

# 繁华盛景不复在 黄金珠宝交易市场遇冷

■ 徐维强 蔡情 报道

### 核心提示：

- 今年相当多黄金珠宝企业销售出现 40%–50%的下滑
- “中国大妈”购买力被严重透支，商家已现恶性竞争
- 如今最大的消费主力，是情侣首饰这样的“刚需”，以及妇女的首饰等
- 企业通过联保联贷从银行获得授信的模式已难以继续
- 行业退潮之际，谁在裸泳得以显现
- 淘汰、创新、整合，危机中的行业正在求新求变

进入 12 月的深圳，突然迎来一场强劲的寒流，将 11 月份还维持在摄氏 30 度的温暖 and 阳光一扫而去，只留下一片萧瑟。在深圳罗湖区的水贝，也在经历着一场同样罕见的寒流侵袭。

近年来，国际黄金价格接连大跌，黄金交易市场，以及与金价联动紧密的珠宝交易市场，见证了其间的波澜起伏。而水贝，这一中国最大的黄金珠宝交易市场，直接体现着金价的每一次脉动。从抢购到无人问津，从门庭若市到门前冷落，其兴衰成为中国黄金珠宝市场最典型的缩影。行业在寒潮中何去何从，水贝的生存状态可为镜鉴。

## 繁华盛景不复存在

今年相当多黄金珠宝企业销售出现 40%–50%的下滑

水贝，这片位于深圳市罗湖区西北角仅仅由几条道路组成的街区，已不仅仅是一个地理位置，更成为中国黄金珠宝行业最响亮的代名词。根据深圳珠宝首饰行业协会的统计数字，在这块面积不大的地段云集了 4000 家黄金珠宝企业，拥有的注册品牌超过 2400 个，此外还有 2000 多名个体户，创建了 4 个大型珠宝批发专业市场，从业人员逾 13 万，形成了加工、制作、经营，以及批发零售完整的上下游产业链。

水贝在中国黄金珠宝产业中的地位，从一组数据中可以直接体现：水贝的年加工总值近 800 亿元人民币，年产值占全国市场份额的 70%以上，黄金、铂金、钻石加工、交易量均占上海黄金交易所、铂金交易所和钻石交易所全年成交量的 80%–90%。以水贝为核心的深圳黄金珠宝产业，已稳居国内行业龙头，辐射到欧美和东南亚。作为名副其实的中国黄金珠宝中心，水贝市场上每一次的价格变动，直接影响着中国乃至东南亚黄金珠宝市场的走势。

多年来，水贝见证着黄金珠宝市场的繁华交易景象，但盛景如今已不复存在。在水贝的各条大街上，两边的金店依旧豪华气派，但相比以往柜台前人头攒动的景象，此时却是冷冷清清。顾客随意走进一家门店，里面的五、六名店员马上热情地高喊“欢迎光临”，并鞠躬致意。在记者驻足观看时，店员会详细讲解，每当记者对某一款式感兴趣，店员立刻麻利地从柜台中取出，让记者细细端详。

“对于顾客热情服务是一贯的要求，以往店里的顾客比较多，都是一个店员招呼几个人，现在顾客很少，像今天我们几个人是为你提供‘专属服务’了。”一位在该店已经工作了几年的店员开玩笑说。而她也切身感受到了黄金珠宝生意冷落所带来的冲击，由于生意直线下滑，不仅收入比以往减少了 1/3，而且员工规模也在缩减，店里的店员比高峰时期少了好几名，为了不被裁掉，一位工友选择去了公司在北方开拓的新门店。

深圳市金百泰珠宝首饰有限公司总经理赵彬向记者透露，今年以来公司的金饰品销售下滑了 60%左右，主要集中在投资类产品，包括金币、金条等，而饰品类受到的影响较小，与往年持平。赵彬表示，从门店销售就可以体现出来，前几年国庆等节假日时金店内人山人海，但今年国庆期间就很萧条。被誉为“中国翡翠第一家”的健兴利珠宝营运部总经理陈义波也表示，今年相当多同行的销售出现 40%–50%的下滑，有些综合品种的商家受冲击更大，一些知名商场内珠宝柜台出现了撤柜的局面，原本商场一楼最好的位置都是让给化妆品和黄金珠宝柜台，但今年很多新开的商场都压缩了黄金珠宝的比重。

