

金饰价格近期数次突破每克800元关口——

金价高位震荡，市场反响几何？

李 婕 唐婧淑

近段时间，黄金价格波动牵动市场神经。国内黄金珠宝品牌金饰克单价几度突破800元关口，其间震荡波动，目前仍在高位运行。

今年以来，黄金价格强势上涨，不断刷新历史新高。金价攀升给市场带来哪些影响？黄金首饰消费走势如何？本报进行了走访。

黄金价格多次创新高

咨询价格、挑选款式、了解促销活动详情……11月23日，在北京朝阳区一家商场的黄金门店区域，消费者不少。

“听说最近黄金价格稍微跌了点，来看看喜欢的款式。”“我也是关注到金价变化，临近年底了想给家人买点饰品，来看看时机合不合适。”在一黄金柜台前，两位消费者议论起来。

“金价整体涨得比较多，有的消费者来店里看了好几回，还是觉得有些贵。当然也有看准了就出手的。”该柜台工作人员说。

国际金价今年一路震荡上扬，多次创出历史新高。10月30日，纽约商品交易所(COMEX)黄金期货价格盘中最高一度超过2800美元/盎司，报收于2799.1美元/盎司，再次打破历史纪录。进入11月份后，国际金价出现波动。截至11月22日收盘，COMEX黄金报2718.2美元/盎司。“前三季度，地缘政治冲突持续，全球经济复苏乏力，黄金避险保值功能重新受到重视，黄金价格持续强势上涨，不断刷新历史新高。”中国黄金协会有关负责人分析称。

在国内黄金市场，上海黄金交易所Au9999黄金9月末收盘价595.25元/克，较年初开盘价480.80元/克上涨23.80%；前三季度加权平均价格为529.14元/克，较上一年同期441.76元/克上涨19.78%。

金价上扬，带动国内黄金珠宝品牌金饰价格持续攀升，10月底一度突破每克800元关口，多家品牌足金饰品零售价超过820元/克。随后，金饰价格短暂下行、经历震荡，11月15日，国内主要品牌金店，如老庙黄金、周六福、周生生、六福珠宝、谢瑞麟、周六福黄金价格在775元左右/克；到11月24日，国内主要品牌金店黄金价格重回800元/克以上。

尽管黄金价格高位波动，但金饰柜台前探市、询价的消费者并不少。“我主要过来看看款式，心里有个数，等金价下跌的时候再购入。”正在物色黄金手镯和四叶草手链的消费者卢晓舟说，会持续关注黄金价格走势，等待合适时机购入。有人认为，金价上涨，金饰行业收益会更好。但目前市场反馈并不乐观。数据显示，今年以来，多个金饰品牌同店销售收入出现明显下滑，部分企业关闭了销量较差的门店。

小克重金饰更受青睐

中国是黄金饰品消费大国。但目前金价高企，直接影响到黄金饰品消费。

一家知名珠宝品牌门店工作人员介绍，以前一天能卖好几只实心金镯子，现在难得卖出去一只。多数顾客可接受的饰品区间在2000—5000元，相比大克重金饰，5g的生肖款、联名款饰品卖得更好。

“我倾向于购买小克重产品，毕竟比起前段时间，价格没差那么远，不会感觉太亏。”目前正打算购入金饰的上班族刘羽婕说。中老年消费者对价格更加敏感。“2008年妹妹结婚，我买了镯子送给她。记得当时金饰价格含工费260元左右，30多克的金镯子花了约8000元。换成现在，2万元都拿不下。”上海消费者孙女士说，现在买金饰会选些像耳钉、吊坠之类的小饰品，总价不高。

“受国际金价的影响，黄金产品的销售表现出一定的不确定性。”豫园珠宝时尚集团副总裁刘岩说，金价的上升意味着设计成本和购买成本增加，部分消费者可能会延迟购买或降低预算购买小克重的黄金产品。

前三季度，全国黄金消费量741.732吨，与2023年同期相比下降11.18%。其中，黄金首饰400.038吨，同



▲消费者在浙江省湖州市德清县乾元镇一家金店挑选黄金首饰。
倪立芳摄（新华社发）



▲在近日举办的2024北京国际钱币博览会上，观众正在欣赏展出的黄金华表收藏品。
全亚军摄（人民视觉）

比下降27.53%。“前三季度，黄金价格一路上涨，黄金首饰消费受到明显影响。”中国黄金协会有关负责人分析认为，直播带货、即时零售等电商新模式快速发展，拉动了小克重金饰消费增长。

“小而美”，正成为不少黄金首饰品牌打造的重点。刘岩介绍，老庙黄金结合品牌自身特点，陆续推出了款式新颖、有趣、更符合年轻人审美的小克重金饰产品，比如“一串好运”系列产品等。“年轻一代逐渐成为黄金市场的重要消费力量，我们推出的新品，不仅款式更符合年轻人的审美，寓意也越来越和年轻人产生共鸣，比如‘一串好运’‘富富有余’系列等正成为消费者悦己、送礼的新选择。”刘岩说。

