

当黄金成为谷子：

# 情绪消费推高溢价 机构提示隐忧

**黄金价格高企之际，“痛金”正在年轻消费群体中流行。这种把动漫、游戏等二次元IP与黄金饰品结合的产品，被不少人视为比普通谷子（二次元徽章、卡片等周边）更保值的消费选择。今年以来，“痛金”不仅成为社交平台的热门话题，也被珠宝商视作新的增长点。**

“痛金”的流行，与当年轻群体的消费观念密切相关。机构认为，各代际支出中均呈现出“悦己化”特征。在这一趋势推动下，小克重、IP化、具备社交属性的黄金饰品更受青睐。

然而值得注意的是，“痛金”产品的溢价幅度普遍偏高，部分单品每克售价远超常规金饰。业内人士提醒，从保值增值的角度看，购买标准金条、金币或通过期货投资，才是更为理性的选择。

● 本报记者 葛瑶

## 黄金遇上二次元

在北京一家周大福专柜前，33岁的李明正仔细端详着一款《黑神话·悟空》联名转运珠。这款重约3克的黄金饰品，雕刻着游戏中标志性的金箍棒图案，售价6600元，折合约2200元/克，比当日首飾金价格高出近一倍。

“确实不便宜。”李明最终还是刷了卡，“但玩了这么多年游戏，终于有一款国产大作让我这么激动，就想着买个纪念品。”

与黑悟空系列一同陈列着的，还有足金材质的IP形象Chiikawa饰品。无独有偶，老庙黄金与《天官赐福》的联名足金产品在线上已经售罄。这些都是当下年轻人热议的“痛金”——把动漫、游戏等二次元IP与黄金饰品结合的产品。这个由“痛车”“痛包”衍生而来的概念，如今已成为珠宝行业的热门标签。

今年以来，随着沪金期货价格持续走高，黄金饰品的零售价格明显上浮。9月5日，沪金主力期货合约价格报收815.6元/克，而多家品牌金饰零售价达到了1059元/克。中国证券报记者测算发现，IP联名金饰的溢价更为显著。以周大福Chiikawa联名转运珠吊坠为例，售价2180元，重量0.88克，折合约2477元/克；潮宏基三丽鸥布丁狗联名挂坠售价810元（0.48克），折合1800元/克；周生生DIMOO转运珠

售价2447元（约1.3克），折合1882元/克。

小克重的“痛金”溢价则更高。老凤祥推出的圣斗士星矢联名金卡套装重仅0.13克，售价2699元，每克价格超过两万元。

“看到价格时确实心疼，但这是我喜欢的角色。”此前购入周大福与《崩坏：星穹铁道》联名金票的张女士告诉记者，“普通的谷子买入后会贬值，但黄金不会，这让我觉得安心一些。”

类似的消费心态在年轻群体中并不少见。在社交平台上，“痛金”话题下已有超过两万条讨论，浏览量接近300万。分享购买经历的多为90后和00后，他们普遍表示“为IP买单”、“为童年买单”。

“年轻消费者对黄金的认知确实不同。”一位珠宝销售人员说，“过去消费者购金往往是出于婚嫁或投资考虑，而现在年轻人可能更在意黄金承载的情绪价值。”

### 情绪消费的黄金外衣

要理解“痛金”大火现象，首先需要将其置于更广阔的IP经济背景下考察。

从IP角度来看，痛金本质上是IP周边产品，只是载体从塑料、布料换成了黄金。IP周边的商业逻辑一直都是低成本、高溢价，通过粉丝经济实现价值变现。

这一逻辑在其他品类已被反复验证。以泡泡玛特为例，原材料成本不高的搪胶盲盒售价69元，公司毛利率超过60%；在谷子市场中，热门IP的徽章或者小卡价格也多在几十元上下。

“传统IP周边的材质决定了它们难以保值。”一位私募资深消费行业研究员表示，“但以黄金作为载体，在一定程度上弥补了这一缺陷，让消费者觉得即使为IP买单，也不会完全打水漂。”

“痛金”的流行，也与年轻消费群体的观念转变密切相关。招商证券研报显示，从70后到00后，消费重心逐步由家庭转向个人，各代际支出中均呈现“悦己化”特征。70后在经济积累后倾向补偿性消费；80后受房贷和育儿压力约束；90后消费增长潜力更强，已成为潮流、宠物等新消费赛道的主力军。随着这一群体逐渐壮大，消费品被要求同时承载情绪、社交和资产价值。

