

金饰销售迎来“国庆季”，价格稳中有降



每年国庆假期，是新人们选择结婚的高峰期，也是黄金首饰的消费旺季。今年的国庆假期，黄金首饰消费市场以及价格走势将会如何？9月29日，现代快报记者采访了解到，目前黄金首饰价格相对稳定，比上半年价格有所下降，多家品牌推出了节日优惠活动，优惠之后每克黄金价格比原价低20元左右。伴随着国庆的喜悦氛围，黄金首饰销量也有所增长，有商家表示比节前销量增长三成左右。

现代快报+/ZAKER南京记者
潘荣 季雨 文/摄



国庆即将来临，金饰市场销售火热

金价稳定，商家纷纷推出优惠活动

当天，现代快报记者采访了南京多家商场的黄金首饰专柜。记者了解到，目前黄金首饰价格相对稳定，与五一假期相对，黄金价格有所下降。在节日的氛围下，各家品牌还推出不同力度的优惠活动。

“我们店黄金的活动价是每克441元。”南京新街口一黄金首饰店工作人员告诉记者，店内黄金原价是458元/克，从中秋假期开始，就一

直在做活动，最近价格并没有太大波动。关于国庆假期黄金价格的走势，店员表示不好预估，“黄金价格不同阶段涨跌不同，谁也不能预测接下来的走势”。

另一家黄金首饰店的工作人员表示，店内黄金原价是每克447元，活动价是每克427元，“而在今年五一假期，店内黄金原价每克490多元，活动优惠价是每克460多元”。记者采访多家黄金首饰店了解到，目前，每克黄金活动价普遍比原价低20元左右。今年黄金价格波动下降，2月初每克黄金价格为490元左右、

三四月份每克价格在470元左右，五月又涨到每克490元左右，之后价格又有所下降。

那么白银价格情况如何呢？一家白银首饰店工作人员表示，白银价格基本没有变化，很多白银首饰都是按件卖的，价格相对固定。

销量增长，网红款黄金饰品受热捧

伴随着国庆假期喜悦氛围，消费者的购买热情不减。距离国庆还有2天，商场每家黄金首饰专柜都有

不少市民在选购。

“我妈妈十月份生日，我想送她金手镯或者耳环。”小孟告诉记者，她已经看中好几款首饰，“还有一些是网红款，我经常在网上刷到，看到实物也不错。”

记者注意到，还有不少与小孟一样冲着网红款的消费者。一家黄金首饰专柜的工作人员表示，店内有一款网红手镯卖得十分火热，最近每天都有年轻消费者来询问或者购买。年轻人比较喜欢这些款式，而且还有一些特殊的设计寓意。

在采访中，有不少年轻消费者表示，选购黄金首饰为订婚、结婚做准备。“我们准备年底订婚，想趁着节日来看看是否有优惠活动。”90后赵先生告诉记者，他与爱人要购买的首饰比较多，觉得有优惠价会很划算。

有商家向记者表示，最近销量比中秋节前好很多。今年夏天疫情防控的情况下，一定程度上抑制了大家的消费热情。随着疫情防控常态化，大家的消费热情也有所增长，尤其是国庆节来临，黄金首饰消费也迎来高潮。该商家表示，比中秋节之前销量增长三成左右。

期货下跌，创七周以来最低收盘价

北京时间29日凌晨，受美国国债收益率稳步上升和美元走强影响，周二黄金期货创下七周以来的

最低收盘价。纽约商品交易所12月交割的黄金期货价格下跌14.50美元，跌幅为0.8%，收于每盎司1737.50美元。当天截至记者发稿，上海金交所AU9999现货黄金报363.64元/克，下跌0.27%。

方正中期期货分析，今年美联储货币政策走向成为黄金价格走势的核心影响因素，从供需基本面看，黄金供需仍处于供过于求的状态，因此黄金供需变动对金价影响有限。受美联储货币政策等影响，下半年贵金属整体弱势不变，长期来看，贵金属配置价值依然较大。

中国黄金协会公布数据显示，今年上半年，全国黄金实际消费量547.05吨，与去年同期相比增长69.21%，较2019年同期增长4.49%。其中，黄金首饰348.56吨，同比增长67.68%；金条及金币151.10吨，同比增长96.28%；工业及其他用金47.39吨，同比增长23.28%。

“今年上半年，黄金首饰板块营收同比增长26.6%，净利润同比增长30.2%，头部上市公司业绩表现较好。”开源证券研报指出，随着国内疫情防控常态化叠加婚庆需求释放，黄金珠宝终端消费需求持续回暖，板块业绩显著回升。

渠道层面，除传统线下拓店外，线上新兴电商渠道为行业成长贡献增量。国庆假期，黄金珠宝消费有望延续较高景气。

买支牙膏就能杀幽门螺杆菌？

专家：仅靠刷牙来治疗幽门螺杆菌不可行



我国是幽门螺杆菌高感染国家，有数据显示成人感染率约为50%。记者近日采访发现，号称能抑制甚至杀灭幽门螺杆菌的“抗幽牙膏”正悄悄走红网络。“抗幽牙膏”真的有效吗？

据新华社

视觉中国供图

消费者吐槽被收“智商税”

山西太原市民张楠楠在一次单位体检中被查出感染了幽门螺杆菌，不久她在短视频平台上看到一款声称“可有效减少幽门螺杆菌”的牙膏。好奇之下，她便买了两支回来使用，结果两个多月后复查，她的幽门螺杆菌数值不仅没降，反而升高了。“感觉交了‘智商税’。”张楠楠吐槽道。

