



新春消费趣盘点

文/图 羊城晚报记者 黄颖琳

新春佳节即将到来,“老广”街坊不仅开启年货“买买买”模式,还掀起了新一轮“淘金”消费热潮。羊城晚报记者走访时发现,广州部分珠宝品牌在节前推出促销活动,吸引消费者前来选购和扫货,其中最受追捧的当属含有龙年元素的转运珠、吊坠、金条等,不少更是已经“卖断货”。面对当下黄金市场消费升温现象,有业内人士提醒,国内金价或继续走强,但不宜盲目追涨杀跌,可根据实际行情做波段操作。

A “生肖龙”金饰尤为走俏

离农历新年还有大半个月,广州市内黄金消费已人气颇旺。1月17日上午11时,位于广州越秀的东百黄金柜台被顾客环绕,不少老广街坊正在询价和选购。广州东山百货业务部经理戴崇业告诉记者,“今年1月1日-1月15日,东百黄金销售额比去年同期增长了接近110%,其中首饰品类占比较大。”

他特别提到,开年大单陆续有来,例如元旦当天就迎来四笔大生意,分别有顾客购置了50万元、13万元、25万元的金条,以及7.8万元的金首饰,包括龙凤镯、金戒指和金项链;这周一(1月15日)也有一位阿姨现场挑选了五只分量约的金镯,准备送给年轻后辈当礼物,总价合计7.5万元。

记者现场留意到,柜台陈列的龙形足金吊坠仅余少量,龙年生肖贺岁金条更是被抢购一空。戴崇业透露,今年龙年好意头,例如面貌龙马精神、生活龙腾虎跃、事业鱼跃龙门……凡是含龙元素的金饰,甚至是铂金、银条、银饰销路都相当不错,从30克到1000克不同重量的龙年金条已全部卖光,卡通龙造型的金吊坠也正在补货中。

1月16日下午5时,记者走访广州天河正佳广场时发现,部分知名

珠宝品牌在春节前就推出了力度较大的促销措施:周六福正值五周年庆典,黄金每克直降80元(金条、金豆除外);周生生黄金商品1件8.3折,3件以上还可享受8折优惠。

与此同时,这些商家都不约而同地把栩栩如生的龙摆件放在对外展示的玻璃橱窗,生肖龙相关的转运珠、压岁钱金片、龙吊坠等小克重的黄金商品则放在了店内的中间柜台。

值得一提的是,IP合作、广式融合成为龙年黄金饰品市场的新趋势。比如,周生生与三丽鸥跨界联名推出了龙头Hello Kitty(凯蒂猫)足金串珠,一上市就备受年轻人追捧。广州某周生生门店销售顾问姚经理表示,“该热门款在广东各分店已售罄,工厂也断货了,还不确定什么时候有货。”

另外,周六福销售员秦小姐告诉记者,结合岭南茶点蒸饺、小笼包外形特征设计的“龙饺”“小龙包”等小克重足金转运珠也格外畅销。“前段时间卖得太火了,大家喜欢用来串成手链佩戴,符合新颖可爱又轻便时尚的审美。这两天刚补货只剩下20多个,是过年前最后一批库存了。”



市民在东百黄金柜台选购黄金产品

节前「淘金」热潮再起

「生肖龙」金饰卖断货



含「龙」元素的金镯、戒指、吊坠、金牌热销

B 金价高涨热情不减

需求火热的背后,是黄金价格的一路高涨。数据显示,2024年以来,东百黄金的金条价格始终在每克480元至484元的区间,相比之下,2023年元旦的价位在412元/克;其首饰金市场价曾达到626元/克的高位,1月16日则略降至618元/克。其他黄金品牌近期的零售报价也多在626元/克以上。

对此,广东省黄金协会副会长兼首席分析师朱志刚在接受采访时表示,黄金价格并非完全由市场交易供需决定,央行体系也扮演了重要角色。世界黄金协会此前公布的数据显

示,2023年前三季度,全球央行购金需求同比增长了14%,达到创纪录的800吨。而在全球央行对于黄金的需求达到历史高位的同时,中国人民银行的黄金储备连续14个月增加,截至2023年12月末达到2235.41吨,黄金需求显著扩增。

