

民生调查

老铺黄金为什么这么火

年轻人：看重「古法金」，相信「老牌子」
记者在豫园店门口采访了二十位排队抢货的



柜姐拿出金饰，供消费者试戴 张钰芸 摄

本报记者 张钰芸 通讯员 闫锦

国际金价创下历史新高，距离最高预测3000美元/盎司仅一步之遥。同时，有着“黄金界爱马仕”之称的老铺黄金发布公告，将从今天起进行产品调价。上周末，老铺黄金门店前的长龙更长了。

“买黄金还要排队？”“金价这么高，为什么要抢购？”站在老铺黄金豫园店的门口，时不时有市民游客经过，留下一两句疑问。但这并不会动摇排队者的购买决心，从武汉、常州、苏州等地赶来的游客，以及上海本地消费者一起站在“倒春寒”的冷风中，等待进店选购的那一刻。

从周末到工作日，记者连续数日来到老铺黄金豫园店，取号、排队、聊天、选购……体验进店全流程的同时，和20位年轻人聊天，探寻他们追捧老铺黄金的原因。



上周末，购买金饰者要排队二小时才能进店

本报记者 刘歆摄

金价噌噌上涨，“一口价”变划算了

戴着老铺黄金的三元金豆项链，背着LV小箱子，90后蔡小姐和姐姐都是老铺黄金的粉丝。记者在豫园店门口遇到她们时，姐姐的手里已经拎着一个老铺黄金的橙色购物袋。“这是朋友从澳门店买的，今天大家约在豫园店门口碰头，顺便把东西带给我。”

厦门店货最全，北京店之前有活动，黑金卡不仅能打9.5折，还能从北京调货……聊起“怎么买老铺黄金”，蔡家妹妹说得头头是道。今年以来，她已经买了2根10克的蛇

宝宝金条，再加上首饰，一共花了6万多元。前两天听说老铺黄金出了貔貅金条，又和姐姐、朋友一起赶到豫园店，但此时已经缺货。

“自从我开始工作，每年都会用收入的10%买黄金。过去去买了一些港资品牌的黄金饰品，从今年开始转买老铺了，一方面是喜欢中式设计，另一方面也因为金价上涨，原来让我有些犹豫的‘一口价’模式反而变划算了。”蔡家姐姐说，随着金价

逼近900元/克，如果再加上工费，其他品牌的古法金饰品和老铺黄金的产品价格相差不多，那肯定要买品牌力更强的。

“95后”小王和小张是一对新婚夫妻。“我在金价600多元一克的时候了解到老铺黄金，但当时的‘一口价’和金价相比太贵了。”小张说，这次两人准备看一看对戒和葫芦项链，如果款式合适，就想赶在涨价前下单。高企的金价也让这对小夫妻

未雨绸缪：“我们准备每年买些金条，就当给未来的宝宝多一份保障。”

“这个金刚杵怎么样？还是玫瑰花窗更精致一点？”“85后”王女士在老铺黄金天猫旗舰店上找出心仪的款式，一边等待进店，一边让老公和女儿给点建议。“我平时蛮喜欢买黄金饰品的，喜欢中式设计。不管金价涨还是跌，老铺黄金都是一口价，遇到确实喜欢的款式，自然是早买早划算了。”一个多小时后，当记者再次遇到她时，一根金刚杵项链已经挂在了脖子上。

一起买奢侈品的小姐妹，都来排队了

梵克雅宝的红玉髓项链，宝格丽的灵蛇耳环，卡地亚的钉子手镯，还有LV的老花包包、迪奥的戴妃包……排队等候的消费者中，很多人都佩戴着奢侈品配饰、背着名牌包包。

“第一次在小红书上刷到老铺黄金的时候，我觉得没什么好看的。”披着LV老花大披肩，戴着梵克雅宝项链，陈小姐是记者在采访中遇到的唯二的“00后”，另一位就是她的好朋友张女士。小陈说，最近几个月以来，她不断地刷到各种“种草帖”，还有小张在边上“洗脑”，逐

步发现了古法金的精致之美，所以两人结伴来排队，“平时我们几乎不买黄金的”。

“85后”毛毛则是奢侈品重度用户，包包、首饰、衣服等均是名牌。早上8时出头，她和妈妈赶到了老铺黄金豫园店的门口，熟练地敲了敲玻璃窗，拿到了一张“99号”号码牌。“前两周我找了北京SKP的代购，买了一对蝴蝶耳环。今天是第二次来豫园店，想买葫芦和金

珠。”毛毛说，身边的朋友早就拥有了多件老铺黄金的首饰，有人累计买到了8万多元，还准备冲击黑金卡，一直在鼓动他“入坑”。

毛毛细细比较了老铺黄金和周大福荟馆等黄金品牌的工艺，觉得还是老铺黄金的性价比更高、工艺更好。被她暂时“抛弃”的还有奢侈品大牌。“同样是一两万元，在蒂凡尼、宝格丽、梵克雅宝那里，只能买一件基本款，戴了几年后，二奢店的回收

价至少要打四五折。但老铺的黄金基本盘在这里，回收价可以做到七五折，那不是更划算？”她告诉记者，在老铺黄金取号后，她还去了一次金店，把儿子百日时收到的小金饰送去回收，“这钱拿来买老铺黄金，正好”。

