

“淘金热”背后，警惕这些黄金消费“陷阱”

近期，黄金珠宝类消费需求攀升。国家统计局数据显示，今年前10个月，我国限额以上金银珠宝类零售额3131亿元，同比增长14.0%。

不过，日益火热的黄金消费市场仍存在真假难辨、成色难定、渠道混杂、售后缺失等“陷阱”。业内专家建议，应通过信息公开、标准统一、渠道规范等措施，完善市场保障体系，保障黄金消费者的合法权益。

“沙金”非金，莫贪便宜

伴随金价持续上涨，一种名为“沙金”的首饰在市面上流行起来。因其外观酷似黄金、价格低廉，被不少消费者称为“黄金平替”。一些商家宣称其“不掉色、不怕火烧”，甚至打着“越南沙金”“缅甸沙金”等名义进行售卖，单月销量可达十万件。

“从我拿到的沙金手镯来看，外观和黄金手镯几乎没有差别，买黄金得上万元，沙金百来元就能买到。”王女士在某线上购物平台多次购入沙金首饰，每天都可以换着戴不同款式，如果掉色了就去买新的，“感觉很划算”。

业内专家提醒，“沙金”首饰中的沙金，并非天然存在于砂层或河床中的金粒，而是“黄铜镀金”，有的甚至不含任何黄金，纯粹是铜镀层“伪装”。商家将这种产品称为“沙金”，让消费者产生误解。有的商家宣称沙金“含金量5%”，实际检测却很难达到。

中国有色金属工业协会金银分会副秘书长、山东招金金银精炼有限公司副总经理梁永慧说，真正的“沙金”有一定天然金含量，且需经过复杂提纯工艺，但市面流通的“越南/缅甸沙金”多为黄铜镀金，表面电镀一层极薄的黄金层，黄金含量微乎其微。

梁永慧表示，市面上流行的“沙金”，问题主要是三个方面：一是重金属超标，危害健康。部分“沙金”首饰的镍释放量超标上千倍。镍是常见的致敏金属，长期佩戴下，镍金属离子会通过皮肤渗透进入人体，可能引发皮肤过敏发炎。

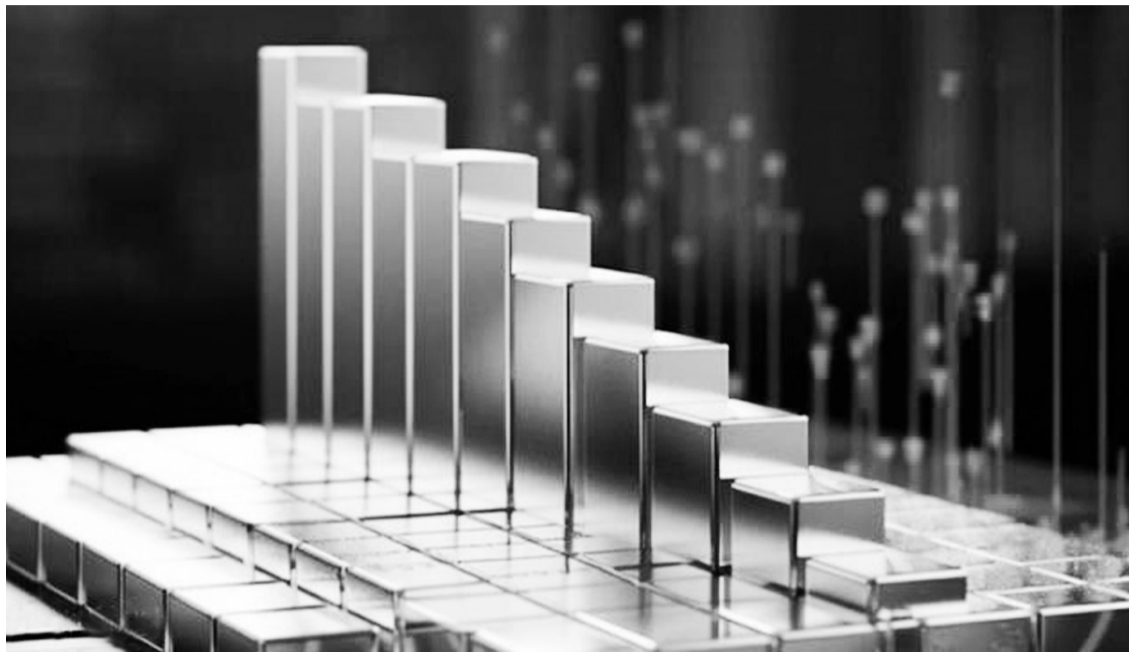
二是价格陷阱，与“金”无关。“沙金”首饰的主要材质并非黄金，商家按件计价，存在较为明显的“价格陷阱”。“别看沙金绝对价格不高，百来元就能买到，但成本很低，有的沙金手镯出厂价只有10元左右。”