同时，各大黄金品牌陆续推出优惠活动，期望给消费者“添把火”。线下，各金店纷纷摆上醒目的大促招牌，“黄金克减80元”“工本费打6折”“3件8.8折”“生日会员叠加抽奖礼”等花样层出不穷。店员则会给出多种满减搭配方案，申请伴手礼福利，甚至免费提供编绳、美甲、手膜等精细化服务，“卷”出营销新高度。

线上，各大金店争相开启直播带货。一些品牌用99元—399元左右的低价金饰附加多个赠品引流，同时穿插推销黄金手镯等高价产品，以“汉堡式”讲品打好价格“组合拳”。一些二线品牌还开辟了金条刻字、1克重金豆批发等小众直播赛道，寻求数字化“突围”。

更多立足于长期投资

与黄金首饰相比，今年以来，金币和金条消费更加惹眼。

前三季度，全国消费金条及金币282.721吨，同比增长27.14%。“三季度，金价持续高位波动及上涨预期

增加，实物黄金消费有所回落，但总体上看，前三季度溢价相对较低的金条及金币消费仍能保持较大幅度增长。”中国黄金协会有关负责人分析。

一名黄金珠宝品牌相关负责人介绍，今年以来金价上涨，也吸引了不少投资型消费者前来寻求保值增值的机会，大克重的投资金条甚至出现供不应求的情况。“金条比金饰溢价低，我更偏好把黄金当成投资品来交易。”长期关注黄金价格走势的消费者李永轩说，会继续关注金价走势，从而决定是否要“小仓位”投资金条。

但也有消费者认为现在并非“出手”的好时机。80后张先生多年来保持购买金条的习惯，“以前黄金克价400多元时金条买得多，每次出入境到机场时都会去免税店买点，但现在金价高，感觉并不划算。”

“对于普通投资者而言，投资黄金市场应更多立足于长期投资。”业内相关人士认为，长期来看，黄金与股票等其他资产价格走势相关性偏弱，部分投资者会将一定比例的资产投资于黄金，一方面发挥黄金的保值功能，另一方面利用黄金与其他资产的波动特点来稳定整个投资组合的收益。但参与者进入市场，还应选择适合自己的投资和消费方式。

近日，多家机构发布看好金价的报告。高盛和瑞银认为，今明两年黄金将再创新高。高盛表示，黄金可以提供一避风港，以对冲贸易紧张局势升级等风险。瑞银集团报告称，在宏观经济高度波动和地缘政治风险持续存在的背景下，持续的战略黄金配置和官方部门的购买应该会推动金价上涨。

展望四季度中国市场需求走势，世界黄金协会报告称，四季度是传统结婚旺季，婚庆金饰需求有望上升；叠加零售商春节假期前的补货，四季度金饰需求存在一定的季节性支撑。然而，金饰需求依然面临高企的金价等不确定性。

2024年11月20日上午10时50分，一架编号为B-220F的东航B777全货机，装载76吨智利新鲜车厘子，从智利首都圣地亚哥飞抵上海浦东国际机场。智利共和国驻中国大使毛里西奥·乌尔塔多等近100位中外嘉宾莅临仪式现场。

依托东航作为上海最大主基地航空公司的综合实力和近年来日益完善的物流服务体系，飞机上的车厘子得以快速分拨到中国各主要城市，让中国消费者在冬日里体验到距离离开樱桃园枝头不到2天的鲜美佳品。

车厘子包机从每年2架次增至100多架次

此次包机首航于当地时间11月18日20:22分从智利圣地亚哥阿图罗梅里诺贝尼特斯机场起飞，在洛杉矶经停后直飞上海，全程1.93万公里，飞行全程约25小时。航班起飞前，东航物流和智利出口促进总局(ProChile)联合举办了东航深耕南美十周年暨2024智利车厘子包机首航庆典，“中智快线十周年纪念日”彩绘机同时正式亮相。

中国驻智利大使李清波、中国东航董事长王志清、智利外交部国际经济关系部副部长克劳迪娅·萨纽埃萨、智利出口促进局局长伊格纳西奥·费尔南德斯，为中智车厘子贸易作出重要贡献的智利前总统爱德华德·弗雷、智利机场集团总经理Nicolas Claude、东航物流董事长郭丽君，以及智利交通部和商务部等部门的官员、各方客户代表、智利三文鱼协会、智利车厘子协会、东航物流及其供应商等各界来宾出席18日的活动，见证彩绘机发布并首航上海。

中国与南美洲，相隔约两万公里。然而，来自南美洲国家智利的车厘子，在过去十年间以前所未有的效率跨越山海，来到中国市场，这背后离不开中国东方航空、东航旗下东航物流的创新探索与持续接力。

2013年，“一带一路”倡议提出后，当年12月的智利车厘子成熟季，中国东航利用外租全货机，2架满载200余吨新鲜智利车厘子、蓝莓，从圣地亚哥机场出发，经过1.93万公里、近30小时的飞行，到达上海浦东机场。2014年的智利车厘子季，中国东航首次使用自有全货机执行这条跨越半个地球的航线，由此正式开启了在生鲜物流领域深耕智利市场、南美市场的十年。