“老铺黄金既有奢侈品的品牌认知，又有黄金的贵金属价值，两者相结合，价值就会超过普通品牌。”排在前面的南女士和朋友则坦言，“黄金界爱马仕”的定位对她们很有吸引力，杨幂、王嘉尔等明星也佩戴这个品牌的饰品，更增加了潮流度。

游客聚集，老铺黄金成为来上海的理由之一

山东、武汉、常州、苏州……在老铺黄金豫园店的长队里，记者遇到了来自天南地北的游客，甚至有外国游客好奇地凑过来，用翻译软件询问工作人员，这里在销售什么，然后留下一句“Everybody wants to buy gold（所有人都想要买黄金）”的感叹。

“我们是来上海旅游的，但老铺黄金确实是规划中的重要一站。”来自常州的六位“90后”小姐妹，三人

背着LV的包包，一人背着罗意威的包包，手里还拎着网红面包标志性的荧光绿袋子。“如果不是老铺黄金开在豫园，大概我们不会来这里。”她们告诉记者，过去买黄金只会在人生的重要节点，比方说结婚了、生宝宝了，特意为一个品牌赶到上海是第一次。“身边有很多朋友戴老铺

黄金的首饰，大家也都在讨论这个牌子，当然希望自己能赶上潮流。”

徐州来的吕小姐和男朋友当天刚到上海，第二天转机去新加坡。“没想到排队这么长，看来留在上海的这点时间，只能用来买老铺黄金了。”吕小姐说，自己刚问了工作人员，大概要等三小时才能进店。“听说十字金

刚杵上午到了一批货，但已经卖完了，不知道等我进去还剩下什么。”

排队等候的消费者中，两个男生结伴显得有点少见，这是一对兄弟。“我和哥哥前两天到上海来处理事情，前天无意间在抖音上刷到了老铺黄金豫园店，知道这个品牌现在很火，所以特意赶来排队，想给家里人买点金饰带回去，也算是来自上海的礼物。”

金价“红利”退去后，还有什么“护城河”

2024年上半年，老铺黄金的收入同比增长150%到35.2亿元，净利润暴增近200%到了5.88亿元，单店平均营收超过了1亿元且仍有上涨趋势。为了拿下11590元/7.39克的玫瑰花窗、23960元/22克的金刚杵吊坠、42890元/32.8克的随身佛，消费者不惜排队3小时，以高于1000元/克，甚至是1500多元/克的金价买单。

最近一年以来，国际金价暴涨带来的伤害，似乎只有传统金铺在承受。截至2024年9月30日的半年内，周大福营收和净利润分别同比下滑了20.43%和44.4%。周生生2024年上半年的营收和净利润则同比下滑了12.98%和36.41%。

业绩承压之下，甚至开始关店。

老庙、老凤祥、亚一金店、周大福、中国黄金……还有数不清的黄金珠宝批发零售店，“金光闪闪”的豫园商圈是上海黄金珠宝消费的集聚地。但这段时间，老铺黄金的大排队，与其他黄金品牌的冷冷清清，形成了“冰火两重天”的鲜明对比。

多年来，传统金铺尽管销售的是黄金珠宝，价格不菲，但其开架的销售模式，却和普通零售品相差无几。更因为成本非常透明，只能收取数百至数千元不等的手续费，挣的是“辛苦钱”，而谈不上“品牌溢价”。贵而不奢，成为黄金市场的普遍情况。

老铺黄金的到来则打破了这

一规律，不仅用“一口价”来定义产品价值，选址和服务也看齐奢侈品。以服务为例，无论是等待进店还是已经进店的消费者，柜姐柜哥都会端着托盘，奉上依云矿泉水、歌帝梵巧克力和苏打饼干。VIP客户还有进入“小黑屋”选品的高端体验。

不过，记者发现，老铺黄金的门店普遍不大。公开数据显示，其门店中面积最大的豫园店仅有161.85平方米。门店一小，体验感还是会变差。一方面店外限流排队，等待时间长达数小时，另一方面店内仍然人挤人，也让其追求的奢侈品气质打了折扣。而在其不远处的老凤祥银楼，其经营面积有2000多平方米，共有三层楼。

“开大店”已成为老铺黄金的下一步规划，在节节攀升的消费热度下，在高端商场拿下更大的门店、更靠近大牌的位置，难度也变小了。但这段时间消费者对老铺黄金的追捧，很大程度上基于金价上涨带来的升值空间。但金价不会一直涨。当金价下跌时，不仅老铺的提价能力会受到影响，溢价也会显得更高，恐怕部分消费者不会继续买单。

与此同时，老铺引以为傲的古法制金工艺也并非牢不可破的“护城河”。记者在老庙黄金、老凤祥等店内看到，与老铺相似的金饰不在少数，葫芦、蝴蝶等元素原本也是金饰中的常用元素。且老庙、老凤祥等门店的销售人员强调，同样是足

金，自家店里销售的多为999足金，而老铺黄金则是不低于990足金。

此外，在小红书等社交平台上，吐槽老铺产品掉钻、变形等质量问题的帖子也不少，而维修则需要等待数月。业内人士表示，手工产品随着生产规模的扩大，质控难度也在增加，且老铺黄金2023年外包产量达到了41%，不可控性更大。但对于定位奢侈品的品牌来说，用户的宽容度也会降低，毕竟大家对奢侈品的期待就是“手工、工匠、艺术”带来的稀缺性和尊贵感。

当这一波金价上涨、消费跟风的潮水退去，老铺黄金的传统工艺故事和商业创新理念能否继续形成品牌壁垒？值得关注与期待。