三是品质低劣，易磨损褪色。由于表面镀金层极薄，且未经过正规贵金属电镀工艺处理，日常摩擦如接触衣物、洗手、做家务等会快速磨损镀金层，1-3个月内就会露出底层黄铜；褪色后不仅外观难看，还会让基底的黄铜直接接触皮肤，增加过敏风险。

梁永慧表示，除了“沙金”，市面上常见的“假黄金”种类还包括“包金”（外层包裹黄金，内部为银或铜）、低纯度K金冒充高纯度金等，“越是消费旺季，越容易出现假冒伪劣产品，消费者需仔细鉴别并要求商家提供正规质检证书。”

“一口价”下，暗藏猫腻

随着消费者争相购金，市面上的“一口价”黄金



图片由AI生成

饰品也开始多起来。这种黄金饰品一般不按照克单价计算，由金店直接定价销售。部分金店在售卖“一口价”黄金产品时还隐藏克重等信息，出现消费者难以核算单价等情况。

在上海市虹口区一家周大福分店，工作人员表示，因金价上涨，“一口价”金饰的价格也不可能一成不变，预计10月初就会调整“一口价”黄金饰品价格，“想购买要抓紧”。

与按克计价的产品不同，“一口价”金饰为按件计价，因其不标明克重，溢价通常较高。以7.6克的老铺黄金葫芦吊坠为例，其标价高达14350元，折合克重为1888元，约为当天黄金饰品价格的1.8倍，其中的溢价部分包括工艺费用与品牌溢价等。

“当黄金兼具消费品与投资品双重属性时，消费者对价格透明度、商品成色的敏感度会提升。”梁永慧表示，部分品牌借机炒作价格、隐瞒“克重”等重要信息，导致纠纷集中爆发。

消费者张女士表示，今年5月其在一家周六福分店购入了3D工艺的戒指，导购称该戒指为“一口价”产品，售价为2160元，约重2.36克，然而张女士回家后实测仅有1.81克，折合每克接近1200元。张女士找到该导购理论，对方表示非质量问题不退，只能更换其他“一口价”产品，“购买时导购把标牌剪了，看不到信息，因为是‘一口价’，产品质保单上也没有写明克重，到现在还在扯皮。”

目前，对于“一口价”金饰的主要争议点在于品牌方是否告知克重和售后规则。记者在查看多家品牌“一口价”产品的标签后发现，不少品牌标签上只标注了售价和工艺，并未写明克重。

梁永慧建议，消费者在购买“一口价”金饰时，应

主动要求商家告知黄金实际克重，计算每克单价，对比当日金价，评估性价比。“‘一口价’金饰一般都包含了不菲的设计、工艺等费用，消费者需评估其价值是否合适，尤其要避免将饰品的消费当做黄金投资。”黄金市场专家蒋舒表示。

定制“痛金”，风险仍存

今年以来，周大福、周大生、老凤祥、老庙黄金和潮宏基等传统黄金企业积极拥抱潮流，通过与热门动漫、游戏IP联名推出黄金饰品，形成一种被称为“痛金”的新兴消费现象。

值得关注的是，由于“痛金”产品本身技术门槛不算高，一些粉丝直接抛弃品牌联名款式，转而寻找价格优惠的第三方金店定制，市面上已出现小型工作室提供私人定制服务。与官方授权的联名“痛金”不同，私人定制“痛金”依赖消费者自发“开团”和“拼团”的模式，本质是通过足够多的人数来“稀释”定制过程中的各项费用。

但在定制背后，消费者会面临两方面的风险：一是“团长”会要求消费者在还没收到货的情况下提前收取设计、订料、加工等流程的费用，因缺少合同和法律保障，存在收钱后提前“跑路”的风险；二是在金价大幅上涨之际，私人定制的黄金容易出现“金包银”“黄金纯度不足”等质量问题，由于缺乏第三方检测或品牌背书，消费者很难在短期内发现问题。

即便收到定制的“痛金”产品，对消费者而言，风险仍然存在。品牌金价通常包含为消费者提供售后服务等费用，而定制的黄金产品虽然在价格方面有优势，但大多数情况下，消费者很难享受售后服务，基本是“出货不退换”。新华社北京12月10日电



加入光盘行动