



蛇年春节金价狂舞 黄金投资热度持续飙升

“新年戴新金,我每年除了给自己买一些,还会给女儿攒一点小克重的金饰,图个喜气。”春节前夕刚买了一批新金饰的林女士说。蛇年春节,黄金价格虽然一路走高,但传统销售旺季叠加各大品牌多重优惠,老广们攒金热情丝毫不减。

■新快报记者 范昊怡

“这几天客流量少了些,春节前买黄金的顾客特别多。”天河某商场六福珠宝门店柜员刘女士如是说。昨日,笔者在该门店看到,尽管客流已经回落,但在店内逗留的半个小时里,店里陆续来了五六拨咨询、购买的顾客。

顾客白女士买了一套价格近万元的“五帝钱”款式金饰。“最近这个款式很火,我很喜欢,刚好价格也有优惠。”白女士说,虽然现在黄金价格确实有些高,但她看重的不是黄金的收藏价值,“就是单纯的喜欢,再说金价今年内应还会继续上涨的,买到就是赚到。”

柜员刘女士提到,近两年因为黄金价格一路高涨,之前受年轻人欢迎的铂金、K金之类的饰品反倒不如黄金卖得好。其中,“小克重”的金饰品咨询量和

成交量都非常可观,“金手镯、金项链、金戒指这些传统金饰反倒没有小克重的金饰销量好。”

店里“90后”的柜员小秋聊到,她就一直在“攒金豆”,“现在存款利率一直在往下走,理财产品的收益率也不高,刚好朋友圈里开始流行‘攒金豆’,就跟着买,每个月花几百元到千元左右买个‘小克重’的饰品,我已经攒了二十几颗了,就当强制自己存钱还顺便理财了,同事们都觉得我有眼光。”言语中,小秋略带骄傲。

今年金钞与黄金贴也受到了年轻人的追捧,这些雕刻着“招财进宝”“新年快乐”“柿柿如意”以及“前程似锦”等吉祥话语的饰品,成为新年赠送亲友的热门之选。目前,市面上流通的金钞重

量多样,从0.1g到1g不等,厚度与普通纸币相近,便于携带与保存。除了漂亮的外表,这些商品的价格也十分亲民,通常都在两三百元到一千元出头,能够让消费者以较低成本快乐购金。

目前,黄金价格已经处于高位,笔者看到,各大银行已开始调整相关产品的机制……招商银行拟于2月12日起调整黄金账户业务活期及定期年化利率,对比调整前,降幅最高达30个基点。中国银行自2月10日起,上调该行积存金起购点,由650元调整为700元,追加购买金额维持200元整数倍不变。

从目前一些机构和市场专业人士的建议来看,今年黄金价格应该还是呈向上走势,或许还是可以逢低买入。

(本文人物均为化名)

“数字游已走到尽头” 喜茶暂停事业合伙申请

新快报讯 记者陆妍思报道 2月10日,喜茶在一条内部全员邮件中表示,2025年“不做低价内卷”,宣布暂时停止接受事业合伙申请。

邮件中,喜茶认为过去几年,出于资本目的、营收利润考量的价格战、门店规模盲目扩张,都导致行业陷入了同质化竞争与门店过剩,用户的需求反而被选择性忽略,严重危害整个行业的根基。“数字游戏已经走到尽头,无意义的价格、营收、规模内卷正严重消耗用户对新茶饮的喜爱。”

面对行业现状,喜茶提出,坚持“不做低价内卷”,不玩“数字游戏”;拒绝无意义的门店规模内卷,暂停接受事业合伙申请;强化品牌与用户的深度连接。

灼识咨询数据显示,预计到2028年,中国现制茶饮店的GMV预计将进一步增至5193亿元,2024年至2028年的复合年增长率降低为19.2%。

新茶饮市场的整体增长,也导致新品牌层出不穷,开店热、价格战不断。行业内卷加剧,市场趋于相对饱和状态,各大品牌加盟商退出率增加。红餐大数据显示,2023年11月到2024年11月,已经有高达19.7万家奶茶店闭店倒下,加盟奶茶店也被称为“投资黑洞”。

2012年喜茶创立于广东江门,发展前10年里坚持直营路线,2022年11月起开展了事业合伙业务,单店加盟投入费用在50万元以内。借助加盟政策,喜茶门店迅速扩张。目前喜茶门店总数已经超过4000家,并相继进入了英国、澳大利亚、加拿大、美国等市场。

根据喜茶今年1月发布的2024年度报告,2024年下半年其新开门店的平均业绩显著高于上半年,门店整体业绩呈现出持续大幅超越行业大盘的趋势。

早在去年三季度,喜茶便提出“不打价格战”,引发业内关注并带动了许多品牌跟进。昨日,记者在喜茶小程序进入申请加盟页面,页面已显示“已暂时停止接受事业合伙申请”。

学生族生日经济解锁消费新动能

在消费市场的多元化版图中,有冰雪经济、宠物经济、露营经济、懒人经济等,如今,学生族的生日消费正成为一股不可忽视的新兴力量,不仅能带动传统的餐饮和电影娱乐消费,还融入当前风头正劲的“谷子”经济和元宇宙等。

■新快报记者 涂波

今年12岁的西西和抖抖,生日恰逢农历春节期间,往年都是和家人一起过,今年她们如愿和小伙伴一起庆生了。当天,孩子们的节目安排非常丰富,一起吃饭、K歌、玩密室逃脱,还看了电影。在朋友们赠送的生日礼物中,“谷子”(周边商品)最是她们的心头好。

