

金价频繁波动,消费者购金热情为何不减?

硬通货属性提供硬支撑、情绪价值吸引新客群,专家建议理性配置黄金资产

本报记者 王美茹 实习生 李彦仪

上周,国际金价遭遇罕见暴跌,周跌幅超10%,创下近43年以来最大单日跌幅纪录。3月21日凌晨,现货黄金跌破4500美元/盎司,国内品牌金饰价格随之大幅回调,周大福、周生生等知名品牌足金饰品价格纷纷跌破1400元/克。而在今年1月底,这一价格还普遍维持在1700元/克。不少年轻人坐在便携手机上,手机连着充电宝,他们不是在抢购限量潮品,而是在等待购买黄金——这是今年1月国际金价一路暴涨之时北京SKP商场外的一幕。

“商场刚开门,我们就已经停止发放排队号码牌,总共发了四五百个,已经达到全天接待极限。”今年1月,在北京SKP商场,老铺黄金店告诉记者,“最前面的人凌晨4点就来了。”经历波动上涨后,金价从高位一路俯冲,而后又迎来反弹,反复上演“过山车”式行情。不过,黄金价格频繁波动之下,消费者的购金热情并未消退,有不少消费者看好黄金的长期硬通货属性,选择“趁低入手”,尤其是年轻消费群体,成为黄金消费市场的一匹“升班马”。

从长辈专属到年轻人“新宠”

近日,黄金价格走低,不少地方的金店、银行迎来一轮买金热潮,有的银行金条快速售罄。“商场最近搞活动,算下来能到八五折,

我们趁优惠赶紧入手。”在北京一家金店,一对90后情侣笑着告诉记者,“我们非常看好黄金的保值功能,想着早买划算。”“以前觉得黄金是长辈的专属,现在身边朋友几乎都有一两件金饰。”95后消费者林依依的话是当下黄金消费年轻化的真实写照。

世界黄金协会发布的《2025年中国金饰消费趋势洞察》显示,18岁~24岁消费者的金饰拥有率高达62%,而在5年前这一数据仅为37%。品牌金店生意火爆的同时,提供黄金加工服务的打金店也正在兴起。巨匠金工坊主理人郭志鹏介绍了工坊当前的业务结构:来料加工占70%,以旧换新占20%,卖金变现占10%,三类业务均大幅增长。

“现在大家非常愿意拿家里的旧金进行加工,而不仅是直接购买新品,这也是年轻人黄金消费的一大趋势。”郭志鹏说。郭志鹏观察到,来料加工和以旧换新的主力是25岁~35岁的年轻人,他们更偏好市场热门款式及个性化定制;卖金变现则以35岁~45岁人群为主,他们多持有早年低价购入的黄金。郭志鹏告诉记者:“打金店生意更好反映的是消费理性回归,大家更看重黄金本身的价值。”

从保值资产到情绪载体

保值之外,吸引消费者的还有黄金承载的情绪价值与文化内涵。“买黄金我最看中的就是它的设计。”28岁的章涵为备婚挑选

了5万元的黄金饰品,“这种古法工艺的细节特别精致,戴出去被朋友认出了款式,感觉很特别”。

消费者愿为古法黄金饰品支付溢价,正源于其工艺稀缺性与文化厚重感。IP联名金饰则开辟了另一条路径。潮宏基0.1克重的线条小狗联名挂坠售价320元,0.7克的库洛米转运珠售价1312元,每克单价远超普通黄金,却依然热销。

00后王梓芸戴着刚买的黄油小熊联名金饰对记者说:“我没太在克重上纠结,就是喜欢这个IP很多年了,看到联名款就想买。这种几百元钱买到的快乐特别实在,还可以和同样喜欢这个IP的朋友分享。”

记者观察到,这类IP联名金饰大多采用“一口价”模式,轻量化设计降低了黄金的购买门槛,而IP本身承载的故事让黄金变成了年轻人自我展示的载体。“许多年轻人选金饰都是先看款式和设计,再考虑品牌和寓意,反而对克重没那么敏感。”北京一潮宏基门店工作人员告诉记者。

理性配置黄金资产

购金热潮的更深层驱动力来自全球宏观经济格局的变化。中泰国际首席经济学家李迅雷分析称,全球货币规模过去60年增长160倍,这是金价长期上涨的根本动力。李迅雷建议,投资者理性配置黄金,不盲目追高,

既防范风险又不错失趋势。他同时提示投资风险:“持有者需承受波动。”

