

# 首饰金价一夜就猛涨了18元/克

周大福、周生生等金价均超750元/克,分析师预计黄金仍有上涨空间

7月17日,黄金概念股开盘大涨,中金黄金续创年内新高,莱绅通灵涨超5%,晓程科技、飞南资源、曼卡龙、华钰矿业、玉龙股份、西部黄金等跟涨。

消息面上,国际金价近期连续上涨,Wind数据显示,截至7月17日10时,伦敦黄金现货报2479.43美元/盎司,盘中最高触及2481.250美元/盎司;COMEX黄金期货报2482.8美元/盎司,均创历史新高。

此外,周大福、周生生等多家珠宝首饰品牌金饰价格,17日已突破750元/克大关。

来源:中新经纬

更新时间	2024-07-17 09:32:00
零售金价	足金 (饰品、工艺品类) 753元/克
回收服务	投资黄金类 661元/克
增值服务	黄金回收服务金价 555元/克
	黄金增值服务费金价 658元/克 (金条、金章不作增值服务)

品牌官网截图

## 金价在涨,品牌却没赚到钱

据世界黄金协会数据,2024年初至6月底,黄金现货价格已从约460元/克上涨至超540元/克,涨幅达17%。各品牌黄金首饰价格也水涨船高,不少超过700多元一克,涨幅也超过10%。

与金价一路高歌猛进形成对比,黄金品牌上半年的业绩却难言乐观。

6月13日,周大福发布截至2024年3月31日止年度全年业绩公告,2024财年年度,周大福营收同比增长14.8%。同一时间披露的2024年4月1日至5月31日经营数据显示,周大福整体零售值同比下滑20.2%,中国内地的黄金首饰及产品同店销售下滑29.8%,珠宝镶嵌、铂金及K金首饰同店销售下滑32.9%。

6月中旬,另一家珠宝品牌上市公司周大生在接受投资者调研时坦言,年初公司制定了较为激进的出货量目标,从目前行业的形势看,感觉完成有些压力。

截至2024年3月31日的2024财年第四季度数据显示,六福集团黄金同店销售仅同比增长4%。这一增幅在2024财年第三季度为80%,2023财年第四季度为92%。

另据湖南黄金业绩报告显示,湖南黄金一季度黄金总销量15吨,自产销量912公斤,同比下降11%。

据央视财经报道,有水贝商户表示,其店铺今年“五一”期间的销售比去年同期下跌40%至50%。不过,世界黄金协会数据显示,2024年第一季度,中国内地金条与金币需求达110.5吨,同比激增68%,是自2013年以来最强劲的一季度表现。以7月17日周大福官网的金价为例,其投资黄金类价格为661元/克,低于足金753元/克的价格近100元。消费者涌向更保值的金条产品进行消费,也是造成黄金饰品销量下跌的一个因素。

## 多品牌首饰金价突破750元

17日,周生生官网显示,足金饰品类报价达到754元/克;周大福官网显示,足金饰品类报价753元/克,比前一日上涨18元/克;另据菜百首饰官方旗舰店客服,17日,足金999饰品价格为756元/克。

此外,据周大生官方旗舰店客服,17日足金饰品价格为732元/克,周六福为690元/克。中国黄金官方旗舰店客服表示,店内黄金饰品均为一口价,无最新单克价格。

各品牌黄金线下价格如何?周生生北京西单商场店工作人员表示,门店售价与官网一致,但目前有活动,按克卖的足金饰品每克减40元,有几个款式的镯子每克减60元。

周大福北京金融街店工作人员则表示,目

前金饰买两件共满20克,每克可减20元,定价类部分系列产品两件九二折。

周六福北京惠新店17日金饰报价每克608元,款式不同工费不同,定价类产品一口价不变,一件九五折,两件八八折,三件八五折。

## 黄金今年上涨超19%,再创新高

今年3月开始,黄金开启主升浪,3月6日创出历史新高后一路快速突破2200、2300、2400美元大关。

Wind行情显示,今年以来COMEX黄金累计上涨19.39%,伦敦现货黄金更是大涨19.68%。

锦泰期货研报显示,美国6月CPI低于市场预期,黄金价格大幅上涨。此次CPI数据的低迷表现,增强了市场对于美联储可能降息

的预期。市场普遍认为,通胀压力的减缓将为美联储提供更多的空间来放松货币政策,以支持经济增长和刺激需求。此外,投资者对黄金的需求随之增加,作为一种传统的避险资产,黄金在经济不确定性和潜在政策变化时期表现出色。

此外,各国央行加大黄金储备,也造成了国际金价在短时间内快速上涨。

美元走软也支撑了黄金的涨势,美元指数目前处于五周低点附近。瑞银策略师Jo-ni Teves在一份报告中称,在经济数据疲软和美联储降息预期推动下,黄金人气大涨。“市场目前正处于心理关口2400美元上方,我们认为黄金价格仍然有上涨的潜力,目前投资者持有的黄金仓位不多,还有追加投资的空间。”

# 跟进BBA,多家合资品牌汽车退出价格战

日前,宝马中国退出价格战,将从7月起,通过减少销售量来稳定价格,缓解门店的经营压力。不仅是宝马,大众、丰田、本田、沃尔沃等多个品牌均决定,从7月起调整终端政策,降低终端优惠力度,或不再进一步降价。

