

国际金价“狂飙”，再破2100美元/盎司高点
黄金回收热，有人忙变现有人以旧换新

近日，国际金价连续上涨，3月5日，伦敦现货金价冲高至2119.8美元/盎司，创三个月来新高。3月6日，现代快报记者到南京线下市场探访，发现周大福、周生生、六福珠宝等黄金珠宝品牌足金首饰金价均突破650元/克，黄金回收价均在480元/克以上，有人选择回收变现，也有人选择“以旧换新”。

实习生 吴新宇 现代快报/现代+记者 刘晓琪 文/摄



3月6日，南京市场部分品牌金饰报价



南京街头金店回收生意热起来

金价飙涨，消费者购买欲只增不减

3月6日上午，记者走访了解到，多家黄金品牌门店饰品黄金价格均到达历史最高点，但金价的飙涨并未影响到消费者购买热情。在位于南京新世纪广场内某家金店，虽然是工作日上午，但不断有顾客进入挑选饰品。店员告诉记者，金价上涨并未对店内销量有太大影响，尤其是临近“三八”妇女节，正赶上一波消费小高峰，“在部分人看来，黄金永远是买涨不买跌，想买的人还是会买。”记者注意到，店内有不少客人是结伴而来，有的是为了婚礼购买金饰，有的则是赶着开春来购买心仪的饰品，为这一年讨一个“好兆头”。市民陈女士正在店内挑选饰品，她告诉记者，临近“三八”妇女节，自己上周就想给妈妈买条项链作为礼物，没想到上周五金价开始飙涨，“今天抽空就赶紧来买了，怕之后涨得更高。”

黄金回收价同步上涨，不少人选择“以旧换新”

“上周金价也就480元左右一克，这周回收每克都达到480元以上了，完全没想到。”在商场内的另一家金店里，店主正在整理新到货的黄金饰品，她告诉记者，从上周

五开始，金价就不停上涨，到目前已经是历史新高，前来咨询回收价的人不少。有些顾客趁着金价飙涨，将自己闲置的足金饰品售出，但也有不少顾客在观望，认为金价还会继续上涨。“一些顾客会把自己闲置的足金饰品卖出，然后再换一种自己更喜欢的款式，金价涨了近30元，这样去置换也是不亏的，有的甚至还赚一些。”

记者走访了多家黄金回收店铺，回收报价均高于480元/克，最高可达到487元/克。此外，记者了解到，周生生、周大福、六福珠宝等品牌门店提供“以旧换新”服务，其中周生生的换金价为561元/克，周大福为565元/克。

年轻人买金易“上头”，投资需谨慎

“开不开心，存点黄金”“本命年要买黄金‘压一压’”“年少不知黄金香”……近年来，不少年轻人也加入到“买金”大部队中。据《2021中国黄金珠宝消费调查白皮书》显示，在金店

消费群体中，25—35岁的顾客占比75.59%。在不少年轻人看来，足金饰品随着金价的持续走高，保值+投资的属性也随之增强，从而提高了消费动力。即使金价上涨，也并不削弱国内消费者对于买金的热情，反而是有增无减。

在某社交平台上，与黄金饰品相关的笔记达到近130万篇，不少年轻人在平台上分享自己购入的“绝美黄金配饰”以及“攒金豆豆”心得。

从投资角度来看，影响黄金波动的因素很多，全球经济形势、地缘局势、国内外货币政策、对贵金属的进出口限制等，都可能造成金价大涨或大跌，作为普通消费者，还是要耐得住性子，保持理性谨慎的投资态度，根据自身实力和需求来配置理财。



视觉中国供图

昔日网红成为“时代的眼泪”
美妆品牌贝玲妃被曝将退出中国市场

“根根分明自动眉笔”“反孔精英妆前乳”“蒲公英经典腮红”……贝玲妃的这几款明星产品曾红极一时，备受年轻女性欢迎。3月5日，“贝玲妃被曝将退出中国市场”登上热搜，引起网友热议。3月6日上午，现代快报记者走访了南京的丝芙兰门店，店员表示贝玲妃今年要从丝芙兰撤柜，柜台上的产品卖完不会再补货。

