

# 价格回调，“双节”黄金热销

□记者 张五阳 文/图

本报讯 刚刚过去的中秋、国庆“双节”，黄金价格回调，喜了买“三金”的刚需市民。10月8日，记者从我市多家黄金品牌处了解到，今年“双节”假期，各品牌黄金价格较“双节”前有明显回落，促进了黄金销售，营业额比2019年同期提升30%左右。

“这次购买‘三金’可省了不少钱。”10月7日上午，正在市区双丰商城一楼老凤祥专柜挑选黄金的市民陈先生称，黄金“双节”前每克615元，在“双节”期间降至每克587元，他果断出手，一共买了20克左右的黄金饰品，省了500多元。

据该专柜涂经理介绍，“双节”前一周，该品牌黄金价格是每克615元，“双节”期间，黄金大盘回调，该品牌金价降至每克580元左右。“在节日期间，销量十分不错，平均每天销售额在3万元至4万元，比2019年同期销售额提升36%。”涂经理说。

随后，记者接连走访老庙黄金、周大福黄金、六福珠宝、金伯利钻石等多家品牌专柜了解到，各品牌专柜在“双节”期间金价均有回落。其中老庙黄金“双节”前每克590元，“双节”期间最低价每克572



“双节”期间，一对情侣正在选购黄金饰品

元；六福珠宝黄金“双节”前每克620元，“双节”期间每克591元；周大福黄金“双节”前每克615元，“双节”期间每克580元；金伯利钻石黄金“双节”前每克482元，“双节”期间每克454元。受结婚季、金价回调等因素刺激，这几家黄金品牌“双节”期间销量均比2019年同期增长30%左右。

金价波动，让投资者颇伤脑筋。喜爱黄金投资的市民张先生告诉记者，他认为黄金买涨不买跌，主要是怕金价会持续下降，降

价之时的投资，风险系数太高。也有市民认为，在黄金降价时购进，比涨价时购买更划算；就算不涨价，买了自己戴也不亏，万一涨了哪？

那么，此次金价回调是否是出手购买的好时机？业内人士分析，黄金价格受市场因素影响，黄金饰品及投资金条定价属于商家根据每日黄金大盘价格调控的自主行为。市民购买黄金时一定要理性，切莫盲目跟风，综合考虑使用场景之后，再决定是否购买。

## 商场“双节”降价吸客 促进营业额提升

□记者 张五阳

本报讯 记者近日从我市多家商场了解到，今年中秋、国庆“双节”假期，我市各大商场依靠促销活动，吸引市民前去消费，促进了营业额的提升。

“我看中的衣服原本500元一件，折扣价400元；化妆品一瓶300元，折扣价210元；鞋子600元，折扣价420元，买这几样东西就省了近400元，看来趁着商场搞活动买东西准没错。”10月5日，在市区中骏世界城购物的市民刘晓丽美滋滋地给记者算了一笔账。

她说，今年中秋、国庆“双节”假期，商场活动不仅丰富，而且促

销也比较给力，很多原本不参与活动折扣促销的品牌，这次也参加了。“节日期间天气不怎么好，带娃逛商场购物也不错，活动丰富，吃喝玩乐购一条龙，我们假期几乎每天都带孩子来商场里玩。”刘晓丽说。

10月7日，记者从万达广场、中骏世界城、丹尼斯双店（华府店、开源店）、双丰双店（商城店、中心店）了解到，各家商场参与促销的品牌，以服装、化妆品、黄金珠宝、旅游用品、数码产品等为主，降价幅度在20%至30%之间。此外，商场还给出了“满额减现金”“幸运大抽奖”等一系列额外福利，吸引不少市民在节日期间“买买买”。

“双节”期间，市区中骏世界城

零售类目、儿童游乐业营业额比今年五一假期营业额增长23%左右；双丰商城黄金珠宝、服装、旅游用品等类目比2019年同期分别增长38.3%、29%与62%，各类商品营业额较今年五一假期整体增长约20%；丹尼斯百货开源店整体营业额比2019年同期增长120%，较今年五一假期营业额整体增长25%。

市区双丰商城办公室主任李伟杰说，从今年“双节”期间的销售情况来看，已经形成了商场搭台引人流、品牌促销力度大、消费者得实惠的局面，有效带动了商业经济回暖，也使今年“双节”期间该商场的营业额高于2019年同期。

市市场监管局有关人士提醒：

## 警惕螃蟹卡诈骗 小心3类消费陷阱

□记者 张五阳

本报讯 近日，知名演员孙艺洲的一条微博引起众多网友关注。孙艺洲称，收到了一张快递的螃蟹卡，比对后发现了诈骗套路。时下正值螃蟹大量上市，螃蟹卡到底有哪些套路？10月9日，记者进行了走访。

记者从我市几家大闸蟹专卖店了解到，目前大闸蟹已经进入热销期，一般顾客会先购螃蟹卡再提货。一家大闸蟹专卖店老板陈先生告诉记者，蟹的品质不同，螃蟹卡价格也不一样。专卖店一般会先销售螃蟹卡，随后再为顾客提货，顾客也