记者调查发现，类似的“抗幽牙膏”在网上销售火爆。在某大型购物网站输入“幽门螺杆菌牙膏”“抗幽牙膏”等关键词，会跳出五花八门的“抗幽牙膏”产品，价格从几十元到数百元不等。

记者注意到，这些产品大多宣称可抑制、预防甚至杀灭幽门螺杆菌，一些产品还打出了“对幽门螺杆菌

菌有效灭杀99.85%”“根源灭幽门”“全家适用，无效可退”等宣传字眼。不少买家也对牙膏的功效寄予厚望：“刚查出感染，买了这个希望有用，别传染给孩子。”

这样的“网红牙膏”在线下也十分畅销。一位牙膏企业的业务员告诉记者：“类似的抑菌牙膏已经卖了好几年，现在供货规模每月可以达到1000万支以上，最近刚有一家大型连锁药房进行了批量订购，订购量在10万支以上。”

然而，对这样的牙膏能否真“抗幽”，受访专家表示质疑。中华医学会消化化学会委员、山西省人民医院消化科主任王俊平表示，幽门螺杆菌主要定植在胃里，治疗重点也是杀灭胃内细菌，通常使用包括两种抗生素在内的四联药物，需连续服药14天，才有可能根除，仅靠刷牙来治疗幽门螺杆菌是不可行的。

四川大学华西第四医院消化内科副主任廖娟解释说，幽门螺杆菌也有可能定植在口腔的唾液和牙齿菌斑里，临床上在根除幽门螺杆菌之前也会推荐患者先洁牙，但即便牙膏可以对口腔的幽门螺杆菌起到抑制作用，它对胃里的幽门螺杆菌也没有作用，治疗幽门螺杆菌仍然需要吃药。

中国口腔清洁护理用品工业协会理事长相健强表示，目前协会所属会员单位没有生产销售此类产品，协会认为，口腔当中的幽门螺杆菌与胃肠道中的幽门螺杆菌是否存在关联，目前尚无科学证据，刷牙即便对口腔当中的幽门螺杆菌也并不能完全清除。协会一直关注所谓“抗幽牙膏”的虚假、夸大宣传对行业的负面影响，还曾发出行业自律声明，要求会员单位严格按照国家标准、行业标准进行

功效宣称和广告宣传。

商家宣传想着法儿逃避监管

打监管“擦边球”。记者调查发现，网售的很多“抗幽牙膏”都标示“械字号”“医用级”。记者从药监部门了解到，根据今年新实施的《化妆品监督管理条例》，牙膏应参照普通化妆品的规定进行管理，即按“妆字号”备案，而按照医疗器械来备案的“械字号”产品就不能说是牙膏，即不存在所谓的“械字号牙膏”。

有业内人士指出，厂家既想让产品好卖而标示牙膏，又想让消费者感觉产品很专业而突出“械字号”，此外，用“械字号”还能规避广告法中关于“除医疗、药品、医疗器械广告外，禁止其他任何广告涉及疾病治疗功能，并不得使用医疗用语或者易使推销的商品与药品、医疗器械相混淆的用语”的规定，意在打监管“擦边球”。

夸大功效假宣传。广东省化妆品学会常务副秘书长、暨南大学生命科学技术学院副教授刘忠说，“有的牙膏虽然只说是抗菌牙膏，但是在页面上介绍了幽门螺杆菌的危害，对消费者的实际购买产生误导、联想，也是新广告法所不允许的。”

制造“幽门焦虑”。记者发现，为了售卖“抗幽牙膏”产品，不少商家夸大宣传幽门螺杆菌的危害，称其是“一人感染，全家遭殃”“胃癌元凶”等。一些医师也表示，临床上部分患者受牙膏广告诱导，对幽门螺杆菌有不必要的焦虑情绪。

廖娟表示，这样宣传一方面容易误导消费者，另一方面可能会造

成人们对幽门螺杆菌的恐慌。“幽门螺杆菌虽然感染率很高，但是大约只有1%的人可能发展成胃癌，而且只要适当注意就能避免家庭内的传播，因此不必过度恐慌。”此外，公众恐慌还可能带来抗生素乱用及滥用，从而导致耐药，造成治疗困难。

还需强监管多一些科普

针对“抗幽牙膏”忽悠消费者、规避监管等乱象，受访专家认为，还需进一步加强行业监管，规范广告行为，同时加大科普力度，引导消费者科学消费。

记者了解到，过去对牙膏行业的监管存在一些灰色地带，导致出现种种乱象，而近些年监管趋于严格，《化妆品监督管理条例》《牙膏监督管理办法（征求意见稿）》接连出炉，对牙膏的功效评价、功效宣称用语以及相关处罚等都做出规定。业内人士建议相关措施应尽快落地，并督促各地落实执行。

中国传媒大学人类命运共同体研究院副院长、教授王四新表示，针对“抗幽牙膏”这样涉及人数多、有一定危害性的网红产品，相关部门和电商企业应当形成联动机制，协同治理，加强对相关广告的监测监管，及时发现并处理违法违规宣传，避免误导和欺骗消费者。

此外，相健强等多位专家和业内人士指出，“抗幽牙膏”之所以有市场，很大原因是消费者对幽门螺杆菌的认识不足，要加大对幽门螺杆菌相关知识的科普宣传，提醒消费者理性就医，科学消费，避免盲目信。