



荷包里的
新消费

排长龙、做功课、定制花样……

这届年轻人 为何如此热衷“打金”

文/图 羊城晚报记者 黄颖琳

一焊、一敲、一打、一磨，小块热烫的金属逐渐成形，焕发新容……这一届的年轻人，除了加入抢囤黄金、攒金豆子的行列，还热衷到店铺花式“打金”，面对面观察师傅手工制作全流程，坐等两三个小时，只为戴上饱含心愿和期待的“新”金饰。

这项传统手艺为何火出圈？有业内人士表示，黄金价格屡创新高，让不少消费者在线下金店柜台“望而却步”，相比之下“打金”更加划算和实惠，也能满足年轻人对于首饰独特性和个性化的需求。



第一福珠宝师傅熔金过程



黄金饰品受热捧

过去一年，黄金消费持续高涨。中国黄金协会最新数据显示，2023年，全国黄金消费量1089.69吨，与2022年同期相比增长8.78%。其中黄金首饰706.48吨，同比增长7.97%；金条及金币299.60吨，同比增长15.70%。

与此同时，黄金价格“狂飙”上升。自2月28日至今，国际金价连续上涨，并突破2100美元/盎司，创历史新高；国内基础金价同样打破高点，达到498元/克以上。广东省黄金协会副会长兼首席分析师朱志刚指出，“‘打金’掀起热潮的背后，其实是年轻人对黄金保值增值的认知以及对高性价比的追求。”

比如，在某知名品牌金店里，3月6日当天，首饰金零售报价为650元/克，简单款工费约60元/克（非一口价）。如果以常见的20克重量的金手镯计算，要花费1.4

万余元。另一种方式，从银行买金条去小店打手镯，某银行浇铸金条价格约513元/克，打金铺工费为20元/克，同样一款手镯，可以省下3500多元，更加划算和实惠。

朱志刚还表示，“广州特别多传统打金铺，这种来料加工的服务，能够满足年轻消费者对于首饰款式的个性化需求，也进一步推动传统手工技艺再次受到重视甚至出圈。”

在走访过程中，另一家店铺的师傅同样透露，如今“打金”服务要跟上年轻人的潮流。他们会挑选福字、猫爪、龙鳞纹、蛋卷环、吉言经等“花样”刻印在黄金首饰，让纪念、心愿、祈福和期许伴随身边。

另外记者留意到，曾有网友在社交平台上分享了“打金”被坑的经历。

对此，朱志刚建议，消费者尽可能选择口碑好、信誉高、相对大型的打金店，避免遇到含金量减少、耗损过大、成品工艺粗糙等问题。同时，为了防止“踩坑”，可以提前做好黄金原料的测重，或者现场让师傅用仪器检测纯度和克数，商量清楚材料损耗率，做好前后复核的步骤。

“玫瑰空调”再引关注！

董明珠回应直面 “又丑又土”争议

文/羊城晚报记者 黄婷

“又丑又土”“审美实在是不敢恭维”……年初，因外观和价格“吹”起一阵舆论风暴的“玫瑰空调”，近期又因董明珠的公开回应而重回大众视野。

3月2日晚间，在央视财经《对话》节目中，格力电器董事长兼总裁董明珠再次提起“玫瑰空调”遭热议一事，笑称：“‘玫瑰空调’的设计，更多的是想把产品跟家庭生活融合在一起。很多人吐槽说‘董明珠好土’，那我土就土，我觉得无所谓。”

“‘玫瑰空调’的出现，并不等于格力是做得最好的，我们还要不断地创新，一定要把空调做成家里的艺术品，这就是我的目标。”董明珠在节目中强调。

2023年七夕，格力电器将“玫瑰空调”当作节日主推品牌。据悉，格力电器旗下的柜式“玫瑰空调”，是几年前董明珠亲自操刀设计的。今年年初，“玫瑰空调”引发网友关注和争议，几度登上热搜，被部分网友吐槽“审美实在是不敢恭维”“又丑又土”。

同时引发热议讨论的，还有“玫瑰空调”的较高定价。目前，在格力官方抖音号“格力明珠精选”上，该款空调变频两匹、三匹的橱窗售卖价格分别为27999元、29999元。

“把空调做成艺术品”的说法，也并非初次提及。此前，针对网友的公开吐槽，抖音号“格力明珠精选”发布视频回应称，“董总总要用玫瑰向用户表达爱意，让这台空调成为值得收藏的艺术品，为了这个追求，我们不断努力”。据视频介绍，“玫瑰空调”历经三次换代、四次升级，历经精心设计，才让它不断接近玫瑰的生动造型，产品在更新过程中一些技术还被认定为“国际领先”。