复旦发展研究院的一份研究同样表明，青年消费者主体意识不断增强，更愿意为兴趣和快乐付费。他们的偏好带动了“二次元经济”、文玩手串和潮玩盲盒等高消费品类的兴起。这类支出并非单纯挥霍，而是相较日常开销更大额、带有情绪属性的消费。

然而，当视角从IP周边转向黄金投资时，“痛金”的逻辑就显得不那么可靠。

当前“痛金”平均售价在1800元/克-2000元/克区间，定价远高于每克千元左右的普通金饰价格。这意味着消费者为相同重量的黄金支付了成倍的价格。

“从贵金属投资的角度看，这种溢价很难被接受。”一家期货公司贵金属分析师表



视觉中国图片

示，“如果单纯从保值增值的目的出发，购买标准金条、金币或者进行期货投资是更理性的选择。”

更重要的是，“痛金”在流通性上存在天然劣势。尽管在二手市场上，一些限量版金质手办以高价挂出，但实际成交寥寥。在圈层之外，与标准化的投资金条不同，这类带有IP元素的饰品回收时往往只能按金价计价，IP附加值难以兑现。

### 趋势还是泡沫

面对“痛金”市场的火热表现，业内对其可持续性的看法并不一致。

乐观派认为，IP与黄金的结合代表了传统珠宝行业的创新方向。“年轻消费者正在成为黄金市场的主力军，他们的消费习惯必然会推动产品形态的变化。”上述资深消费研究员表示，“关键是要找到IP价值与黄金价值的合理平衡点。”

数据似乎也支持这一观点。世界黄金协会发布的报告显示，随着金价飙升，近年来，中国金饰需求（吨数）持续走弱。但从金饰需求总值来看，消费者的金饰预算逐年走高。部分原因为，金饰行业锐意创新，新颖设计不断吸引年轻消费者，满足其情感诉求。相关数据显示，2025年一季度，中国消费者的金饰支出达到840亿元，环比增长29%。

老凤祥在2025年中报里同样表示，轻克重、设计感强、附加值高的首饰产品仍然受青睐，这类产品使得商家盈利情况较好。

然而，质疑的声音同样不容忽视。上述贵金属分析师认为，“IP的生命周期有长有短，许多热门IP可能在几年后就不再受关注，而黄金作为投资品，更多人关注的是其长期保值功能，两者的时间维度存在错配。”

业内专家普遍认为，随着市场的成熟和消费者理性程度的提升，“痛金”产品的溢价空间可能会逐步收窄。对于普通消费者而言，如何在“痛金”消费中保持理性，成为一个需要认真考虑的问题。“最终还是要回归到价值本身，IP价值是有边界的，不可能无限制地推高产品价格。”前述资深消费研究员表示。

### 金饰需求将呈分化趋势

从期货市场表现来看，黄金价格在经历了前两年的大幅上涨后，今年以来走势相对平稳。截至9月5日，沪金主力期货合约价格报收815.6元/克；国际方面，截至北京时间17:47，COMEX黄金期货价格报3605.5美元/盎司。

申万宏源研究全球资产配置与债券首席分析师金倩婧认为，近期金价上行主要由于多项宏观因素的共同作用。一方面，美联储独立性受到挑战，引发市场对政策风险的担忧；

另一方面，欧洲财政赤字问题推高了全球投资者对欧美长期国债的避险压力，部分央行和主权基金转而增配黄金。同时，美国非农数据的预期走弱，也强化了市场对美联储降息的押注。

展望未来，在全球经济不确定性升温的背景下，黄金保值功能仍是投资者关注焦点。金倩婧认为，短期内，降息预期仍将对金价形成支撑，而一旦降息落地，市场可能转向关注美国经济基本面的反馈。如果2025年9月美联储启动“预防式降息”，短端美债利率或已提前下行，降息落地后，长端利率反而可能因财政扩张和经济韧性而重新走高，对金价造成阶段性扰动。但长远来看，全球央行购金趋势仍将持续，从而支持黄金长期战略配置价值。

在消费层面，黄金珠宝需求也在分层演化。中信证券研究部美妆、商业行业首席分析师徐晓芳预计，2025年全年中国黄金首饰销售额将保持正增长。徐晓芳认为，行业呈现

“金字塔”格局：大众黄金珠宝以材质驱动，强调性价比，是消费基底；高端黄金珠宝则依靠设计创新，主打文化认同和品牌溢价；奢侈品黄金珠宝则更强调社交文化属性，成为身份符号与社交货币，匹配高净值人群的收藏与展示需求。渠道上，线上销售正满足年轻人“时尚化、轻量化、IP化、低门槛”的消费特点，同时帮助品牌突破地域限制，触达线下薄弱区域。

