

“攒金豆”成为年轻人投资新宠

投资股票、基金,买比特币、收藏古玩字画……除了这些,现在不少年轻人又多了一种理财方式——买金豆子。

在不少年轻人看来,“攒金豆”门槛低,既能满足自身购物欲,又能变相实现存钱投资。

为了迎合年轻消费者,部分银行推出“攒金豆”等小克重黄金产品。

业内人士提醒,消费者需注意回购渠道和要求以及金价波动等因素,不可盲目跟风购买。

不少人用“攒金豆”代替投资

去年8月15日,市民赵婷婷收到丈夫送给她的某个大品牌的金豆子,让她非常喜欢。“因为我之前也投资过股票、基金之类的产品,但收益都不高,并且还有赔的时候,但这次老公送给我的黄金饰品非常好,所以之后我就跟老公商量,可不可以把生日礼物都换成金豆子,因为黄金不但好看并且保值,还适合送礼。之后就与老公约定,除过生日外,其他节日不知道送什么礼物时就送1克的金豆子,作为投资的一个项目。”

李茵是一名白领,在沈阳一家外企工作。她自今年2月起,决定每个月都拿出一些钱来买金豆子理财。“之前也是同学推荐我买的,说既好看又能升值,我当时在沈阳中街一家金店买下了第一颗金豆。后来根据金价波动等情况,我每个月多的时候攒几颗,少的时候攒一两颗,到今年7月已经攒了几十个颗金豆,全都存放在一个小玻璃瓶里。看着小金豆一个个垒起来,心情很好。主要是金豆子的克重比较低,每月攒一些,像游戏里一样,很有成就感,再有就是经济压力不是很大。”李茵表示,现在金子比钻石要好,钻石让人工钻石顶的价格掉了不少,出柜就降价,金豆子一般不会出现这个问题。

记者调查后发现,近两三年,像赵婷婷、李茵这样的年轻女性,情况都差不多,一开始都是关注黄金产品,几乎每个人都定期购买重量约一克的黄金,如金豆子、金元宝等,把它当成硬币储存,积少成多。这个与传统黄金首饰、金条动辄几千上万元的消费额度相比,金豆子的好处就在于重量小,门槛比较低并且还有一定的趣味性,这是“攒金豆”越来越受到年轻人追捧的原因。

1克-3克“金瓜子”“金豆子”最受欢迎

7月23日,记者走访沈阳地区多家金店。在中街一家著名的金店内,记者发现不少人正在选购。

“先生您是要买金饰品还是金条?”售货员向记者询问道,记者表示想买一些金豆子。售货员表示,店里正推出买10颗金豆,送个透明瓶的活动。这个产品特别受年轻人喜欢,一天最多能卖出上百颗。

张琦正领着女朋友小许在挑选金豆子,他告诉记者:“我已经是第三次买金豆子了,之前在刷短视频时,看到有人每年都送女朋友一颗金豆子,寓意非常好,所以也送了她一个,没想到她非常喜欢,我就决定买一个大瓶子,要每半年送她一颗,这样既见证我们的爱情,也是投资,以后把这些金豆子留给我们的孩子!”

记者采访时了解到,相较于投资金条或黄金首饰,重量在1克-3克左右的“金瓜子”“金豆子”受到年轻人青睐。

在中街的另一家品牌金店,店员李小姐告诉记者,与其他金饰品不同,我们店主打金豆子不收取额外手工费。价格方面,随着大盘金而定,现在买的话每克525元,投资的话,与几千元的金条或加上手工费每克600元左右的金首饰相比,金豆子更符合年轻人购买和投资。

据李小姐介绍,一般金店里的金豆子价格都是实时盘价,有的店会收20元手工费,重量一般在0.9克的,还有1克多点的。此外,记者在其他金店还发现,小金元宝和桃心宝卖得也非常好,像这两种手工制作手工费在30元左右,一般店里的售货员会推荐每个人买一个,或者积攒到几个一起买,就像是零存整取,也相当于攒钱一样。

市民王洋正在挑选金元宝,她告诉记者:“我就想过来买一些金元宝做投资,最开始在



视频平台看到其他人种的草,每年少买点化妆品就有了!”另一位在挑选金豆子的消费者杨先生则表示,每个月投资几百元还是可以的,要是多的话,就会有压力。“黄金嘛,属于硬通货,主要是保值,我已经买了几十个了,算是自己攒的第一桶金!”