## 被套牢的“中国大妈”

购买力被严重透支，商家已现恶性竞争

年底是黄金珠宝销售的旺季，但在水贝的各条街道，路人对于金店竞相打出的促销广告视若无睹。据了解，在水贝甚至出现“有价无市”的局面，一些品牌商由于资金流紧张，将手头上的货品尽快销售出去，采取拼命打折的策略。部分商家甚至进行恶性竞争，有些金品价格甚至比批发市场的拿货成本价还要低。

这一景象与去年形成了鲜明反差。2013 年 4 月份，由于国际金价出现大跌，众多深圳市民竞相涌入水贝，在各大金店疯狂抢购，甚至周边东莞、惠州等城市的市民也闻风而来。见证了去年疯狂场面的一位店员向记者回忆，当时小小的店面内挤满了人，各种金品刚

刚拿出来，甚至还来不及摆上柜台，就被四周包围的顾客一抢而空，客户根本来不及端详货品就买单付款，一天的销量是平日的 4、5 倍。不少顾客的购买量都比较大，有的出手就是几百万元，不少金品都出现了断货的局面。公司只好紧急从外地调货，并让没有买到的顾客登记，货一到就通知他们。在被抢购的各款金品中，最抢手的就是金条、金块。

作为这股抢购风潮的主力，“中国大妈”被国内外媒体竞相报道，并受到包括华尔街在内国际各方的关注，不少人将“中国大妈”与 20 多年前国际外汇市场上威名赫赫的“渡边太太”相提并论。但“中国大妈”们很快就被套牢，进入 5 月份之后国际黄金市场再次出现波动，但“中国大妈”的抢金热情已经退潮，而水贝也并没有回复以往的景象，开始了漫长的冷清局面。“去年的抢金潮严重透支了购买力”，水贝一家大型黄金企业负责人分析，在经济不景气的情况下，黄金在避险、保值、防通胀方面具有优势，但“中国大妈”普遍并不具备专业的投资知识和能力，在随后金价持续走跌后被严重套牢，而这群体不但在财富上、更在心理上遭遇打击，因此会更加谨慎，盲目跟风后吸取的教训也更加深刻。

## 投资价值不被看好

如今最大的消费主力，是情侣首饰这样的“刚需”，以及妇女的首饰等

即使是知名的大品牌，也同样不能避免生意冷清的尴尬。记者看到，在一家香港品牌金店内，只有一对夫妇在精心挑选结婚戒指。店长告诉记者，如今最大的消费主力，就是情侣首饰这样的“刚需”，以及妇女的首饰等。“在以往的旺季，大家对于品牌的认知度更高，也愿意花钱买更好的牌子，但在生意冷清的时候，大品牌的吸引力已经大不如前，尤其是像我们这样的知名品牌，产品价格本身要比同行高出一截，自然在顾客对于价格比较敏感的时期会受到影响。”这位店长说，相比黄金珠宝的加工企业，黄金珠宝零售商无疑要承受更大的压力，销售量同比大幅减少，而店面租金、人工成本、日常开支等日益增长，各家的利润数字都不好看。

而在日常经营中，除了饰品销量的大降，在货品方面一个最大的变化，就是素金近乎销声匿迹。所谓素金，是黄金行业中对于纯金制品的称呼，包括素金戒指、素金项链、素金耳环，以及金条、金块等。往年，素金是各家金店销售的主力，今年这种销售格局出现了大扭转，镶嵌首饰成为重头。因此，水贝的众多金店开始更改店内布局，甚至撤掉部分传统的素金柜台，让出空间陈列更多的镶嵌首饰。