现代快报/现代+记者 孙苏皖 文/摄



丝芙兰门店内的贝玲妃柜台

贝玲妃眉笔

“卖完不会再补货”，贝玲妃被曝将退出中国市场

3月5日，“贝玲妃被曝将退出中国市场”登上热搜，引发网友感慨。3月6日，现代快报记者走访了南京丝芙兰门店。在丝芙兰德基店内，记者看到贝玲妃的产品正常在售。贝玲妃柜台上摆放了蜜粉腮红、高光、眉妆、眼妆、唇釉等系列产品，但部分产品缺失。“目前只有我们丝芙兰线下门店和线上网店在卖贝玲妃的产品。它今年要从丝芙兰撤柜，柜台上的产品卖完就不会再补货了。”当被问及是否有清仓打折活动时，店员表示暂时没有。

贝玲妃的撤退早有迹象。2021年，贝玲妃开始在全国多座城市撤柜。当时贝玲妃官方说法是：随着零售大环境和趋势的改变，品牌正在调整在中国大陆的业务模式，将逐步撤销百货专柜，未来将主要在丝芙兰和线上官方旗舰店发售。2023年12月末，贝玲妃在多个电商平台发布闭店公告。目前，贝玲妃线上旗舰店已全部关闭。

现代快报记者发现，自2023年12月29日以来，贝玲妃的社交媒体官方账号进入停更状态。贝玲妃曾在微博上回复网友对于闭

店的疑惑，“贝玲妃将调整在中国大陆的业务规模和发展重点。您可继续前往中国丝芙兰线下店铺和丝芙兰各平台线上官方旗舰店购买Benefit贝玲妃产品。”

公开资料显示，贝玲妃创立于1976年，是全球最大奢侈品集团LVMH集团旗下的彩妆品牌。2007年，贝玲妃正式进入中国大陆，在上海开设首店，开店首日创下品牌销售纪录。据公开报道，根据2021年全年全球知名眉部产品零售总额估算，贝玲妃在当时一度成为全球第一眉妆品牌。

国产美妆品牌增长强劲，外资美妆品牌业务萎缩

近几年来，陆续有外资美妆品牌宣告退出中国市场或缩小业务范围，不仅有曾经的知名品牌，也有小众品牌。2021年，爱茉莉太平洋旗下彩妆品牌伊蒂之屋关停内地全部线下门店，归属同一母公司的悦诗风吟在2022年被传因销售业绩不佳，在中国市场大规模“撤店”。2022年，欧莱雅集团旗下彩妆品牌美宝莲陆续关闭中国市场除屈臣氏外的所有线下门店。

2023年2月20日，曾经风靡一时的美国平价彩妆品牌e.l.f.发布公告：因全球策略的调整以及客观因素的影响，e.l.f.将在2023年3月31日起暂别中国市场，天猫旗舰店、抖音旗舰店将会在2023年3月15日下架全店商品。此外，迪

拜美妆品牌Huda Beauty、日本天然有机彩妆品牌Naturaglace也退出了中国市场。

2023年11月，澳大利亚美妆零售巨头MECCA在其官方微博及天猫旗舰店发布了闭店公告。2023年12月，日本人气美妆品牌CEZANNE倩诗丽和韩妆品牌BBIA碧娥相继宣布关闭天猫海外旗舰店。对于店铺下架商品、暂停运营的原因，BBIA碧娥公告显示为运营调整。闭店前，BBIA碧娥天猫海外旗舰店粉丝约有4.7万，CEZANNE倩诗丽天猫海外旗舰店粉丝有22.7万。

一边是海外美妆品牌陆续退出中国市场，另一边是国产美妆品牌增长强劲。美妆行业媒体青眼情报《2023年中国化妆品年鉴》

数据显示，2023年中国化妆品行业整体规模为7972亿元，同比增长5.2%；国货美妆2023年销售额同比增长21.2%，市场份额达50.4%，首次超过外资化妆品品牌。

华经产业研究院分析表示，近年来，国内消费者对国货彩妆的认同感逐渐上升，以花西子、彩棠、毛戈平为代表的国货品牌争相把握国潮风尚，打造差异化品牌形象，取得不错增长。根据数据统计，有78.6%的消费者认为国潮美妆具有吸引力，49.6%的消费者认为国潮美妆有创意并愿意支持。随着消费者观念的进一步成熟，以及高端化底妆产品占比提升，未来中国高端彩妆具有较大发展空间。