奶茶袋怎么突然 变成大热“时尚单品”了？

摒弃名牌包包，重新拎起各种材质的手提袋，成为时下部分年轻消费者的新选择，造就了独特的手提袋文化。在已经到来的“第四消费时代”，人们开始追求简约、共享的消费生活，消费者的非物质性消费意愿得以提升，不再盲目追求品牌，而是推崇简单低碳的生态型生活。

关注当下消费文化的细节，融入年轻消费者的语境中并获取流量密码，满足他们的情绪需求，或将成为品牌脱颖而出的秘诀。

“深圳市包”火了

突然间，“深圳市包”火了。这可不是什么世界大牌或中国名牌，而是各种手提袋——帆布袋、纸袋、奶茶袋等，因被太多深圳市民拎着高频出现在各种场所，而被命名为“深圳市包”。很多初来深圳的朋友感到奇怪，街道上、地铁里、书店中、影院里，少见背着大牌包包的年轻人，但手拎布袋、纸袋的人随处可见。

类似“深圳市包”的各种手提袋，在北上广等大城市年轻人中也颇为常见。一些大城市街头，“务实”的袋子随处可见，大多都是奶茶包装、购物纸袋、会议帆布袋，主打的就是实用和百搭。手提袋能装耐脏抗造，可手提可肩背，有的还有保温涂层，能够跨越性别和年龄，有的小伙伴还在上面吊挂上卡通配饰，显然不是偶尔用之。

除了手提袋，当下不少年轻人不管月入几何，都生活得更加松弛随意，本着“该省省该花花”的消费心理，大T恤、洞洞鞋、帆布袋基本是他们的标配。这些简单务实的单品，成了消费“风向标”。

理性务实消费风起

是现在的年轻人变得更加理性和节俭了吗？经济学家认为确实如此。Z世代年轻人已经不再盲目追求品牌和奢侈品，不再为牌子面子随意买买买。他们更加关注自己的真实需求，注重产品品质、性价比和消费体验，偏好共享行为和二手交易，认可并倡导环保与可持续发展的理念。这种与过去盲目追求名牌和昂贵消费品截然不同的消费理念与价值观，被定义为“反向消费”。

日本社会消费研究人员三浦展在《第四消费时代》一书中指出，当下消费者从追求名牌转向追求简单，从私有观念转到共享意识。这种消费理念的转变，与兴起意味着，消费者自身不再追求面子，不再购买不必要的奢侈商品，而是反向追求极具性价比的商品。

天眼查发布的2023中国消费主

题报告》印证了这一判断。报告显示，“我买的东西都是我真实需要的东西”等理性、务实消费取向，在较长时间段内成为主流选择。2023年末，要客研究院、要客108·中国高端品牌联盟联合发布的《2023中国高质量消费报告》也验证了这一趋势。

对价格敏感的大众消费者越来越理性，也越来越聪明。他们开始排斥品牌溢价，属意经济实惠，追求极简生活。随着物质欲望降低，消费者从自我扩张向自我满足转变，更加重视内在世界的丰盈。在理性消费和感性生活的驱动下，很多年轻人不再因为一个名牌包包而省吃俭用，省下来的钱则可用于提升内在自我。这一趋势对社会、经济、环境、企业和消费者个人，都产生了不同程度的影响。

手提袋背后的商机

理性务实的“反向消费”由多因素驱动，包括经济发展阶段转变、消费态度变化、对环境问题的关注和个体消费动机的转变，既有经济社会的因素，也是文化自信提升、不再盲目追捧西方大牌的结果，更是社会变迁中审美嬗变的见证。可以说，Z世代“活得更明白”了。

“反向消费”对经济社会环境产生了积极的变革效应。将各种商品的包装袋作为手提包拎出门，品牌就随着人流去到各种场景、接触到更多人群，每个人都无形中成了移动的广告牌。包装袋的火爆，也让品牌商看到，作为品牌价值和影响力延伸的一部分，包装袋可以持续刷存在感 and 活跃度，和消费者产生互动连接。

“深圳市包”火了，还引爆了上游的纸袋生产商。2023年5月末，福建一家纸制品包装研发、生产和销售企业南王科技，正式开启股票申购。招股书显

示，南王科技2022年实现营收10.54亿元，仅食品包装就卖出了超过50亿个。

帆布袋、纸袋以实用、百搭、可重复使用、经济实惠等特点，悄无声息地吸引了不同圈层。不少外国友人把中国制造、印着汉字的手提袋当成“时尚单品”，将它们融入自己的穿搭，引发了一波世界潮流。