销售格局的扭转，反映的是黄金消费及投资的心态变化。业内人士告诉记者，长期以来中国消费者主要购买素金，佩戴只是很小的比例，更多的是看中其投资功能。根据世界黄金协会的统计数字，全世界最大的黄金金店间购买来源就是东亚和南亚，尤其是中国、日本、印度等国家。为抵御通胀，众多并不具备投资能力和专业知识的普通民众，选择黄金尤其是没有大的加工、便于收藏和变现的素金，成为首选。相比之下，镶嵌黄金多经过复杂的加工工序，且难以作价和变现，长期以来并不为大众所追捧，仅是用于佩戴和装饰，并没有太大的投资价值。

市场萧条的另一个重要因素也被黄金珠宝商反复提及，就是近年来不断加大的反腐力度。健兴利珠宝的陈义波表示，一件普通的翡翠首饰都是上百万，往年仅在一个商业点就销售 3–4 个亿，但如今销量大减，出现“不敢买、不敢送、不敢收”的情况，乏人问津。此外，以前购买者有不少使用购物卡消费，而随着反腐的推进，购物卡也很少使用了。

## 企业融资遭遇冲击

通过联保联贷从银行获得授信的模式已难以继续

不仅仅是在零售环节，在黄金珠宝的整个经营链条上，金价的大幅下跌都给企业带来前所未有的巨大冲击。

“黄金珠宝本身是资金密集型的行业，多年来始终存在融资难的问题。”深圳一家国有银行的负责人向记者分析说，黄金珠宝业是一个“轻资产、重存货”的行业，黄金珠宝企业向银行融资，需要提供固定资产等抵押物，但企业所拥有的房产、汽车等在这些企业报表中的占比往往很低，而 90%左右都是黄金珠宝等存货，这些贵重资产比较“压钱”，但按照



银行的传统审核方式，由于缺少固定资产作抵押，因而无法顺利合作。此外，对于黄金珠宝，银行也很难进行评估，尤其是近年来黄金价格波动剧烈，银行也不愿接受其用于抵押，导致企业在银行融资困难重重。据了解，除了一些已经上市的企业通过资本市场融资外，大多数中小黄金珠宝企业都存在巨大的融资问题。

以前，水贝的黄金珠宝企业通过联保联贷方式从银行获得授信，由几户小企业自愿组成一个联合担保体，相互为对方提供担保，从银行得到融资后实现快速发展，这一方式曾在水贝企业中大行其道。上述国有银行负责人介绍，联保联贷模式在行业景气上升时有较大优势，但在行业下行阶段，风险和缺陷就暴露无遗，甚至会出现风险扩散“火烧连营”的局面。这两年不少中小商户经营压力大，甚至停业关门，风险进一步扩大，只要一家出问题，其他企业都会受到牵连，因此银行都选择了退出。部分水贝商户也表示，目前已经无法从银行通过联保联贷来获取贷款，这一模式已经不复存在。

水贝黄金珠宝企业融资的困局，也催生了新的融资渠道和方式。就在今年，已经接连有数家 P2P 成立，专注做黄金珠宝领域。在水贝一栋云集了多家知名品牌企业的大楼内，一家名为“珠宝贷”的 P2P 平台上线短短 2 个多月的时间，已经放款 1.42 多亿，珠宝贷总裁李笋介绍，目前借款的企业共有 30 多家，总共完成 38 单，每单额度 400 万元左右。

在李笋看来，黄金珠宝企业选择 P2P 借款，更加快捷便利，而且期限灵活，可以选择 15 天、一个月、两个月等多种方式，“更接地气”。尤其是随着年底临近，黄金企业急需备货，在短时间内企业将产品销售出去之后就可以马上还款，而这方面银行根本无法做到，仅仅审批程序就要花费不止一个月，灵活性上无法满足企业所需。

## 富豪身家大缩水

行业退潮之际，谁在裸泳得以显现

走在水贝街头，与满街珠光宝气相映成辉的，是众多知名品牌绚烂的霓虹灯，讲述着一段段富贵繁华。这里拥有大量的上市公司、拟上市公司，每一栋普通的水泥大厦中都隐藏着众多隐形富豪。但金价的持续下跌，无疑成为一次财富的“洗劫”。由于黄金珠宝行业的特殊性，企业家的绝大多数身家就是企业的存货，而金价的缩水直接导致了资产大打折扣。

