

与动漫游戏元素相结合 单克售价竟然卖到2600元

天价“痛金”到底值不值

最近,一类被称为“痛金”的黄金饰品走红。这种与动漫、游戏、影视等IP元素结合的黄金饰品,不仅赢得了大批年轻消费者的喜爱,而且还创造了最高单克2600元的天价。如此昂贵的“痛金”为何备受年轻人追捧?记者进行了探访——



与按克计价的传统黄金饰品不同,“痛金”产品大多为一口价商品。



深圳水贝市场销售的黄金挂饰。



老凤祥和高达联名的限量摆件。

【现象】 黄金老店热卖“痛金”

“这可能是我买过最贵的‘痛包’配饰,但谢怜是我真心喜欢的角色,值得!”在老庙黄金崇文门店,00后姑娘小高在展柜前驻足良久,目光落在一张售价520元的联名金钞上。作为广播剧《天官赐福》的忠实粉丝,她对剧中角色谢怜情有独钟,更愿意为这份热爱买单。

小高所说的“痛”,是源自二次元文化的概念,原意指视觉上的夸张与鲜明,后来常被爱好者用来形容将动漫角色周边装饰在物品上的行为。当这一潮流与黄金饰品碰撞,便诞生了造型篆刻IP形象的黄金吊坠、金钞等“痛金”产品。

押宝“痛金”的商家可不止一家。记者走访发现,在周大福、周生生、老凤祥、潮宏基等黄金门店,以往占据显著位置的转运珠、手镯逐渐“退位”,二次元联名黄金产品成为主角。在潮宏基崇文门店,近一半柜台都摆上了三丽鸥、黄油小熊、哆啦A梦等联名金饰,造型多样、颜色鲜艳,成为店内最吸睛的区域。

“我们现在主打的就是情绪价值。”潮宏基崇文门店的店员表示,传统金饰设计难以打动年轻人,而IP联名款自带社交属性,“戴出去一眼就能被认出”。周大福还专为史迪仔联名款黄金设计了专属皮质礼盒,既可作手包也能当首饰盒。

传统金店与“痛金”结合之后,市场反馈也不错。老庙黄金

崇文门店店员透露,《天官赐福》系列在6月底开启预售时就收到数万元定金,“均价千元上下的产品,粉丝一订就是几十件”。更有一位粉丝买下12件全套产品,总价接近1.7万元。

【现场】 单克售价高达2600元

与按克计价的传统黄金饰品不同,“痛金”产品大多为一口价商品,且定价往往不低。比如:一条周大福史迪奇手链5340元、一颗周生生泡泡玛特Dimoo转运金珠2660元……

令人不解的是,面对记者采访,店员们几乎只字不提这些“痛金”的克重,多家品牌还将产品克重信息“藏”在标签塑封袋内侧,不刻意翻找根本看不到。“虽然联名款贵些,但爱是无价的呀。”有店员解释说。

商家为何对“痛金”克重讳莫如深?其实,一算便知。以老庙黄金《天官赐福》联名金钞为例,仅0.2克的金钞售价竟为520元,相当于每克2600元。而同IP的一款黄金手链只有0.97克,售价却达1520元,每克约1567元。对比同日每克1009元的金价,这类“痛金”实际单价超出普通金价一倍有余。

高溢价并非个例。参考8月24日零售金价1009元估算,周生生泡泡玛特Dimoo转运珠重1.34克,折算后每克黄金约1985元,溢价达96.7%;周大福史迪奇手链重2.5克,折算后每克黄金约2136元,溢价率高达111.7%;潮宏基三丽鸥玉桂狗手链重1.54

克,折算后每克黄金约2130元,溢价率也达到111%。

“IP款产品的工艺要比普通款复杂得多,需要精准造型、特殊上色,编织配套手绳还要手工费。”潮宏基崇文门店的店员向记者解释说,“再加上购买IP授权的成本,定价高些也正常。”

【现形】 保值多为卖家炒作

尽管“痛金”价格不菲,但为了吸引年轻人购买,保值便成为店员售卖“痛金”的一大卖点。“这种最保值了!喜欢,它是稀缺周边;不喜欢,它还是黄金饰品。”老庙黄金崇文门店的店员表示,“现在不买,以后很可能就没了。”

二手市场的热度似乎也佐证了其“流通价值”。在闲鱼等平台,原价899元的老凤祥与游戏《崩坏:星穹铁道》联名的金票,别看仅1克重,却已被炒至2999元。“黄金暴涨,金票不再仅仅是周边,更是理财产品!”一名二手卖家言之凿凿。

然而,记者调查发现,这股“痛金”热背后暗藏推手。在社交平台上不遗余力宣传“痛金”保值的,绝大多数并非普通消费者,而是卖家在造势。“最保值的周边出现了!”网友“雪梨”晒出游戏《恋与深空1》人物沈星回的黄金吊坠,声称“买黄金不比纸片子、铁片子、塑料片子香吗”,但是,记者点开主页一看,这个账号是专门售卖“痛金”的账号,发布的笔记实质就是广告。

《最保值的“谷子”它来啦!新出的超火黄油小熊》《史上最保

值的“谷子”,乌萨齐宝宝》《史上最保值的“谷子”,海贼王乔巴!》,小红书上,三名不同黄金品牌的员工,发布了三条笔记,都声称自己家的产品最保值。

【现实】 回收价格大打折扣

“痛金”真的“最保值”吗?一旦消费者想转手,就会发现所谓“爱的代价”就是惊人的贬值。记者了解到,目前黄金行业普遍不支持退货,消费者若想出手“痛金”,只能选择品牌以旧换新或市场回收变现。然而,无论选哪条路,价格都难免大打折扣。

周大福、周生生、老庙黄金、潮宏基等品牌回收时均只按实际克重计算,且不直接返还现金,只能抵扣新首饰金额,部分还要求新首饰须增重20%到30%。8月24日,记者走访发现,原价5340元的周大福史迪奇手链,店员给出的以旧换新价格仅有1882.5元,约为原价的35%;原价3280元的潮宏基三丽鸥玉桂狗手链,店员回收价也只有1376元,约为原价的42%。

值得注意的是,多数品牌规定,一口价“痛金”不可换购新的一口价产品,只能置换按克计价的饰品。在周大福上地华联店,记者提出想将史迪奇手链折旧,换购同品牌的MCM联名款吊坠,没想到被店员直接拒绝,“换购的新款饰品不能是一口价的,只能选按克计价的饰品,想要买这种联名款吊坠,您只能单独花钱。”

综合央视财经、《扬子晚报》《北京晚报》报道