

记者走访南京各大金店,克金价逼近1500元

春节前夕黄金饰品还能买吗



扬子晚报讯(记者 范晓林 薄云峰)1月21日,现货黄金史上首次站上4800美元/盎司整数关口,本月累涨超10%,22日金价再创新高。实物黄金方面,截至记者发稿时,周大福、周大生克金价1498元;老凤祥1496元、周六福、周生生1493元、1492元。

克金价逼近1500元,春节前夕黄金饰品还能买吗?21日下午5时许,记者在南京河西国金中心一楼的老铺黄金专柜看到,这里门口有10多名顾客在排队。店里选购黄金饰品的顾客近20人,每节柜台前都有顾客在仔细端详心仪的黄金饰品。

在老铺黄金店门口,白底金字的促销宣传水牌特别醒目。“新春礼遇,购物每满1000元减100元。”记者注意到,在国金中心老铺黄金专柜,凡购买金条和金币类产品,在1月19日至2月8日活

动期间购买上述产品,均可享受优惠。

等候入店选购的市民徐小姐说:“今年是我24岁的本命年,准备给自己买一件有骏马造型的黄金饰品。眼下金价太高,打算多跑几家店看看有啥活动,比比价。如果金价还往上蹿,可能会咬咬牙、跺跺脚买一个金饰品,给本命年祈福。”

记者查询小红书,发现近一周,不少网友跟帖,其中“某品牌金饰品一夜涨了多少”“现货黄金大涨”等跟帖吸引不少网友的关注。记者同时注意到,尽管距离农历马年春节还有一段时间,但一些黄金珠宝厂家已经推出新一轮促销活动,试图吸引消费者的目光。六福珠宝携手唐宫文创旗下IP《唐宫夜宴》推出以唐马为灵感的实体足金摆件;潮宏基推出带有吉祥寓意的“五福马”系列金饰或摆件产品;周生生官网马年生生肖饰品网

上展示了32件,其中足金马吊坠、黄金马金片、骏马奔腾项链分别为3600、770、32600元,因为金饰品克数不同,价格也很悬殊,消费者选择余地大。

知名互联网专家、网经社电子商务研究中心特约评论员郭涛在接受扬子晚报/紫牛新闻记者采访时表示,当前金饰克价逼近1500元,主要是国际金价突破4800美元/盎司历史新高的传导结果,且短期上涨逻辑仍未打破。从驱动因素看,全球地缘因素推升避险需求,美联储降息预期降低持有成本,叠加全球央行持续购金形成坚实支撑,高盛等机构已上调目标价,短期金价仍有上行动力。

对于春节前夕购金需求,郭涛认为,需分场景理性决策:若为结婚“三金”、长辈送礼等刚需,可择机入手,建议优先选择工艺简约、溢价较低的款式,控制总预算;若为投资目的,不建议盲目追高金饰,因其包含品牌溢价与工费,变现时折价较高,更优选择是黄金ETF、投资金条等低溢价品种配置,且需控制仓位,避免盲目跟风追涨。

需注意的是,历史高位下金价可能出现短期震荡,消费者可避开单日暴涨节点,选择价格相对平稳时段下单;同时通过正规品牌渠道购买,确保产品品质与售后保障,既满足节日需求,也兼顾资产保值属性。

6100元仅买到3.33克黄金 “一口价”金饰藏猫腻

近期,国际金价创历史新高,南通市通州区一名消费者趁势购入一口价黄金饰品,却踩了商家刻意隐瞒的“坑”。1月10日,南通市通州区一名消费者在当地平潮镇的老庙黄金店,花6100元买了三件一口价黄金饰品,购买时店员并未告知金饰具体克重,只称“一口价黄金不用看克重,算下来相差不大。”这名消费者没有多想就直接付款购买。

次日,这名消费者在家人的提醒之下心里生疑,便回到店里询问金饰克重并要求称重,店员含糊回应大概有4克,并拒绝为其现场称重。1月12日,在消费者的强烈要求下,店家才不情不愿地为金饰称重,结果显示三件饰品总克重仅3.33克。按当日1226元/克的金价计算,这些金饰的黄金本身价值约4082元,剩余的2000余元均为工费。得知结果后,消费者十分气愤:“如果我知道克重仅有3.33克,我一定不会买!”她认为商家刻意隐瞒克重属于欺诈,当即向店家提出退货退款,却遭到明确拒绝,店家依旧强调“一口价商品本就不看克重”。

为了解一口价黄金饰品的正常销售情况,扬子晚报/紫牛新闻记者走访了南通市区多家金店。据了解,一口价黄金饰品的售价,通常包含黄金本身

价值、工艺设计费和品牌溢价。这类饰品通常采用3D硬金、5G黄金等工艺,与传统按克计价的黄金饰品相比而言,造型更精美、视觉体积更大,往往是耳钉、吊坠、戒指等品类的主流销售形式,但克重并非“不可告人”的秘密。走访中,包括老庙黄金在内的多家金店,均会在价签明确标注克重信息,销售人员还会主动告知消费者,并帮忙核算一口价中包含的工费金额,明确告知工费的高低与工艺复杂程度相关。“造型华丽的工费会高达几千块钱,简单的工费两三百元,看个人选择了。”其中一位金店销售员介绍道。