包括日产、奔驰和奥迪在内,一些经销商表示未收到品牌方调价的正式通知,但会根据市场情况动态调整,对“减量稳价”持积极态度。

来源:红星新闻

## 多家合资品牌退出价格战

宝马此前在价格战中投入巨大。宝马i3降价近一半,裸车价19万元出头,还能叠加享受“零首付三年免息”等政策;宝马5系燃油车起售价约31万元,较官方指导价降低12万元。

降价并未带来销量增长。今年二季度,宝马全球销量同比下降1.3%,其中中国市场同比下滑4.7%。宝马中国最终决定“减量保价”。宝马中国方面表示,下半年宝马在中国市场将重点关注业务质量,支持经销商稳扎稳打。

有宝马4S店销售人员表示,优惠幅度较上个月减少了几千上万元,比如宝马i3,已经“涨回”22万元。

宝马中国率先宣布退出价格战后,很多车企也坐不住了。丰田、大众、本田、沃尔沃等品牌明确终端政策回收。

广汽丰田经销商表示他们没涨价,但从7月开始,降价幅度不会进一步扩大,“汽车售价会稳住,不过各个区域每家店、不同车型的情况不一样。”

目前广汽丰田7月的促销活动仍在进行中,2L汽油版第9代凯美瑞13.98万元起,厂商指导价17.98万元起;锋兰达汽油版9.58万元起,厂商指导价12.58万元起。

“7月后这两个官方促销活动就没有了。”

上汽大众经销商称,8月价格可能会有所回收,不过8月底的成都车展会放出一波优惠。

汽车经销商陈先生表示,他代理的奥迪、沃尔沃、丰田、本田等品牌,从7月开始终端价格都有回收,力度因品牌而异,每一天都可能会有所调整。“亏多了厂家也补不起。总体上我得到的信息是价格战不可持续,必须要努力回归价值竞争。”

也有品牌尚无明确的调价信息,例如东风日产区域经销商就表示:“目前我们在成都等区域,不会有较大的政策变化,会根据市场情况进行动态调整。”

奔驰和奥迪也被曝收缩终端优惠。有奔驰经销商表示:“没有接到终端价格有变化的通知,目前看没有回收的迹象。”奥迪经销商也表示:“目前优惠没有变化,但是市场行情很乱,一周后的情况都不好说。”

此前奔驰C级的起售价低至22.5万元起,较官方指导价降低约11万元。7月17日,有奔驰4S店销售人员介绍,其起售价为29.8万元,“到店还能再谈,不过最低谷确实过了,后面应该还要涨。”

## 行业判断下半年价格战缓解

7月以来宣布促销的车企数量明显减少,且促销力度大幅降低。业内普遍认为,下半年价格战将会有所缓解。

7月15日至31日,购买长安启源A07增程版至高可补贴4万元;长安启源A05真香版、Q05真香版享1.25万元焕新补贴。

7月15日至31日,长安马自达针对马自达CX-5等车型推出限时优惠活动,最高可享3万元的置换补贴。

目前优惠力度最大的一汽-大众,7月13日起至28日,宝来低至6.98万元起,

速腾低至8.98万元起,探岳低至13.98万元起。

汽车流通协会专家委员会委员李颜伟表示:“比亚迪以价换量,引发新车价格螺旋下降。上汽通用、本田、丰田、日产卷不动了,现在换成市场最有实力的一汽大众来卷,就看哪家车企会被卷出局。”

他认为,第三季度豪华车整体市场折扣水平相对较稳。“豪华车市场的价格体系原本就是BBA来决定的,高一阶段的价格体系由保时捷决定,保时捷早在5月就开始减量了。新势力经过两年价格战,把成交均价降至20万—25万元价格区间,这个区域价格是死磕,没有停下来的趋势,一定要倒掉几家新势力才会停。”

他指出:“新势力对豪华车价格影响并不是决定性的,反而是BBA的做法最为重要。宝马减批售、收折扣,首先要减电车,这样油车价格体系才能稳定住。宝马减,奔驰、奥迪的折扣自然也会收回来。”

花旗日前发布研报表示,下半年绝大多数车企可能不会再降价。2023年以来,本田、日产、大众、通用、标致雪铁龙和马自达等合资品牌普遍出现盈利下滑,一些甚至净利润为负,这也导致其下半年恐无法进一步降价。最坏的结果是,一些合资品牌未来不排除会放弃中国市场份额。

花旗在研报中指出,乘联会数据显示,降价车型数量正在减少;碳酸锂价格维持在约9万元/吨,电池成本已大幅下降,电车降价空间消失;油车已经降不动,5月燃油车的降价幅度达到19.7%的历史高位,再叠加6月的这轮腰斩式降价,很多油车的毛利可能已经跌到负值;插混和增程市场份额高度集中,混动赛道已相对固定。

在2024中国汽车论坛上,国务院发展研究中心市场经济研究所副所长王青也判断,价格战下半年会有所缓解。



视觉中国供图

## 数据显示

宝马与奔驰上半年在中国市场的交付量分别下滑4.2%和6%左右