电商平台也是“攒金豆”的重要渠道

除了线下金店,电商平台也是年轻人“攒金豆”的重要渠道。不少珠宝平台都在淘宝、京东、拼多多等平台开设了官方旗舰店,并推出了金瓜子、金元宝、金大米等多种形状的系列产品,还有一些品牌商,会通过直播等形式,让主播在直播间里推广售卖。记者在淘宝点击某款金豆子产品,发现其月销量高达“5000+”。

搜索一些网络平台,重量在一克左右的金豆子,价格超过四五百元的非常多,比如某品牌“一桶黄金系列攒金豆”产品,券

后价高达每克590元,远高于同期中国黄金投资金条每克的价钱,金豆子一类产品不需要复杂的工艺,加工成本较低,售价理应接近实际原料金价,否则投资价值将大打折扣。

在淘宝一家金店里,“金豆子”按重量共分成了5个标准,分别为1克、2克、3克、5克和10克,对比后发现,价格稍低于黄金市价,1克售价455元,查看评论区,一些年轻的父母给刚出生的女儿“攒嫁妆”,另一个著名的金饰品店则在直播间推出1克-5克左右的“金豆子”产品吸引顾客,销量非常好,并推出特色的“金大米”“金爱心”“金葫芦”等,这些常常能够卖到缺货。

记者在小红书上搜索“金豆”字样,会出来超过18万篇相关的笔记。有网友将数颗金豆放在卡通形象的透明玻璃罐里,当作存钱罐,也有网友交流“攒豆”心得,晒出账单来,看自己赚了多少钱。

共享充电宝变身“价格刺客”引争议

赶不上掉电速度。“有一次我在餐厅租借充电宝,吃完饭后才充进去8%,刚打到网约车就没电关机了。”

谈起共享充电宝,消费者刘雪峰满脸无奈。他最近陪孩子去游乐园玩耍,经常长时间等候在门口,所以会用手机消磨时间。“刷手机电池电量掉得很快,但共享充电宝价格我个人认为不便宜。”他随后向记者出示自己的手机支付记录,“兔安儿童游戏乐园(沈阳花园城店)租用充电宝价格4元/小时。”

据不完全统计,“附近归还点没有空位”“不同型号难以兼容”“程序显示信息错误”“网络标记归还点有误差”等是消费者反映与关注的问题。原本提供便利服务的共享充电宝,却因为使用过程中出现问题,让消费者存在被迫延长充电宝租赁时间的可能。

分成 65%利润分给商家

因为涉及直营点位和代理商点位,共享充电宝租用价格并未统一。从2017年开始,行业内已经出现与商家分成、缴纳入场费的做法。目前,充电宝企业普遍采取分成模式。受到市场竞争影响,提升对消费者的租用价格成为最直接的销售手段。

在通常情况下,充电宝企业会根据共享充电宝拓展市场需要主动联系商家。“各城市充电宝租借费用与使用情况不尽相同。以我们沈阳为例,当初安装共享充电宝时企业就做出承诺,将全部利润的65%留给商家,他们只要剩下的35%利润。我们网吧处于繁华路段,日均客流量约200人次,充电宝租用得越多,获取的利润也越多。”一位不愿意透露姓名的网吧老板告诉记者。在网吧设置共享充电宝,租用价格是3元/小时,最高封顶99元。“扣除使用机器20元/月,APP提现手续费3%、运行所需电费 etc 全部费用,每个月可以带给我700元纯利。”

网吧老板坦言,在利润分成过程中,

“攒金豆”划算吗?