“展望2024年,国内黄金价格或继续走强,不排除续创历史新高可能,主要是受美联储政策转向、全球央行购金等因素影响。”据朱志刚介绍,今年春节前后1月15日左右很多工厂都不再接单,说明订单量已经趋于饱和,一是消费者婚庆嫁娶的刚需,二是出于投资保值的目的。因此金价上涨不一定影响购金热情。

作为95后上班一族,广州市民宋小姐从去年下半年开始入手黄金,包括金珠、吊坠、金戒指,最近又新购置了周生生的“龙闪闪”黄金转运珠,至今已花了过万元。她也向记者提到,虽然现在价格上涨许多,但黄金是“硬通货”,除了工艺装饰价值,还具有规避风险和套期保值的作用,是一种投资理财方式。

不过,朱志刚也提醒道,市民在入手黄金时要保持理性心态,如果前期从投资配置角度购入且持有量较大,可以适当抛售等金价回调再买入,做一些波段的操作;虽说每次金价下跌都是一个买入的机会,但不要盲目追涨杀跌,可根据实际行情采取少量分批的投资策略。



周生生与三丽鸥联名推出的龙头Hello Kitty足金串珠已断货(受访者提供)

屏幕“卷”出新高度、清洁家电出海

文/羊城晚报记者 黄婷图/受访者提供

国际消费类电子产品展览会再掀科技与生活融合风潮

近日,国际消费类电子产品展览会(CES 2024)在美国举行。在本次展会上,逾4000家家电、消费电子、汽车领域厂商参展。羊城晚报记者从多家家电企业了解到,除了“拼”大屏画质、性能之外,显示厂商相继竞逐车载显示赛道;小家电也瞄准海外消费者的日常使用场景,积极探路产品出海。



海信激光全息AR-HUD和激光全景投影解决方案应用于车载领域



徕芬科技在CES 2024上的展位

A 可卷曲大屏提升安装轻便性

作为海内外厂商在显示技术领域“秀肌肉”的场合,CES 2024显示技术创新的焦点仍然集中在画质性能提升、实现可折叠或可卷曲等。在行业热门的高端Mini LED电视领域,TCL在现场展出了115寸全球最大的OD-Mini LED高端巨幕电视;创维也首次展出了Mini LED壁纸电视,沿用超薄、无缝贴墙设计,融入客厅装修风格;海信则是将110英寸新品UX带到现场,产品拥有40000级分区,峰值亮度突破10000尼特。

海信每年都会在CES上发布激光显示技术新品,而可卷曲、可折叠成为近两年来的突出亮点。继去年发布更加轻松入户的120英寸可折叠激光电视后,新年伊始,海信在CES 2024上展出了100英寸卷曲屏激光电视,用户只需一键升降就可把100英寸的电视卷进机柜,随时让客厅、卧室变身电影院,大大提升了安装和使用的轻便性。

三星同样将可折叠作为技术创新的焦点,现场展示了全球首款内外皆可折叠的新一代翻盖式可折叠电视。传

统的内折式可折叠手机在折叠状态下查看信息,通常需要外屏,而内外翻折技术则无需外屏,为设计更轻薄的翻盖式折叠手机的可能性。亮度作为画质的核心指标之一,也是显示厂商角逐的重点。在CES 2024上,LG Display发布了搭载META Technology 2.0的全新OLED电视面板。该技术可将有机物发光释放最大化的微透镜阵列和亮度增强算法相结合,显著提高大尺寸OLED面板的亮度,实现目前OLED电视面板中最高3000尼特亮度。