## ■“稳预期 强信心 扩内需——期货行业在行动”（十五）

### 五矿期货杨宝宁：

# 以“三方协同”破题实体企业“三重挑战”

● 本报记者 徐昭

在当前“稳预期、强信心、扩内需”的宏观背景下，期货市场被赋予了服务国家战略的新使命。实体企业正面临价格波动剧烈、利润空间挤压、风控能力不足的“三重挑战”，其本质是对“经营确定性”的迫切需求与风险管理能力不足之间的矛盾。五矿期货党委书记、董事长杨宝宁在接受中国证券记者采访时，深度剖析了当前实体企业面临的困境与期货市场的服务堵点，并分享了五矿期货通过“滴灌式服务、生态化平台、数字化赋能”三大创新模式破解中小微企业风控难题的实践。同时，他提出通过“监管层、期货公司、社会各界”的三方协同，弥补市场供给与实体需求之间的鸿沟，为期货行业如何更精准、高效地服务实体经济提供了清晰的路线图。

### 直面三重挑战 共寻经营确定性

今年以来，全球经济复苏分化、地缘政治冲突持续、供应链重构加速，叠加国内部分行业产能调整，特别是原材料价格大幅波动、市场供需动态失衡等问题，实体企业经历“多重压力交织”的挑战。

杨宝宁告诉记者，从公司服务的客户情况来看，核心困难集中在三方面：

一是价格波动的“不可预测性”加大。大宗商品价格受国际资本流动、地缘供应链扰动等因素影响，呈现“短周期、大振幅”特征。例如，对于一些新能源材料企业来说，上半年碳酸锂采购价单月波动超过30%，原材料成本难以锁定，就会影响到新能源材料企业的产能规划。

二是利润空间的“挤压效应”凸显。在产能

过剩与需求复苏不均衡的背景下，多数企业处于“薄利经营”状态。例如，对于一些中小型钢铁企业来说，钢材售价受市场情绪影响周度波动，而铁矿石、焦炭等原料成本刚性较强，价格波动稍大即可能面临亏损风险。

三是风险管理的“能力断层”突出。多数企业（尤其是中小微企业）对期货工具的认知仍停留在“投机”层面，既缺乏专业团队识别风险，也难以制定适配自身经营的套保策略，导致“想避险却不会避险”的困境。

“这些困难的本质，是实体企业在复杂环境下对‘经营确定性’的迫切需求，与风险管理工具运用能力不足之间的矛盾——这正是期货行业需要发力的核心方向。”他说。

杨宝宁介绍，五矿期货在服务客户中了解到，实体企业对期货行业的期待集中在三方面：一是“定制化服务”，希望期货公司能结合企业规模、产业链位置设计“简单易懂、成本可控”的方案；二是“全周期陪伴”，不仅教工具用法，更协助搭建风险管理体系（如制度设计、流程优化）；三是“生态化支持”，联动交易所、行业协会提供政策解读、人才培训，降低企业使用门槛。

### 破解中小微企业风控难题

据了解，五矿期货作为世界500强中国五矿旗下核心期现业务平台，成立三十多年来始终坚持立足产业，聚焦服务实体，依托中国五矿强大的金属矿产产业链资源竞争优势和股东五矿资本领先的产业综合金融服务平台优势，逐渐成长为集期货经纪业务、风险管理业务、资产管理业务、国际业务和交易咨询业务为一体的综合性期货公司，在有色金属、黑色金属、贵金属、新能源品种服务能力等方面处于行业领先地位。

### 填平“三大洼地” 解实体企业风控之渴

记者了解到，当前实体企业在利用期货工具对冲风险时仍面临不少困难，对期货行业的服务也有诸多期待。对此，杨宝宁认为，实体企

业运用期货工具的困难，本质是“风险管理需求”与“现实条件”的不匹配，具体表现为：

一是“不会用”的能力瓶颈。一些企业缺乏现货经营又通期货规则的复合型人才，面对期权、含权贸易等复杂工具时，常因“看不懂策略”而望而却步。

二是“不敢用”的顾虑制约。部分企业担心“期货操作影响合规性”，或因“套保暂时浮亏”承受内部压力，缺乏体系化的风险管理考核机制。

三是“不适用”的工具鸿沟。部分细分领域（如特种合金、区域农产品）缺乏对应期货品种，或合约规则与现货贸易习惯脱节（如交割品级、区域价差），导致工具“不好用”。

杨宝宁介绍，五矿期货在服务客户中了解到，实体企业对期货行业的期待集中在三方面：一是“定制化服务”，希望期货公司能结合企业规模、产业链位置设计“简单易懂、成本可控”的方案；二是“全周期陪伴”，不仅教工具用法，更协助搭建风险管理体系（如制度设计、流程优化）；三是“生态化支持”，联动交易所、行业协会提供政策解读、人才培训，降低企业使用门槛。