家住于洪区的市民于启明告诉记者,他从2020年就开始购买金豆子。“刚买金豆子是在实体店,但后来感觉是赔钱的,改为通过领消费券或者平台优惠后才购买,这样做才能够接近大盘价,买人才划算。”

消费者齐女士则表示,当时她买金豆子的时候,品牌商告诉她可以进行换购,但过了一年,她想换个金戒指的时候,品牌商则告诉她不能进行换购的政策,她找到客服询问,得到的答案是可以先观望,未来政策或许会有调整。

从事金饰品营销工作多年的吕宝华表示,金豆子定投和消费是国内黄金市场的一种新零售创新,通过把黄金的份额更加细分化,增加了年轻人的仪式感,成功刺激了年轻人的消费增长。

以某官方旗舰店的金豆售价为例,7月24日价格为530元/克,但回收价格在455元/克,相当于买入1克就会赔掉75元;菜百官方旗舰店的金豆被设计成爱心或元宝形状,售价为550元/克(券后530元),回收价格在447元左右,相差超过83元,且只回收本品牌产品。

建议:一定要选择正规渠道购买黄金

“长期来看,三五年以后黄金肯定是涨的,就算跌也不会跌特别多。”所以吕宝华给出了他的建议:首先消费者千万不要被一些所谓的“噱头”所欺骗,尤其是黄金的纯度,这一点关系到日后黄金变现,实现保值甚至增值的目的,正规的黄金售卖一般都会明确标注重量和成色,而网上购买的黄金鱼龙混杂,所以大家一定要选择正规渠道购买黄金,并且投资一定要量力而行,毕竟需要往里压钱,比如变现的时机,一定要把握好。所以,凡是花钱的方面,千万不要抱侥幸的心理。任何投资都是有风险的,一定要注意回购渠道及要求,以及金价波动等因素,不可盲目跟风购买。

本报综合消息

可能存在数据信息不对等、不透明的情况。“我们不知道每个月、每一天有多少人在使用店内充电宝,我们也不可能去细数使用者的数量,更无法监控他们的使用时间。我们目前只能看到利润分成数据,但接触不到后台使用数据。”他告诉记者,曾有另一品牌充电宝企业,业务员向他提出70%利润分成,但考虑到服务和维护等问题最终选择放弃。“还有一种共享充电宝经营模式,就是商家以1200元/台价格购买机器。”

成本结构发生改变或是造成共享充电宝被迫涨价主因

2017年,共享充电宝业务在国内逐渐起步。部分充电宝企业推出“前30分钟免费试用”等推广活动,超出时间部分以1元/小时计费。充满一部手机耗时约2小时,大部分单次消费在3元以内。随着共享充电宝市场竞争格局逐渐形成,几家头部企业稳占绝对市场份额,共享充电宝开始掀起悄无声息的涨价潮。

据业内人士李先生介绍,共享充电宝计费方式从小时转为半小时,从此前1元/小时涨至1元/30分钟,看似只是提价1元钱,实际却是价格翻倍。经过一段时间涨价,沈城大部分地区共享充电宝已进入3-4元/小时。部分核心商圈或高档场所,充电宝租赁价格突破5元/小时。“从共享充电宝商业模式看,盈利方式主要是通过租赁收入以及附加广告产生。绝大多数共享充电宝企业都选择了与商户共同利益分成。企业、代理商、商家三者进行多重利益瓜分,依据场景、客流等因素改变租用价格,达到各自利益最大收益。共享充电宝的价格变化,反映出成本结构已经发生转变。以前消费者花2元钱租用共享充电宝,2元钱全部交给平台。现在消费者花5元钱,2元钱交给平台3元钱留给商家。这种成本结构的改变或是共享充电宝被迫涨价的主因。”

本报综合消息