B 车载显示成厂商必争之地

本次CES的亮点也进一步体现在前沿技术的跨界应用上。在应用场景的拓展方面,各家显示厂商无一例外地将触角伸向了车载显示领域。

AR-HUD(增强现实型抬头显示系统)近年来成为汽车领域的热门话题,在海信展位上,应用这种技术,汽车前后左右的车窗可直接变身影像巨幕,轻松拥有抬头显示和沉浸影院,这是海信将激光显示应用于车载领域的真实场景。

可折叠和可滑动技术也在推动OLED屏应用于车载场景。三星在CES 2024上新推出的Flex Note Extendable折叠屏不仅可以展开,还能通过滑动方式再次扩展屏幕。在车内需要紧急处理工作时,可以将它

作为笔记本电脑使用,或者在休息时完全展开来观看电影等;关闭产品后,可以更专注于驾驶,同时也可以更整洁地布置内饰。

根据全球市场调查机构Omdia的数据显示,LG Display自2018年开始,连续五年在10英寸以上的全球大尺寸车载显示市场占有率(以销售额为准)排名第一。

LG Display在CES 2024上设立车载显示专门展区,首次推出了全球最大的57英寸Pillar to Pillar LCD,拥有从驾驶席到副驾驶席横穿仪表盘的巨大尺寸画面,其自然弯曲画面让乘客在任何位置下都可以直观地看到各种驾驶状态、互助系统等车辆相关信息。

C 国产扫地机、电动牙刷加速出海

除了广大显示厂商竞逐画质、场景外,国内的小家电企业也各显神通,借CES 2024这一平台积极探路产品出海。

追觅科技携包括扫地机器人、智能洗地机、智能基站集尘吸尘器、割草机器人等在内的多款智能清洁新品亮相CES 2024。以展出的扫地机器人为例,不仅配备自清洁基站,并且在清洁能力上,有效解决了毛发缠绕和边角清洁难题。追觅科技北美区总经理Chris Lin表示,追觅科技此次集中展示的新品,注重便利性、性能和质量,希望为全球消费者节省清洁时间,实现“解放双手”。

展会之外,追觅科技也在持续进行

全球化布局。数据显示,2023年追觅科技顺利进驻中东、印度和南美洲等新兴市场,其中在以色列市场的同比增长甚至超过了50%。总体来看,追觅科技海外业务在2023年1月-7月同比增长110%。

在海外市场,口腔护理产品拥有庞大的消费群体,需求持续增长。国内小家电企业徕芬科技则在CES 2024上展出了扫振电动牙刷,产品采用无限位器设计,具有扫振一体的功能,能够实现口腔的深度清洁。据介绍,目前,徕芬科技的产品已经覆盖全球30多个地区和国家,成功进入了海外各大电商平台和线下渠道。

海量年货来了

2024 澳门·广州缤纷产品展明日开展

文/羊城晚报记者 孙绮曼 通讯员 穗商务宣

岁末将至,年味渐浓,置办特色年货正当时,为满足广州市民及访穗旅客一站式采购广州与澳门特色优质产品,由澳门贸易投资促进局与广州市商务局联合主办的“2024 澳门·广州缤纷产品展”将于1月19至21日在广州(琶洲)保利世贸博览馆1号馆举办。

本届展会组织近150家穗澳知名企业参展,携近千款穗澳特色产品、葡语国家商品、经典美食集中亮相,同时展会设置商品优惠福袋、抽奖活动及打卡福利,将给市民带来不一样的购物体验。

精益求精 穗澳参展阵容再升级

延续历年来展出经验,大会组织邀请了上百家穗澳优质展商参展。澳门方面,海量本地制造的特色食品、手信礼品、葡语国家产品及特色美食集中亮相;广州方面则以广州老字号、传统食品以及周边用品为主。

各类手信、食品、凉果以及酒类产品任君选择;广州展区当地品牌将携旗下传统糕点、休闲食品及饮品、文化创意商品与广大市民见面。值得一提的是,澳门餐饮业联合商会携手多家本土特色美食商户一同参展,届时将在澳门特色美食区为广市民带来澳门葡式蛋挞、澳门猪扒包、咖喱鱼蛋、奶茶咖啡等菜品,共同品味独具特色的澳门饮食文化。