针对当前金价波动与消费热潮并存的情况,对外经济贸易大学经济学院教授陈昊认为,近期金价走低反而引发抢购,背后有双动力:一是黄金作为避险资产的特征依然突出,全球地缘冲突与经济不确定性持续提升消费者的避险需求;二是金价持续走低客观上为短期套利提供了想象空间,催生了“抄底”风潮。

对于目前银行金条难买等“购金热”现象,陈昊分析认为,在金价单日跌幅较大的背景下,为防范恶性投机风险,银行会对单日总销量进行限额并加强风控措施,而消费者对银行渠道的高度信赖也使得需求集中释放。他预计,这种短期紧张局面可能需要等待金价进一步探底并适度反弹,市场预期重新构建后才会逐步缓解。

陈昊建议,普通消费者应以长期投资而非短期套利投机的策略配置黄金资产。“黄金价格波动较大,近期风险更为明显,想利用短期价差套利风险非常大。消费者可采取分段分批、逐步买卖的方式,不建议动用过高比例的家庭资产购买黄金,更不建议加杠杆投资。”

有专家表示,这场黄金热潮可能随价格波动而起伏,但其反映出的消费理性化、储备多元化趋势,将在更长时间尺度上持续影响市场格局。

我国日均词元调用量
超140万亿

到2026年3月

我国日均词元(Token)调用量
已超过140万亿

相比2024年初的1000亿增长了1000多倍

相比2025年底的100万亿
三个月时间又增长了40%多

资料来源:国家数据局

新华社发(王威制图)

展示标志性成果,发布最新技术

第九届数字中国建设峰会将在福州举办

本报北京3月24日电(记者姜雨晴)今天,国新办举行新闻发布会介绍第九届数字中国建设峰会有关情况。记者从会上获悉,本届峰会将于4月29日至4月30日在福建省福州市举办,主题是“加快数智技术创新发展,深入推进数字中国建设”,将举办50余场对话交流活动,并设数字中国创新大赛和现场体验区,同步举办闽江数字夜话、院士专家行等特色活动100多场。

本届峰会将更加注重展示成果、发布技术、繁荣生态三个方面。国家发展改革委党组成员、国家数据局局长刘烈宏介绍,峰会将充分展示数字中国建设标志性成果、里程碑式进展。近400家企业将发布数字化转型的最新技术和产品,涉及芯片、行业大模型、具身智能等领域,还将集中展示数据要素在农业、工业制造业、医疗、文旅等领域融合应用的近百个典型案例,展示数据要素价值释放的新成效,首展率超过了65%。

“数智融合”“创新主体”“场景驱动”是本届峰会的三大突出特点。福建省委常委、常务副省长王永礼介绍,本届峰会既聚焦数字基础设施建设、数字经济发展新领域,又更加紧扣“人工智能+”和“数据要素×”双轮驱动,将围绕AI赋能千行百业、智能体创新与治理等议题举办24场活动。同时,峰会集聚企业、高校、科研机构、金融机构等多方主体,加速构建数字化转型生态,以数据链推动创新链、产业链、资金链、人才链深度融合。现场体验区聚焦具身智能机器人、数字孪生虚实结合等,以沉浸式、场景化布局超100个互动项目。

市场监管部门部署开展综合治理工作

酒类产品五大违法违规行为将被严查

本报北京3月24日电(记者杨召奎)市场监管总局近日部署各地市场监管部门开展酒类产品突出问题综合治理工作,严厉打击酒类产品违法违规行为,切实保障人民群众饮食安全和消费权益。

此次综合治理,重点聚焦五个方面突出问题:一是使用甲醇、工业酒精等生产假酒,在黑窝点黑作坊制售假酒,售卖包装材料参与造假,醇基液体燃料管理不当致使误饮中毒等违法违规行为。

二是使用食用酒精勾兑后冒充固态法白酒及原酒、葡萄酒、果酒、黄酒等产品,以葡萄汁冒充葡萄酒,以薯类、糖蜜等食用酒精冒充谷物食用酒精等违法违规行为。

三是白酒、葡萄酒等超范围使用食品添加剂,养生酒等配制酒超限量添加食品添加剂,配制酒、其他蒸馏酒、啤酒等非酒精类食品超范围使用食品添加剂等违法违规行为。

四是侵犯注册商标、地理标志权,擅自使用与他人有一定影响的商品名称、包装、装潢等相同或者近似的标识,伪造或者冒用质量标志、产品产地、他人厂名厂址等违法违规行为。

五是产品标签虚假宣称疾病预防、治疗功能,假借“特供”“专供”“内供”党政机关和军队名义进行虚假宣传,对产品作虚假广告或虚假商业宣传等违法违规行为。

据悉,各地市场监管部门将全面加强生产加工、食品销售、餐饮服务、宣传营销等全过程各环节监管执法,严厉查处一批重点案件、清理一批黑窝点黑作坊、惩处一批违法犯罪分子、曝光一批典型案例。

