

相关链接

金价与含金量

由于黄金储量有限，金首饰的含金量往往随金价变化而波动。

19 世纪中期以来,越来越多黄金被用于制作饰品,英国金银验证所因此执行新标准,允许金匠以含金量低于 18K 的金属制作金首饰。

第二次世界大战期间,黄金紧俏。考虑到结婚戒指是“战时必需品”,英国政府再度下调标准,允许结婚戒指的最低含金量为9K。

20 世纪末期,英国兴起大众化、快餐化时尚,低含金量的 9K、14K 金首饰大行其道。

目前,在亚洲等国家,金价上涨似乎丝毫没有影响消费者购买黄金饰品的热情。黄金理事会数据显示,印度和中国两个市场的消费者购买了全球半数以上的金首饰。与英美等国家低含金量饰品受欢迎的情况不同,这两个国家最畅销的金首饰分别是22K和24K黄金制成。



各种首饰价格「水涨船高」

黄金价格高涨 英美首饰滞销

时尚产品爱用混合材料 高档金饰多选镂空设计

国际市场黄金价格日益坚挺,英国黄金首饰生意却步步维艰。一边是原材料飙升的成本,一边是消费者萎缩的购买欲。英国首饰商清楚,除非挖空心思改进设计,否则推出黄金饰品难以保本。

金店变“当铺”

从伦敦金银验证所的业务发展状况,可以窥见英国首饰市场走势。自从2005年金价上涨以来,这家原本主营金银首饰鉴定的机构有了新业务。

这之前，每天有大批消费者到访金银验证所，为他们新购的金首饰做鉴定。“以前我们每天鉴定1.8万到2万件(金首饰)，”已在验证所工作40年的戴维·梅里说，“但如今每天只接手1万件左右。”

在另一间屋里，是成堆的黄金饰品：项链、耳环、雪茄盒……这些黄金制品静静地躺在塑料盘内，等待倒入火热的坩埚融化。

融化并重铸黄金并非伦敦金银验证所的传统业务，但顾客们对这种服务的需求却只增不减。“不少首饰商找到我们，带来满满的塑料袋，里面全是直接从货架上取下的、崭新的金首饰。”梅里说，“这样他们至少能挽回部分损失。”如今，伦敦验证所每周融化黄金碎料 150 公斤。

2005 年以来,黄金价格从每盎司 420 美元一路涨到 1660 美元。英国一些消费者造访首饰店,不为购买而为出售手头的黄金首饰。首饰店 F·欣兹是一家传承六代的家族企业,在英国各地有 100 多家门店。该企业



■ 艾玛·约翰拿祖母的戒指换现金

本版图片 GJ

主管安德鲁·欣兹承认，近来有越来越多消费者走进店铺兜售自己的金首饰。“我们不做这种交易很久了，”他说，“我们不希望被当做当铺。”

实际上,不少首饰店特别是独立设计师如今乐于回购金首饰,利用价差收购碎料赚点钱。这种现象不仅出现在英国首饰市场,美国也不例外。世界黄金理事会提供的数据显示,美国市场当前黄金首饰买卖基本持平,不少店家售出金首饰的同时,也回收几乎等重的黄金碎料。

汉娜·马丁是英国当代最有影响力的首饰设计师之一。她说,“除了黄金,我曾拒绝用其他任何材料做首饰。”随着金价节节上涨,维持这样的设计原则谈何容易。“我刚开始设计首饰时,一件作品只需卖2000英镑(约合3180美元),如今却要卖8000英镑(12720美元)。”

面临居高不下的金价，马丁最

终妥协。“我们不得不采用白银为原料。”马丁甚至推出另外一个更大众化的品牌，主打产品均为更廉价的非黄金饰品。这个品牌的首饰同样可见马丁著名的“马刺”和“鹰形”设计，只不过原材料是经过特殊工艺打磨的黄铜。

平价更时尚

黄金首饰在英美等国市场遭到冷遇,与欧美近年来兴起的大众化、快餐化时尚文化也不无关系。

近 10 年来,欧美时尚产业推崇“冲动消费”:鼓励消费者大量购买可替换的低价成衣或饰品。

作为对策，不少首饰商以低价拉拢消费者，首饰品牌“潘多拉”是其中的佼佼者。这个连锁店遍布英国的首饰品牌主打所谓“定制珠宝”：由消费者自己制作项链或手链，“潘多拉”提供珠子、链子、锁扣

