

最近的金价飙得令人心惊肉跳。

放眼望去，社媒平台都是一片“此时不囤更待何时、金价即将站上历史新高”的聒噪。

中国人对黄金的执念是融入骨子里的。

十年前黄金价格回落时，中国大妈怀揣退休金横扫上海黄金交易所的场景历历在目。

短短一个月内，中国大妈完成了之前需要一年三个月才能实现的KPI。媒体纷纷报道：“中国大妈暴打华尔街大亨”“美联储做空中国黄金计划泡汤”。

十年后的今天，取代中国大妈正在疯狂囤黄金的，是这届年轻人。只不过，最初成功吸引他们买单的，不是狂飙的金价，而是奇葩的造型。

## 01

### 万物皆可黄金

如果你闲来逛逛小红书，就会发现黄金珠宝品牌周大福，竟然混成了小红书的“顶流”。关于这个品牌的种草笔记，多达上百万条。

说起周大福，有些网友可能会一脸懵。不知道珠宝品牌是不是为了辉映彼此的珠光，大多数品牌名都是容易混淆、且高度雷同的。

比如，周大福、周大生、周生生、周六福……

总之，差别就那么一个字。你走进店里才发现，喔，这是周大生，不是我以为

的周大福。



●图源：周大福天猫旗舰店

你要是不想戴着挂着，还有奥特曼联名摆件。总之，这个联名一出，此前不怎么关注黄金饰品的男网友，也眼睛冒光杀疯了。

有网友说喜茶热衷联名。其实在珠宝圈，周大福才是不折不扣的联名狂魔。

从Hello Kitty到蜡笔小新，再到迪士尼的唐老鸭和米奇，甚至包括周杰伦……只要是年轻人喜欢的，周大福统统都拿来“互联”。

并且，因为这些联名超高的还原度，你买了萌萌的唐老鸭，就想买跳舞的米奇，还想买当红的玲娜贝儿和星黛露。



●图源：周大福微博

有LV、Fendi所属的法国LVMH集团，Gucci和Balenciaga母公司开云集团，雅诗兰黛集团、卡地亚所在的瑞士历峰集团以及爱马仕国际、香奈儿有限公司等。

必须一提的是，周大福，是中国唯一上榜的集团。

从过往的数据来看，周大福的消费者大都来自中国内地。在相关珠宝品类中，黄金产品贡献了近7成的营收，并且这一比例仍在逐年上升。

换句话说，周大福能打入这份大牌云集的榜单，黄金饰品的热卖功不可没。

而周大福在设计、联名上下的功夫，也让这个品牌成为珠宝圈当之无愧的“网红”。



## 周大福手链手工费太贵值不值得买？

看了一条新款项链还不错、就是手工费太贵了一点、周大福金价 489 克减 30 这款手链手工费算下来 100 一克；我看了六福的手工费是按 40 一克算、今天金价 493 克减 40；老庙的金价 443 手工费 60 一克、姐妹们哪个金庄比较适合买 999 黄金？对比下来感觉周大福的

●图源：小红书

事实上，在不知不觉中，我们就为黄金饰品的品牌（设计）溢价买了单。

有些“一口价”的饰品，加上人工、设计等费用，算下来的价格是高于甚至远远高于当日金价的。

如果说，或是希望拥有黄金饰品的保值性，或是出于喜好而购买是个人的选择，那么，同款饰品，周大福的价格高出了其他品牌一半，就让消费者无法理解了。

有网友晒出，自己花2200元购买的周大福吊坠，与其他品牌同款1000多元的极其相似。





●图源：周大福微博

90岁“高龄”的周大福，在珠宝市场的浮浮沉沉中能够绝尘胜出，也证实了其

在产品布局和渠道把控上的过人之处。

不过，就像我和同事聊天时，提到周大福上榜“十大奢侈品集团”，多位同事的第一反应，都是“周大福是奢侈品吗？”

真正的奢侈品，是历经时间沉淀在消费者心目中留下的关于这个品牌文化、品质的心智认知，具有极强的不可替代性，甚至成为某种特定的价值符号。

今天的周大福，尽管联名频繁，爆款常有，但距离成为某种特定的文化、象征符号，或是用以巩固受众的阶层认知，还谈不上不可替代。