强化源头管理,完善监管链条

新规护航进口食品安全

本报北京3月24日电(记者时澜娜)近日,海关总署修订发布《中华人民共和国海关进口食品境外生产企业注册管理规定》及配套实施公告,贯彻落实食品安全“四个最严”要求,强化源头管理,全过程监管,进一步提升进口食品安全监管水平,便利进口食品贸易。相关政策措施将于今年6月1日起正式施行。

据了解,作为强化进口食品安全监管和风险管理的重要抓手,现行注册管理规定自2022年1月1日施行4年多来,全球已有178个国家(地区)的9.6万余家食品企业在华注册,带动我国进口食品贸易总额从2020年的1.05万亿元增至2025年的1.32万亿元。新修订的注册管理规定更加突出提升进口注册管理现代化水平,将食品安全法关于“预防为主、风险管理”的理念贯穿注册管理全过程;更加突出不断压实进口食品境外主管部门和企业责任,进一步完善责任明晰、链条完整、环环相扣的进口食品安全全链条监管责任体系。

海关总署进出口食品安全局局长李劲松介绍,新规充分考虑与已有注册制度的衔接性,目前全球已注册企业的进口食品贸易不仅不受影响,还将得到更大便利。对于新申请注册的企业,新规将通过优化注册申请方式、简化申请材料、增设“清单注册”快捷通道等方式推动进口注册办理更加高效便捷。

中国光谷新增多条科技体验文旅路线

3月21日,一列空轨列车在运行中。近日,湖北发布中国光谷科技旅游路线,推出超级工厂线、人工智能线和低空文旅线三大主题科技旅游路线。这些线路依托光谷领先的光电子信息、人工智能、智能制造、低空经济等产业优势,将科创与文旅观光融合,方便游客近距离体验。
新华社记者 肖艺九 摄



京唐港区保税物流中心贸易额创新高

本报北京3月24日电(特约记者朱润娟 通讯员丁春贵)记者近日从河北港口集团获悉,2月该集团唐山港京唐港区保税物流中心(B型)完成进出口贸易额25亿元,在全国89家同类保税物流中心中位列全国第一,单月贸易额创历史新高。

近年来,京唐港区保税物流中心在海关部门精准帮扶和相关政策支持下,聚焦大宗商品保税物流主业,深耕钢材保税仓储等特色业务,通过持续完善平台服务功能,大力拓展国内外市场,实现业务规模连年攀升。

能讲解、会演奏,全面融入论坛场景,展现科技硬实力

探馆2026中关村论坛年会:“机器人浓度”再创新高

聚焦2026中关村论坛年会

本报北京3月24日电(记者秦亦姝)机器人餐吧的橱窗中,5种不同型号的“机器人服务员”联手为顾客现场制作糖葫芦、水果茶等餐食;会场服务区,各类引导、讲解机器人

穿梭往来;展演区中,机器人舞团动作流畅、配合着音乐翩翩起舞……在今天的2026中关村论坛年会媒体探馆活动中,多品牌、多形态的机器人“组团上岗”,“机器人浓度”再创新高,成为现场焦点。

在中关村国际创新中心展演区,记者看到,一组身着汉服的人形机器人正在用钢琴、

中国鼓、葫芦丝、唢呐等乐器演奏《茉莉花》。“我们在机器人里植入情感模型,按照乐曲的风格,调整不同类别下机器人的换气方式、指尖灵活度等参数,让演奏更加灵活、更有感情。”灵巧手联合创始人左家平向记者介绍,“比如这首中国风的乐曲,演奏钢琴的机器人手型就会更加柔和,让观众能感受到柔美的律动。”

部分平台还制定不合理规则,通过罚款、限流等处罚措施,增加商家经营负担,间接影响消费者体验。携程制定的“切客”判定和处罚规则就引发了众多酒店的不满。“有消费者在携程上预订了一天房间,第二天线下续住,结果携程就判定我们‘切客’,要求我们支付全额佣金,还限制了店铺流量。”北京某民宿经营者张女士说。

“切客”判定应该基于商家主动引导消费者避开平台的行为,消费者线下续住、自主退订选择其他渠道,都不属于“切客”。北京市文化和旅游局相关负责人表示在约谈中表示,已指导携程优化“切客”规则,明确线上预订线下续住等行为不得判定为“切客”,不得以此为由处罚商家。