而通州区平潮镇这家涉事老庙黄金店,不仅销售时拒绝告知克重、多次推诿消费者的称重要求,消费者所购饰品的价签,还缺少标注克重的一联,存在明显的刻意隐瞒行为。事发后,这名消费者向通州区市场监管局、消费者协会、12345政务服务便民热线等平台进行投诉。记者通过老庙黄金官方网站核实,涉事的平潮镇门店为品牌正规加盟店。记者就隐瞒克重一事与门店负责人沟通时,对方对此避而不谈,仅表示已在当地市场监管部门的协调下,与消费者达成了一致的解决方案,未透露具体解决细节。扬子晚报/紫牛新闻记者 吴佳笑

南京龙江新商业地标周末迎客



距离开业仅剩两天,南京鼓楼龙江商圈核心地段已焕然一新。1月24日,中信泰富地产在南京打造的首个商业项目——尚悦天地将正式开门迎客。记者提前探访了这一备受期待的“生活魔方”式新商业空间。

走进尚悦天地,施工声响渐弱,建筑外立面已完整呈现。中庭挑空区域的“都市绿

洲”轮廓清晰——层层绿植自中心向远处延伸,瀑布水景正在进行最终调试。据了解,这处约3000平方米的立体花园不仅用于观赏,未来还将承载主题市集、品牌快闪、户外休闲等多元场景。商场入口处,品牌围挡陆续撤下。“乐高”灯牌已点亮,“桂满陇”的江南韵致门头正在悬挂,面包坊飘出烘焙香气。

“我们并非传统购物中心,更像一个可转动的‘四层生活魔方’。”项目负责人介绍,尚悦天地引进的品牌中,超过40%为区域首店,覆盖零售、餐饮、娱乐、亲子等八大业态。在负一层,盒马NB工作人员正在摆放货架。这家注重邻里需求的创新门店,采用更低货架、更宽通道,并显著提升生鲜占比。“龙江社区密度高,我们特别强化了‘到家服务’。”工作人员介绍。横店影城的IMAX厅里,音响系统正在测试。经理透露,未来这里将推出“观影+

轻食”融合模式,打破传统影院的单一功能设定。

商场外的广场上,带娃散步的附近居民王女士驻足观望:“听说有江苏首家和牛火锅,还有带烘焙的MANNER,周末会来体验。”她坦言,龙江已有不少商业体,但缺少具有吸引力的特色目的地。附近文具店老板陈先生则更关注客流效应:“新商场开业肯定会带动人流,但能否持续,还要看它有没有真正差异化的内容。”他对“首店经济”抱有期待,也指出周边家庭客群集中,商业需在“接地气”与“品质感”之间找到平衡。

尚悦天地的亮相,恰逢南京商业项目密集入市的“大年”。南京市商务局官网显示,南部新城金陵万象城、河西德基时刻、仙林德基奥莱、鼓楼华贸中心、夫子庙金陵长乐坊等重磅项目均计划在年内陆续开业。

扬子晚报/紫牛新闻记者 陈哲

“师父”带我赚大钱 海安一市民陷带货骗局

扬子晚报讯(记者 吴佳笑 通讯员 吉宏玲)海安市民王先生平时在外地打工,收入一般却有个“暴富”梦。几个月前,他通过社交平台结识了一名自称在多个电商平台售卖童鞋的女网友。对方经常在朋友圈和聊天中分享“带货爆单”“日入数千”的经历,晒出成交截图和“顾客好评”,让王先生羡慕不已。

观望一段时间后,王先生主动联系对方,表达了自己也想学习带货、增加收入的想法。女网友当即“爽快”答应。王先生感动地称呼对方为“师父”,并按照要求提供了个人身份信息,随后转账缴纳了第一笔“合作保证金”。然而,“拜师”后的几个月内,“师父”不但从未给王先生分配过具体的带货任务或商品链接,更没有转过一分钱收益,却频繁以各种名义要求王先生先转账。

当王先生迟疑时,“师父”就会发来一些“其他学员赚大钱”的聊天记录或模糊的转账截图,并安慰他:“做电商前期都要投入,很快就能回本赚钱。”抱着“赚钱总要投入”的想法,王先生一次次通过微信、支付宝向对方转账,直至自己的积蓄所剩无几仍蒙在鼓里。近期,王先生从外地返回家乡海安市,家人见他情绪低落且身无分文,反复追问下王先生才说出了自己的经历。家人一听,立刻意识到他所经历的与公安机关反诈宣传中的投资类骗局高度相似,果断带他到海安市公安局城西派出所报案。

“实际上,骗子根本没有带货渠道或商品,所有收益截图都是伪造的,目的就是诱骗受害人不断投钱。”办案民警确认,王先生遭遇了典型的网络诈骗。