多个品牌的金饰价格后,市民张乐并未立即下单,她告诉记者:“各家都有优惠,但折算下来总价依然不低。我想再观望一下,看看金价在节前会不会还有波动。”

银行金条 重在投资主打保值

当金店聚焦于饰品消费与情感价值时,另一股追求稳健保值的购金力量正流向银行渠道。随着春节到来,工商银行、农业银行、交通银行等国有大行,纷纷推出马年生肖主题贵金属产品。与黄金饰品不同,银行黄金产品指向投资与典藏,主打稳健保值。记者梳理发现,银行黄金产品主要集中于投资金条、纪念金章、压岁金钞等。例如,工商银行定位儿童市场推出0.5克规格的“骏达达”卡通马金钞,建设银行推出“善建成长·马年压岁金”,同样是0.5克标准版。这些产品多融入传统生肖文化,包含一定工艺溢价。

对于更看重原料价值的投资者,银行推出的投資金条则是更好选择,如工

商银行“如意金条”每克约为1114元,中国银行投资金条每克约为1143元。“近期咨询和购买投资金条的客户数量有所增加。”位于市北区伊春路的某国有银行理财部负责人告诉记者,客户大致分为两类,一类是企业负责人或高净值客户,将黄金作为对冲宏观经济波动、进行多元化资产配置的工具;另一类是普通家庭,将每年定额购买一定克重的金条视为“零存整取”式长期储蓄,倾向于选择20克、50克等规格的产品。

银行黄金产品核心优势在于信誉保障与相对规范的回购便利。一位金融人士告诉记者,购买银行自有品牌金条,凭完整购买凭证可在指定网点办理回购,流动性较好,“这是吸引许多注重资金流动性投资者的关键一点。”此外,部分银行大力推广“积存金”业务,允许客户像基金定投一样定期定额购入黄金权益,有效降低一次性投入的资金压力和择时风险,在年轻人中越来越受欢迎。

不过,也有业内人士提醒,银行金条虽投资属性更强,但无法像金饰一样日常佩戴,其价值跟随国际金价而波动,“它更适合作为家庭资产篮子中的稳健部分,用于长期保值和抵御通胀,而非短线交易。消费者在选购前,一定要明确自己的核心目的是消费装扮、馈赠礼品、长期储蓄还是短期投资,这直接决定最适合的购买渠道和产品类型。”

延伸

买金饰看“工艺” 做投资应“分批”

针对马年春节前购金热,多位业内人士强调“理性”二字。受全球“去美元化”趋势、地缘政治风险、各国央行持续性购金以及市场对美联储政策预期等多重复杂因素影响,金价波动加剧已成为新常态。有分析指出,黄金市场在快速冲高后可能会出现阶段性盘整,这意味着在当前点位追高买入黄金,短期内可能面临价格回调的风险。

对于不同需求的消费者,若是为婚嫁、赠礼、本命年等刚需或情感消费,应弱化短期投资属性,重点关注工艺设计、品牌售后及佩戴效果,可趁商家推出工费折扣等促销活动时购买;若是为投资保值而购买,则要充分考虑高位入市的风险。业内人士普遍认为,支撑黄金上涨的宏观因素依然存在,因此,分批买入或通过“积存金”定投是更为稳妥的策略,可以摊平成本,避免在价格高点一次性投资的风险。

此外,消费者还需了解,金饰因包含品牌溢价和工艺加工费,在回购时折价较大;银行发售的投资金条、黄金ETF等产品,价格更贴近原料金价,回购渠道相对规范透明,更适合资产配置目的。值得注意的是,银行推出的马年生肖贺岁金等工艺金产品虽寓意美好,但大多不提供直接回购服务。无论通过何种渠道购买,事前应仔细了解回购条件、手续费及买卖价差。

业内人士表示,对于普通消费者而言,春节购金承载更多情感、文化与习俗意义,旨在为家人选择一份承载祝福的黄金礼物,无需过度纠结短期价格涨跌;对于投资者,应将黄金视为家庭财富的“压舱石”,要保持定力,坚持长期配置理念,避免追涨杀跌的情绪化操作。

青岛早报/观海新闻记者 邹忠昊
摄影报道