在行业退潮之际，游泳者们的真实状况才得以展现。在此次冲击中，几年前黄金大热之时囤货的企业步履艰难，而受损最大的则是去年金价大跌时冲进来的企业，尤其是一大批中小加工企业，原本想抄底抢货，但未曾料想金价并未触底回升，反而持续下跌，其中相当多数都没有挺过今年。一家黄金珠宝加工企业负责人透露，今年以来这种中小加工企业“至少倒了几百家”。

为应对风险，黄金对冲等机制的重要性在水贝黄金珠宝企业中得到凸显。据介绍，为了规避金银等贵金属价格波动，许多大企业均引入“量出为入”的策略，尽可能减少库存量，只是满足一定的周期，通常是 15 到 20 天的用料，因此相对于企业的总体用量并不是很多，从而平衡风险。在实际运营中，企业对于黄金储存的原则是“出多少、进多少”，日常保持库存在一定的仓位水平，根据销售出去的数量，再采购进来相同数量的黄金，使得长期的存货成本保持稳定。此外，对于一些大型黄金珠宝企业，由于具有一定的议价能力，在源头采购等环节能够做到成本控制。企业向原料厂购买黄金时，会在合同中设定相应的

浮动区间，即使行情出现大涨或者大跌，但交易时的价格上涨或下跌的幅度不能超过一定的百分比，从而保证在生产 and 采购过程中锁定成本。所以尽管金价大跌，但其在成本上并没有受到太大的影响。尤其是近两年，在金价持续下挫的过程中，这些大型黄金珠宝企业均采取对冲机制应对，在购买黄金现货的同时利用黄金 T+D 业务做空黄金，通过对冲来规避金价下跌带来的风险。记者采访中发现，对于这些应对措施完备、准备充分的企业，尽管库存价值缩水、利润减少，但并没有动摇企业的正常运营，很难伤到筋骨。

“这两年心态不好的企业都吃了大亏。”一位资深业内人士告诉记者，在金价单边上涨的前几年，很多企业抱着赌金、赌货的心态，拿到黄金或货品后就到银行抵押贷款，最后实际上成为变相炒金、炒货，没有把心思花到经营上，金价一旦步入下行通道，就会出现雪崩一样的灾难。

## 寒冬期成为转型契机

淘汰、创新、整合，危机中的行业正在求新求变

“现在的黄金首饰真是漂亮，真想再买几件。”去年曾在黄金大跌引发的抢购潮中买了好几件的刘女士，向记者发出如此感慨。很多普通消费者会突然发现，今年的产品相比往年要更加时尚、漂亮。黄金珠宝销售的下滑，给身处行业寒潮期的企业带来一个意想不到的促进效果，就是开始积极创新。一家知名品牌企业推介刚刚推出的一款新型黄金茶壶时介绍，以往的产品十分笨重，但现在采取了 3D 硬金新模式，这种空心金使得茶壶重量大大减轻，更便于把玩收藏。据了解，以往水贝的大多数黄金珠宝公司并不注重款式，往往只赚取加工费，差价就能有不错的效益，但在今年行业背景倒逼企业进行创新，无论工艺、设计还是款式等都更加丰富多彩。相比传统金店素金占据七、八成柜台比重，今年以来各款金镶玉、镶嵌首饰等占据了更大的空间。“以前顾客来买金条、金砖，称了称就走，现在顾客进门挑选，都要挑很久，停留时间长了很多。”一家门店柜台人员对比分析说。

提升服务，也成为众多黄金珠宝厂商的应对之策。健兴利珠宝陈义波表示，以往他们都是“等客”，在柜台坐等顾客上门，而今年他们主动出去找客人，并加大 VIP 客户的维护。由于商场的高端客户较多，他们采取与商场绑定的销售策略，并与一些高端奢侈品牌形成互动，进行多渠道化营销。此外，在商品款式和定价策略上进行下浮，将以往侧重上百万的产品下降到几十万元，更多开发白领款式等。