可以根据螃蟹卡上的二维码自行预约提货。

对于螃蟹卡，消费者有哪些需要注意的地方呢？市市场监管局有关人士介绍，螃蟹卡诈骗套路层出不穷，且一般以网络、快递等渠道为主。如，消费者莫名其妙在某平台抽中一张螃蟹卡或收到快递来的螃蟹卡等。诈骗分子一般会设下层层套路，让消费者添加客服，扫码进群，然后再实施“刷单返利”等诈骗，让消费者上当受骗。市民只要谨慎识别，不贪小便宜，不随意扫描二维码，不填写个人信息，不法分子就很难得逞。

该人士说，除了诈骗套路外，螃蟹卡还存在3类陷阱：一是“卡难兑”，由于螃蟹卡需通过商家提供的兑换渠道进行提取，一些消费者在兑换时遇到“错过兑换时间”“已约满无货”等情况，兑换困难；二是“品控差”，小渠道、小品牌的会将绳子也算进螃蟹整体重量之中，导致消费者购买的螃蟹重量不足，且容易出现死蟹、残蟹；三是“金额模糊”，螃蟹卡上标注的“888”“1888”等，并不一定是金额，消费者需要仔细了解，避免上当受骗。

## “萝卜刀”热销

专家：不建议给孩子买

□记者 张五阳

本报讯 近日，一种名为“萝卜刀”的塑料玩具在我市一些小学校园流行起来。为此，我市有关专家建议：“萝卜刀”看似安全，实则隐患不小，不建议家长给孩子购买。

“我们班男同学几乎人手一把‘萝卜刀’，感觉挺好玩的。”10月9日中午，在市区一小门口，刚出校园的几名学生拿着“萝卜刀”相互“捅刺”。记者看到，这是一种长约5厘米的塑料仿刀玩具，以绿、蓝、橘黄等颜色搭配，外形似刀，可以收合。

在该校园不远处的小卖部，记者看到“萝卜刀”被摆放在显眼位置，小一些的5元一把，大一些的则卖到10元至15元一把。“‘萝卜刀’卖得挺快，一天差不多可以卖30把左右，有些学生一次买好几把换着玩。”该小卖部老板陈先生说。

10月10日中午，记者接连走访了我市多家小学附近的小卖部、文具店，均发现了“萝卜刀”的身影，且销量不错，其中不乏家长带着学生前来购买。“我家孩子说他们班里很多孩子都有，这种塑料玩具看着也挺安全的，价格也不贵，我就给他买一把玩。”正在市区光明路南段一小附近文具店购买“萝卜刀”的家长王先生说。

“家长最好不要给孩子购买‘萝卜刀’玩，看似安全，其实有隐患。”市第二人民医院心理咨询室主任郭满红说，“捅刺”动作容易让孩子出现“心理隐患”，虽然“萝卜刀”是塑料刀，但是对孩子身体柔软部位，如眼睛、耳朵、鼻子等，一样能带来危害。目前，不少小学已经禁止学生将此类玩具带入校园，家长也需配合老师，尽量不要给孩子购买。

## 汉酱(匠心传承)上市发布会 平顶山分会场活动举行

□记者 张五阳

本报讯 9月29日，茅台匠心·汉酱传承——汉酱(匠心传承)上市发布会平顶山分会场活动在贵州茅台系列酒平顶山体验中心成功举行。此次汉酱(匠心传承)上市发布会通过直播等方式，在全国各分会场、贵州茅台中国酒文化城、英国伦敦金融城同步进行。在平顶山分会场，60多位嘉宾一同见证了汉酱(匠心传承)新品的独特魅力。

据介绍，嘉宾们通过观看主会场的视频直播，共同见证了汉酱(匠心传承)的风采。汉酱(匠心传承)新产品的瓶身包装与画家画作相结合，形象生动地诠释了汉文化的内敛典雅，追溯汉酱历史渊源，延续汉朝服饰纹理，从工艺、色调、瓶盖纹饰、背标文化、外盒等方面进行全新创作。高贵沉稳、气韵典雅，彰显千年传承的独特文化魅力。

贵州茅台酱香酒营销有限公司河南三区经理张世宝与平顶山市新诚信商贸有限公司党支部书记丁睿共同为嘉宾们送上中秋祝福。张世宝表示，此次上市发布会在英国伦敦金融城同步举行，从世界到家乡，汉酱(匠心传承)带着四海一家的良愿，以酒为媒，让异国看见中国传统文化与中国酒文化的美好融合，让“酱粉”对中国优秀文化有了更深入的了解，与喜爱中国文化的消费者产生高度情感共鸣，在中国的传统节日中秋节，共同为文化之美祝福。

丁睿表示，平顶山市新诚信商贸有限公司将持续做好汉酱(匠心传承)的宣传推广，积极开展优质活动，持续以传承的力量，携手每一位消费者向美而行，共绘“茅台酱香，万家共享”的美好愿景。