除了一如既往设有穗澳两地经典场景供打卡拍照之外,今年展会活动迭代创新,特意定制展限定文明明信片,供广大市民在观展之余参与四大打卡地点集章活动,最后集成明信片收获美好祝福的同时,还有无穷新鲜乐趣和纪念价值。

此外,龙年新春将至,市民置办年货必不可少。展会积极合作各大展商,在展位限量派发展会限定新年优惠福袋,多重选择的商品组合,搭配展期三日抽奖活动(最高有机会可得500元代金券)、免费实体门票以及购满100元立减10元优惠活动,为大众献上展会前所未有的经济实惠。

开放合作 共享平台资源

展会期间,澳门贸易投资促进局、广州市商务局及横琴粤澳深度合作区经济发展局,将与广州广交会威斯汀酒店共同举办投资推介会,并针对医养健康、跨境电商产业作重点引资及宣介,届时将介绍澳琴营商环境、平台空间及国际资源,以及由医养健康、跨境电商及会计企业代表分享落户经验,促进大湾区交流合作,推动区域多元产业合作。

“2024 澳门·广州缤纷产品展”将于1月19日至21日在广州(琶洲)保利世贸博览馆一号馆举办,三日会期内各类促销优惠活动不停,势必满足广大市民“一站式”采购年货的需求,欢迎广大市民前来观展。

消费者偏好带动增长 更多北欧优质海产“游”入中国市场

文/图 羊城晚报记者 孙绮曼

携手更多挪威海产企业,让更多优质冷水鱼“游”入中国市场,成为了中国企业与挪威企业合作的重要支点。

近日,一场带着异国风情的盛宴——北极挪威冰鲜雪鱼产品推介会在广州白天鹅宾馆拉开帷幕,来自挪威寒冷峡湾水域中自然生长的养殖北极挪威冰鲜雪鱼正式登陆广州。

日前,挪威海产局公布的数据显示,2023年挪威海产品出口额创历史新高,而中国市场则首度超越了日本和韩国市场,成为挪威冰鲜三文鱼在亚洲市场上最大的目的地。

2023年前三季度,挪威对华海产品出口额达64.4亿挪威克朗(约合43亿元人民币),其中三文鱼出口额达41.9亿挪威克朗(约合28亿元人民币),同比增长89%。除三文鱼外,挪威还向中国出口大量北极鳕鱼、青花鱼、虾蟹贝类等海产品。

随着消费者肉食消费结构明显变化以及消费水平升级,进口鱼类成为消费重点。记者了解到,随着Hi-CHAIN盒成与挪威Norcod集团于2023年12月达成战略合作,北极挪威冰鲜雪鱼登陆中国。

2024年1月,北极挪威冰鲜雪鱼宣布正式登陆广州。“北极挪威冰鲜雪鱼的最大特点是肉质雪白剔透、口感鲜嫩有弹性、品尝清爽无异味。这使得北极挪威雪鱼具有极大的刺身开发潜力及中式烹饪发挥空间。”Sirena集团中国区经理黄婷婷表示,北极挪威冰鲜雪鱼拥有看全年稳定的供应和产品品质。

挪威贸易和工业部高级顾问西蒙·斯文海姆曾表示,中国经济持续发展为挪威等欧洲国家带来丰厚红利。近年来,两国贸易额不断增长,希望两国继续扩大各领域合作,做大经贸“蛋糕”。

作为华南地区重要的经济和贸易枢纽,近年来,广州海产市场呈现的趋势对于跨国企业了解华南市场发展具有重要的参考价值。挪威海产出口商正积极携手广东本地合作伙伴在餐饮、线上和线下零售等多渠道开展合作,进一步将包括三文鱼、青花鱼和北极鳕鱼等高品质挪威海产推荐给广东消费者。



来自挪威的冰鲜雪鱼正式登陆广州