深化综合整治,促平台经济健康发展

此次三部门联合约谈,是推动平台经济规

范健康发展的又一重要举措。自2025年10月启动平台“内卷式”竞争综合整治以来,北京已构建起事前评估预防、事中监测干预、事后专项执法、推动优化升级的全链条监管机制,为平台经济发展划定合规红线、筑牢制度保障。

为明确整治方向,北京市监管部门制定并动态更新《平台“内卷式”竞争行为负面清单》,明确操纵规则、控制价格等八类49项负面典型行为,让平台清晰知晓“不能做什么”;同时,向平台发布《防范“内卷式”竞争合规管理工作指南》,指导平台建立实施“一组织一清单一机制”管理模式,即建立合规管理组织、制定风险管控清单、完善季度自查机制,推动平台实现自我规范、自我约束。

为确保整治成效,监管部门采取平台自查、暗访暗查、飞行检查、体验调查“四查联动”模式,系统排查治理“内卷式”竞争风险。此次通报的第一批问题,就是通过这种方式排查发现的。据介绍,下一步,监管部门将持续公开通报违法违规问题,紧盯整改落实,对整改不力、问题反复、顶风违规的平台企业,依法依规采取处罚措施,涉及京外平台企业的,依法移送属地市场监管部门调查。

北京市市场监管局相关负责人在约谈中明确表示:“平台代运营不能成为‘乱操作’的挡箭牌,未经商家明确同意,任何修改商品价格、强制参与促销的行为,都是违法行为,必须坚决整改。”

除了擅自改价、强制促销,部分平台还剥夺商家定价权。多家酒店经营者向记者反映,携程通过技术手段实时抓取客房全渠道价格,强制要求酒店给予携程平台全网最低价。“我们曾尝试调整其他平台的价格,结果携程当天就自动下调了我们的客房价格,还限制了我们的店铺流量。”北京某快捷酒店老板王先生无奈地说。

规范竞争规则,保护消费者合法权益

平台“内卷”不仅侵害商家权益,更通过不合理规则、虚假宣传等方式,误导消费者决策,损害消费者合法权益。此次通报的问题中,设置不合理规则、虚假宣传等行为屡见不鲜,成为监管部门重点规范的对象。

消费者刘先生告诉记者,他曾在某第三方火车票网络销售平台购买“抢票加速包”,平台宣传“显著提高抢票成功率”“优先购

票”,可他花了30元加速费,最终还是通过12306官方平台的候补功能抢到了票。此次约谈中,监管部门再次明确要求,禁止平台将官方免费服务包装成付费增值服务,坚决杜绝虚假宣传行为。

除了擅自改价、强制促销,部分平台还剥夺商家定价权。多家酒店经营者向记者反映,携程通过技术手段实时抓取客房全渠道价格,强制要求酒店给予携程平台全网最低价。“我们曾尝试调整其他平台的价格,结果携程当天就自动下调了我们的客房价格,还限制了我们的店铺流量。”北京某快捷酒店老板王先生无奈地说。

规范竞争规则,保护消费者合法权益

平台“内卷”不仅侵害商家权益,更通过不合理规则、虚假宣传等方式,误导消费者决策,损害消费者合法权益。此次通报的问题中,设置不合理规则、虚假宣传等行为屡见不鲜,成为监管部门重点规范的对象。

消费者刘先生告诉记者,他曾在某第三方火车票网络销售平台购买“抢票加速包”,平台宣传“显著提高抢票成功率”“优先购

本报记者 赖志凯

3月23日,北京市市场监督管理局联合市商务局、市文化和旅游局,依法约谈携程、去哪儿网、高德、淘宝闪购等12家平台企业,集中通报开展平台“内卷式”竞争综合整治以来发现的第一批问题,现场送达《行政告诫书》,明确整改要求、划定合规红线。

严治违规操作,还商家自主经营权

平台“内卷式”竞争的核心痛点之一,是部分平台利用优势地位,通过强制干预、擅自操作等方式,剥夺商家自主经营权,将竞争成本转嫁给中小经营者,导致商家“赔本赚吆喝”,甚至面临生存压力。此次三部门联合通报的第一批问题中,侵害商家自主经营权的行为尤为突出,成为整治的重中之重。

“我们与淘宝闪购签署了代运营授权协议,本以为是省心省力,没想到却成了‘被动亏损’的开端。”北京某餐饮连锁品牌负责人张先生向记者透露,协议签订后,平台市场经理不经商家同意,直接修改商品信息、报名促销活动、调整销售价格,且所有法律责任均由商家承担。