等各种材料。这样一来,“潘多拉”得以低价销售首饰,还能保证消费者多次购买。“珠子是银制的,顾客们买到的可是‘真金白银’,同时40英镑的售价尚在可承受范围之内。”英国杂志《珠宝零售》主编劳拉·麦克雷蒂说。

伯明翰城市大学首饰创新中心负责人盖伊·彭福尔德指出,如今白色金属比黄金更受欢迎。“越来越多的人喜欢混合材料制成的首饰,比如钛加白银,或者白银加黄金。”她说。还有不少设计师尝试用所谓“当代”材料制作首饰。钨、钴和钽等贵金属成为他们的创作材料。

价格定方向

黄金饰品在英美市场的传统地位动摇之际,全球金首饰市场也呈现出更加奢侈化的新趋势。

黄金理事会常务董事戴维·兰姆注意到,奢侈品牌“蒂凡尼”近来推出的新设计屡见黄金制品。纽约设计师金·考夫曼设计的一系列黄金袖扣,哪怕每对售价高达1.4万美元仍供不应求。

面对西方市场新趋势,首饰设计师的对策是设计更经济和更富创意的作品。今年3月举行的巴塞尔钟表珠宝展上,奢侈品牌“古奇”推出的Diamantissima黄金戒指,由于采用镂空设计,这款金戒指用料经济,售价仅为648英镑。

白银配钻石或黄金曾被视为首饰设计大忌，但如今设计师们已顾不得这么多。“无论低端高端产品，总得考虑价格因素。”马丁说。袁原

建材 | 家具 | 红木 | 布艺

建材/家具
采购中心

400-820-6595

五一幸福

大惠战

活动时间
4月29日
至
5月1日

3天冲击3000万

·活动具体详情以商场内公示为准,在法律范围内美千居可调整活动的执行细则。

活动内容

活动时间: 2012年4月29日-5月1日

补贴 建材 3折起 成交价基础上 10% 惊喜 10根金条满就抽

建材单笔统一收银实付金额满2000元,返200元,满4000元,返400元,以此类推,上不封顶。
(五金、水暖满1000元,返100元,满2000元返200元,以此类推);
家具单笔统一收银实付金额满3000元,返300元现金,满6000元返600元现金,以此类推,上不封顶。

承诺 9.5折 联盟卡 食用油 全城预约中

活动期内,拨打400-820-6595预约《品牌联盟卡》一张,返现10%后,凭卡再享品牌联盟商品9.5折优惠,同时持卡每日开单前100名,再送食用油一桶。
食用油领取地点:美千居家具馆三楼

惊喜 家电无限量放送 惊喜 10根金条满就抽

活动期间,凡在美千居单个展位单笔消费满指定金额,并到收银台付清全款的顾客,即可换取相应的产品。

统一收银 满2999元送品牌电饭煲一台
满5999元送品牌电磁炉一台
满9999元送品牌电风扇一台
满19999元送品牌微波炉一台
满49999元送品牌电冰箱一台
满99999元送品牌空调一台

奖品以实物为准

惊喜 10根金条满就抽

活动期间凡到美千居购物的顾客,实付金额满1000元并至商场统一收银的顾客,即可凭商场统一收货订单至商场一楼总服务台领取抽奖券1张,满2000元送2张,满3000元送3张,以此类推,买的越多,机会越多。

奖品以实物为准

抽奖时间: 2012年5月1日17:00 抽奖地点: 美千居建材馆舞台

特惠 数百款产品超值特惠

活动期间,美千居推出数百款超值特价。

低价

娱乐 五一大型文艺演出

时间: 5月1日下午5:00
地点: 美千居广场

《品牌联盟卡》
凭报纸可免费领取

《品牌联盟卡》VIP特权

凭卡可享受品牌联盟商品9.5折优惠
每日开单前100名再送食用油一桶

联盟品牌

红点·慕思·斯可馨·艺大师·浪漫小屋·三叶柏逸轩·北格·里斯戴尔·金莎玉瓷砖·长春藤·上海玻璃先生·奥普·天奴五金·欣旺壁纸·太阳·金丝丽卫浴·美标卫浴·TOTO卫浴·九牧卫浴·英皇卫浴·雷士照明·欧普照明·蒂诗娜·南田移门·法恩莎·永吉地板·一品自然

7天
退换货

先行
赔付

商品
审核

售后
跟踪

P

10
倍差价退

10
倍差价退

倡导绿色生活

商场地址: 上海浦东新区张杨北路4001号(近行南路)
服务热线: 400-820-6595 <http://www.meiqianju.com>