十年来，东航携手有关各方，连通了南美产品来华的“空中丝绸之路”新通道，发掘了空运南美生鲜产品供应中国市场的商机，开启了智利生鲜产品进军中国市场的崭新篇章。其间，东航物流运营的车厘子包机从最初的每年2架次增至100多架次，通过东航物流及合作伙伴的努力推广，智利车厘子已在中国市场家喻户晓。

东航南美生鲜物流体系日益完善

随着国际生鲜物流保障能力不断提升，东航在车厘子包机的基础上，持续扩充中间生鲜物流体系的品类，运输模式也更加高效多样。

截至目前，东航物流从智利进口的品种从最初的车厘子一个产品，增加到三文鱼、蓝莓、李子等十余个品种；三文鱼已实现了全年性进口，东航物流已成为智利空运车厘子的最主要供应链解决方案提供商和三文鱼的中国最大进口商。

十年来，东航与智利方面合作的基础越来越深厚，通过数千个全货机航班、普通商业航班，以及海运包船，东航已累计进口智利车厘子、三文鱼等农产品超过5万吨，货值超过10亿美元，让中国消费者享用智利的生鲜美味，邀智利农业共享中国市场机遇。

在2021年第四届中国国际进口博览会上，东航与智利公司等智利出口商，签订了价值2.3亿美元的车厘子大单，目前项目已提前超额完成；而在2023年的第六届进博会上，东航又与爱晖等智利出口商，签订了价值5亿美元的三文鱼采购协议。2023年4月，东航开通圣地亚哥—成都三文鱼包机航线；今年6月，东航又新增美国迈阿密至中国鄂州定班全货机航线，通过与南美航空等合作伙伴的联运合作，智利的优质农产品赴华再添新通道，现在该联运航线每周共有4个全货机航班前往中国。

如今，智利每年超过90%的车厘子销往中国，其中空运的大部分都是由东航负责承运，除了主基地上海的航班之外，圣地亚哥—成都/鄂州航线也已实现常态化定班运行。在2024—2025南美车厘子季，东航计划进口约1.2万吨智利车厘子，其中通过空运方式进口智利车厘子5500吨，海运方式进口6500吨。

借助十年来深耕南美的良好口碑，东航物流与广大的生鲜出口商建立了高度互信的合作关系，实现了合作共赢，今年共有约350个各类生鲜包机。智利优质农产品通过“空中丝绸之路”来到中国，摆上中国老百姓餐桌，成为中智友好合作的象征。



▲近日，满载智利车厘子的“中智快线十周年纪念号”彩绘货机，从智利圣地亚哥起飞，飞往中国上海。
徐帅凯摄

首个冷链物流无接触配送领域国际标准发布

本报北京电（记者孔德晨）近期，中国联合多国共同制定的国际标准《冷链物流无接触配送要求》(ISO 31511:2024)正式发布。

中国是全球物流需求最大的市场。中国物流与采购联合会发布的数据显示，今年前三季度，中国冷链物流需求稳步增长，市场规模持续扩大，冷链物流总额为6.4万亿元，同比增长4.2%。其中，第三季度增长4.5%，比第二季度提高0.8个百分点。冷链物流总收入为4178亿元，同比增长3.6%。为适应冷链物流需求的快速发展，在国家相关政策的支持下，以冷库为代表的冷链基础设施建设也在稳步推进，冷库建设投资金

额持续增长。

“近年来，电子商务特别是生鲜电商市场的快速发展，使市场对冷链物流的需求不断上升。人们在关注食品保鲜的同时，也更加注重安全、卫生的生活方式。”国家市场监督管理总局有关负责人介绍，无接触式冷链物流服务有利于减少和避免物流人员之间、物流人员与用户和物品之间的直接接触，降低人员聚集和人物接触产生的卫生健康风险。

为此，中国在国际标准化组织冷链物流技术委员会(ISO/TC 315)率先提出冷链物流无接触配送领域的国际标准提案，与来自日本、法国、韩国、英国、

德国、马来西亚、印度尼西亚、新加坡等国家的专家共同协作，汇聚全球来自冷链物流企业、物流协会、科研院所以及高校等各相关方的实践经验，开展该项国际标准研制工作，并得以成功发布。

此次发布的国际标准涉及战略性新兴产业范围中的智能物流相关领域，规定了冷链物流服务供应商通过无接触配送方式将货物从配送中心配送到收货人过程中应满足的要求，包括对服务供应商的要求、对冷链物流无接触配送过程中涉及的设施设备、操作流程以及异常情况处理要求等。

国家市场监督管理总局有关负责人表示，该项标准的顺利发布将为全球冷链物流无接触配送服务提供技术指导，有助于保障配送物品在运送过程中的卫生安全，为全球冷链物流用户、配送物品及工作人员提供更加安全的环境，推动冷链物流标准化的多方位提升，以标准赋能冷链物流行业高质量发展。