谷子经济是一种围绕二次元文化中的IP衍生品展开的新兴消费经济潮流和消费形式,它在学生族在生日消费里风头正劲。“谷子”是英文“goods”的音译,指的是由动漫、游戏等IP衍生的文创产品和周边产品。

“有了这么多包为什么还要再买所谓的‘痛包’(展示谷子的包)?”当看到

与西西、抖抖年龄相仿的孩子们几乎都背着“痛包”聚会时,我们这些“70后”“80后”父母难以理解,只能尊重。有人说:“年轻人的精神食粮,是一边‘吃谷’一边‘痛’。”

生日之际,购买心仪角色的限量版手办、精美的明信片、定制徽章等作为给自己的礼物,或是送给一同庆生的朋友,已成为流行趋势。记者注意到,散落在广州各大核心商圈的二次元业态中,线下的“谷子”商店、杂货文具礼品店等借用限量发售和盲盒销售等模式,在谷子经济中扮演着下游销售的重要角色。

此外,元宇宙,这个充满未来感的

概念,也正悄然融入学生族生日聚会。借助虚拟现实(VR)和增强现实(AR)技术,在元宇宙中开启别样游戏,例如裸眼7D飞行剧场就是孩子们喜欢的娱乐活动之一。此外,如虚拟场景搭建、虚拟道具售卖等,形成了从内容创作到衍生品开发的完整产业链,为生日经济增添独特色彩。

生日和美食总是紧密相连,学生族喜欢主题餐厅、自助餐厅等特色餐厅,不仅提供美食,还营造出独特氛围,满足了孩子们对仪式感的需求。

学生族生日消费潜力巨大,随着社会发展和消费观念转变,相信未来还会有更多新颖的消费形式出现。

协同落实“五篇大文章”,助力广东经济蓬勃发展

专题

光大银行广州分行扎根南粤27年,主动承担国企社会责任,发挥金融企业经济发展调节器作用,积极落实中央重大战略部署,着力支持区域经济发展,携手驻粤光大企业协同落实金融“五篇大文章”,为广东省经济蓬勃发展添砖加瓦。

谋划新格局,产融协同支持区域重点领域。2024年广州分行积极发挥区域协同牵头单位作用,认真落实光大集团与广东省政府工作会谈成果,承办光大集团绿色金融协同工作会议,务实推进了区域产融协同工作。广州分行与光大环境产融结合为垃圾发电项目供应商提供开户、薪悦通代发等金融服务,推动光大环保广东区域项目公司与供应商的资金账户调整至光大银行协同结算,确保企业资金安全;邀请光大环境专业人士在协同会议上授课,介绍环保领域的金融需求特点、环保行业业务模式、行业发展趋势和面临的问题,提升光大企业对环保行业的专业服务

能力,总结经验为广东省内环保产业客户优化金融服务流程。2024年以来,广州分行新发放绿色金融贷款超过200亿元,增速超过50%;其中清洁能源贷款余额增速超80%。

树立新理念,科技赋能养老产业服务综合发展。2024年光大集团策划开展首届“光大敬老服务月”活动,是近年来首次由光大集团层面在零售条线统筹组织的系统性协同营销活动。广州分行发挥社保卡和医保卡的先发优势,协同各驻粤光大企业积极参与推广光大集团养老金融服务方案,持续开展养老长尾客群综合经营。加强智能外呼、企微、R+、MSMP系统等数字化经营工具的应用,重点加强对养老代发客群进行数据分析,设标签,用模型,进一步精进客群营销名单,赋能一线营销;搭建养老客群线上经营体系,强化与总行远程客户营运中心联动,整合线上线下活动及权益,提高养老客户经营的线索量和提升客户转化成效。

发展新业态,融融协同构建科创生态圈。广州分行举办高端仪器产业联盟成立大会、新质生产力赋能高质量发展论坛、“科技赋能金融支持实体经济数字化转型”课题研讨会等多场各类银政企科技金融宣传推广活动。按照设备更新和技术改造再贷款、科技创新再贷款等相关政策要求,积极为相关企业提供服务,与某轮胎签署设备更新贷款合同2.5亿元,为某科技企业投放知识产权质押贷款6000万元。截至2024年末,广州分行科技创新贷款较年初增速40%;专精特新企业贷款较年初增速超80%。

抢抓新机遇,与湾区企业发展深融合。广州分行跨境业务拓展取得新突破,与香港分行合作落地广东省某重要集团企业内保外债3280万港币,实现粤港首单、香港分行首笔内保外债业务;持续投放15亿元银保合作落地的集团级协同重点项目保债计划;银证联动为重点建设项目提供授信支持近10亿元;银证联合为多家专精特新企业提供银

行授信、认股权、上市辅导等综合金融服务。

培育新动能,携手光大系统企业服务湾区新领域。广州分行携手驻地光大企业推进2024年广州塔登高赛、开展“金融暖流-滋润实体”营销宣传、与惠州市工业和信息化局联合举办政银企对接会暨融资项目签约仪式、与肇庆市国资委联合举办“数据资产活起来,助力国企发展加速跑”专场宣讲等系列品牌宣传,体现“一个客户,一个光大,一体化服务”的宗旨,展现光大发展凝聚力。并积极联系汕头、湛江、江门等地政府,推进中青旅现场考察调研,持续支持湾区建设发展。砥砺奋进谱新篇,凝心聚力向未来。2025年,光大银行广州分行将积极履行区域协同牵头单位职能,发挥光大集团综合金融、产融结合的优势,与各驻粤光大企业持续强化对区域发展的支持力度,将在落实“五篇大文章”的过程中,探索新模式、寻找新路径、取得新成果、引领新潮流。