在行业的整体危机中，很多企业也从中看到了发展的机遇。金百泰总经理赵彬表示，目前行业 80%–90%的企业都在缩减规模，由于此前产能过剩、商业终端过剩等，在市场没有增长的情况下蛋糕份额越来越小，导致黄金珠宝生意越来越难做，目前的淘汰也属于正常现象。这为行业整合带来了机会，经营良好、有规模和实力的企业不但可以拿到最好的位置、租金和店面，更可以利用这一时机进行各种整合兼并。

深圳珠宝首饰行业协会相关负责人分析，深圳珠宝产业商业模式创新的转变也迎来了契机。尽管深圳黄金珠宝业在全国已经形成了最大的生产规模，也具有一定的产业特色，但水贝仍然有不少企业以通过低成本优势赚取加工费用为主要生存模式。产业模式由粗放型发展向集约型转变、竞争手段由低成本向高附加值转变是未来的主要任务，而要完成转变就要实施品牌战略，提高产品附加值，实现深圳珠宝产业的整体转型升级。

## ▼ 市场

## 年底金价入“无人区”

2014 年只剩下一个小尾巴，离一年金价走势盖棺论定之时又近了一步。记者注意到，在黄金的年线图上，继 2013 年的大阴柱后，一根十字星十分显眼。

瑞银集团表示在本年度最后一个月里黄金恐怕不能走出什么大行情，将进入“无人区”。

德国商业银行则指出明年的金价走势将会是先抑后扬，上半年因为美联储的升息预期而走低，待利空兑现后，下半年将会回升。

## 临近年底金市或进入“无人区”

去年金价的崩盘式大跌伤了很多黄金拥趸们的心，今年上半年的一波强劲反弹多多少少宽慰了多头们，可是下半年的急转直下到如今，黄金涨幅吐尽。

最后一个月的开门红，又让不少多头冀望一个漂亮的收尾。不过高盛在今年再三重申其观点，表示 2014 年年底金价将跌至 1050 美元/盎司。年内已经触及的低点报 1132.07 美元/盎司，到达高盛预计的低点尚有近 8% 的跌幅。

在 11 月 19 日发布的报告中，高盛集团再度表示，强劲美元将推动金价跌至 1050 美元/盎司水平。

9 月 24 日高盛集团大宗商品部门主管 Jeffrey Currie 受访称黄金“最糟糕的日子”还未到头。

Currie 在 2013 年 4 月 10 日对投资者发出做空黄金的建议，而仅在两天后黄金就开启了大跌行情—2013 年 4 月 12 日(周五)和 4 月 15 日(周一)，黄金两日累计跌幅高达 13%。

瑞银集团则表示，黄金在 12 月份可能进入“无人区”。该机构表示，在接近年底时，投资者没有冒风险的欲望，越来越不愿意建立大规模头寸。

“而当前的市场状况表明，回报更难获得，收回损失的时间有限。”瑞银写道，“很多人当前只是想守住收益，维持当前的持仓。这使得交易更具挑战，流动性下降导致市场波动，方向很难把握。”

瑞银指出“黄金 11 月份交投于 80 美元范围，需要新的催化剂给出指引。”

## 明年年中金价走势迎转折

2015 年金价走势的重中之重是美联储加息。目前市场的普遍观点是认为美联储将在明年年中首次加息。

路透社在 11 月中旬进行的调查中，43 名分析师中有 24 人认为，美联储将于明年 6 月开始加息，仅有约四分之一的受访者预计美联储将等到 9 月或更晚行动。

美联储三号人物、纽约联储主席杜德利 12 月 2 日表示他仍然预期，美联储将自 2015 年年中开始加息，与市场共识大体一致。

德国商业银行表示美国明年的加息之日，就是黄金趋势扭转之时。该行指出加息周期一旦启动，其负面影响将变得不那么明显。

该行表示，2015 年平均金价将在 1200 美元/盎司，上半年将因为美联储升息而走软，但下半年会有所回升。

该行预计，在美联储在第二季度开始升息时，金价将触底。

“一旦升息真正到来，黄金所面临的压力会逐渐减弱，和 2004 年及 2006 年美联储升息时一样。”德商强调。