据了解，五矿期货作为世界500强中国五矿旗下核心期现业务平台，成立三十多年来始终坚持立足产业，聚焦服务实体，依托中国五矿强大的金属矿产产业链资源竞争优势和股东五矿资本领先的产业综合金融服务平台优势，逐渐成长为集期货经纪业务、风险管理业务、资产管理业务、国际业务和交易咨询业务为一体的综合性期货公司，在有色金属、黑色金属、贵金属、新能源品种服务能力等方面处于行业领先地位。

其中，“风险管理+产业协同”模式获得企业认可——五矿期货不仅帮企业避险，更依托

杨宝宁介绍，今年以来，五矿期货重点在三方面实现突破：

一是“滴灌式”服务中小微企业。针对中小微企业“规模小、专业弱、需求散”的特点，公司推出“场外期权+含权贸易”组合模式。譬如，为制造企业设计“下跌保护期权”，企业只需支付少量权利金，即可在产品价格跌破约定价格时获得补偿，既降低参与门槛，又规避了原材料涨价风险。

二是“生态化”搭建产业服务平台。公司联合地方政府、行业协会打造“产业风险管理基地”，在山东、浙江等地开展“走进企业”系列调研活动；依托中国五矿产业链资源，组织“期现对接会”，帮助中小微企业对接上游供应商、下游采购方，实现“避险+经营”双重赋能。以交割服务为例，五矿期货将交割作为服务客户的重要抓手，首创“产业风险管理+交割+检测+仓储”三方产融协同服务模式，联合中国五矿所属企业五矿无锡物流园、长矿检测等，为客户提供集期货交割、交割检测、仓储物流一揽子综合服务，成功助力客户优化资源配置，实现降本增效。

三是“数字化”提升服务效率。公司在开展广泛深入调研、深入了解市场需求和客户痛点后开发出五矿产业服务平台“五矿问策”，依托“AI+产业大数据”底座，为产业客户提供AI问策、行情资讯、套保套利、交割方案、期权策略等多元服务，构建从期货知识普及、到行情市场分析、策略辅助，再到期权方案输出的一整套全链条解决方案，旨在通过智能化手段赋能产业客户高效管理价格风险、优化期现经营决策从而提升市场竞争力，持续提升金融服务实体经济质效。

其中，“风险管理+产业协同”模式获得企业认可——五矿期货不仅帮企业避险，更依托

中国五矿强大的产业资源帮企业稳定供应链，这正是金融服务“扩内需”的微观实践。

### 弥补“市场供给与实体需求”鸿沟

对于当前期货市场在服务实体经济中仍存在的堵点，杨宝宁认为，这本质是“市场供给”与“实体需求”的协同不足，主要体现在：

一是品种工具覆盖待拓展。部分新兴产业（如新能源材料、高端制造耗材）缺乏对应的期货品种，区域特色农产品（如地方特色水果、经济作物）期权工具不足，难以满足细分领域避险需求。二是期现规则衔接待优化。部分合约的交割品级、仓单规则与现货贸易习惯存在差异（如某些化工品期货交割品与主流现货品质不符），导致企业“套保效果打折扣”。

三是复合型人才供给待加强。行业内既懂产业逻辑又通金融工具的人才缺口较大，实体企业内部风险管理人才更是稀缺，制约工具落地效果。

杨宝宁建议，可以通过“三方协同”的方式破局：首先，在监管层与交易所层面，加快新兴产业品种研发、结合现货调研优化合约规则（如增加区域交割库、调整交割品级）；

其次，在期货公司层面，深化“产业深耕”，建立“行业研究员+风险顾问”团队，为企业提供“现货诊断+工具匹配+体系搭建”全链条服务；

最后是社会各界层面，要推动“政产学研”合作。目前五矿期货已与多所高校共建“风险管理学院”，定向培养既懂金属、能源产业，又掌握期货技能的人才，未来将扩大至农业、化工业。《本专栏由中国期货业协会、中国证券报联合推出》