在信息愈来愈碎片化的当下，想要吸引消费者的注意力变得越来越困难，获取流量的难度也随之升高。从帆布袋、纸袋变成年轻人常用的“手提包”，捕获当下消费文化的变迁，满足年轻消费者在产品品质、口碑、品牌价值等因素之外的情绪价值，带给消费者内心所需要的满足感、价值感和惊喜感，从而引发消费者自发分享和传播，已成为品牌生产供应商需要思考的问题。而这个机会，就蕴藏在消费心理变迁的细微之处。（新华社）

得闲饮杯啡！

广东年轻人涌入肠粉咖啡、单丛咖啡店

文/羊城晚报记者 沈钊 实习生 何雨晗 陈逸欣

“过年吃得太热气，出门玩就想找家凉茶铺降降火，没想到发现了凉茶咖啡。”从东莞返工佛山的张女士，周末出游时在大众点评上找到一家名叫“番鬼凉茶”的咖啡店，“招牌是水牛奶拿铁、罗汉果冰广式和龟苓膏炼乳拿铁，店里挺多人都来打卡。”

不久前的春节假期，广东特色“凉茶咖啡”成为不少人的新年新体验。美团数据显示，春节以来，广东省“凉茶咖啡”关键词搜索量较去年同期增速为470.6%，其中，热门凉茶咖啡“罗汉果美式”销量同比增速为766.7%，“龟苓膏咖啡”销量同比增速为379.3%。

广东作为人口大省和经济强省，咖啡消费蔚然成风。爱企查最新披露数据显示，2023年以来，广东省新增“咖啡”相关企业3万余家，位列全国省市排行首位。广东多地也推出融合粤式饮食特色和生活方式的咖啡新品类、新业态，为市民带来咖啡新体验。



特色茶咖受到年轻人欢迎

羊城晚报资料图

广东本土咖啡品牌無非大口堂

羊城晚报资料图

“肠粉+咖啡”成粤式早餐新组合

“一份蛋肉肠粉，一杯美式咖啡，十几块钱的套餐，睡醒又吃饱。”早上七点，家住珠海市香洲区翠竹新村的刘先生，在街口的“赶早肠粉咖啡店”吃早餐。“每天工作都需要咖啡提神，现在可以在吃肠粉的同时喝到咖啡，美味又方便。”

“90后”陈先生已经有近十年的肠粉制作经验。2023年，他再次创业，融合自己过去在粤式早餐和柠檬茶两个领域的经验，和妻子

在珠海市香洲区某居民区开了一家肠粉咖啡店。“肠粉是生存，咖啡是生活。我想用融合创新的早餐搭配提醒大家，生活很重要。”

“最近有不少人通过大众点评来店里打卡，我们很惊喜，感觉成‘网红’了，能得到消费者认可很开心。”陈先生表示，他们已经将营业时间延长到下午两点，并增加了云吞面、葱油面等粤式主食搭配咖啡的套餐，“想让大家一站式打卡粤式

美食和咖啡，还能觉得物超所值。”

“肠粉+咖啡”新业态已经“席卷”广东多地。除了珠海的赶早肠粉咖啡店，江门的“是但肠粉咖啡店”、汕头的“洪浪咖啡汕头肠粉”等商铺也在大众点评等平台上上线了多种“肠粉+咖啡”套餐。美团数据显示，2023年以来，广东省内“咖啡肠粉”相关商户数量同比增速133.3%，相关商户交易额同比增速1018.9%。

潮汕特色茶咖受年轻人好评

“如果最近来潮汕旅游，一定要尝尝特色单丛咖啡。”潘女士趁周末从杭州来到汕头看海，意外发现了用单丛茶叶烘焙的咖啡豆制作的饮品，“和之前在浙江喝过的龙井咖啡口感不一样，不单单是咖啡兑茶，而是咖啡汁就带有一股淡淡茶香。”

凤凰单丛是潮汕地区特色茶种，因具有独特清香和滋味被称为“茶中香水”，潮汕地区的居民大多有饮凤凰单丛茶的习惯。近年来，随着咖啡的普及，不少潮汕年轻人纷纷转向饮用制作更快捷、口味更丰富的现磨咖啡。

大学期间在上海爱上喝咖啡、做咖啡，回来后想尝试做具有潮州特色的新咖啡，就想到把单丛的清香融入到咖啡的醇厚里。”邓女士学成归来，在潮州西湖旁开了一家咖啡馆，“我个人也比较喜欢气泡的口感，还尝试过单丛茶加入气泡水再加入咖啡，不过后来有顾客说口味太小众，就成为我的私人特调了。”

融入广东地域特色的新品类咖啡不断上新，融入粤式生活的咖啡新消费场景不断涌现，各地咖啡新业态也成为当下年轻人前往打卡、分享的新体验。数据显示，今年春节以来，广东省“单丛