

國際金價上漲帶動淘金熱 古法黃金受追捧彰顯中國青年的文化自信

為悅己買單 中國年輕人含金量高

近期，國際金價上漲帶動黃金銷售熱，中國各大商場的黃金櫃檯前出現了「扎堆」購金的年輕人。在中國電商平台天貓超市購買黃金的人群中，「95後」和「00後」佔比過半。

年輕一代推動黃金飾品設計的變革

綜合中新社、南京《揚子晚報》16日報道，金價上漲疊加春節效應，黃金消費與投資迎來旺季。在上海豫園，老鋪黃金門店日均排隊時長超1.5小時，高峰期竟需13小時才能進場；從北京菜市口百貨到成都春熙路，黃金櫃檯前顧客摩肩接踵；許昌商超胖東來因金飾價格便宜100元人民幣，吸引顧客異地搶購……

當下黃金消費市場中，由於年輕一代逐漸成為主力軍，其消費觀念和審美偏好也推動了黃金飾品設計的變革。

據中國珠寶玉石首飾行業協會發佈的《中國珠寶市場發展報告（2019—2024）》，年輕消費者不再一味追求「大而重」，而是更願意為「小而美」的產品買單。各大品牌順勢而為，推出「小金珠」「小豆子」等「小克重」金飾。

隨着金飾產品創新的邊界不斷外延，生產工藝和設計理念等也在向年輕消費者靠攏。各大品牌與奧特曼、蠟筆小新、哆啦A夢等IP聯名推出的產品備受年輕人青睞。

周大生在2024年底發佈國家寶藏·金文雲錦、非凡國潮·平安泰山、大師藝術珠寶達·芬奇、大師聯名·生肖蛇等全新IP合作項目。

「我們與泡泡瑪特、三麗鷗、哈利·波特、海賊王等諸多年輕人喜愛的IP合作，推出聯名系列。這是針對年輕消費群體的新發力點之一。」周生生相關負責人介紹道。

更願意為「悅己」買單

此外，年輕的消費者們更喜靚古法黃金首飾，甚至不惜排長隊購買。

「我早就看上小號的金剛杵項鏈了，一開始排隊的時候詢問已經沒貨了，但是沒想到進店後店員拿出了一條中號的金剛杵項鏈。很驚喜！雖然超過預算還是迅速就拿下了！」陳女士表示。

以往，長輩們會在新人結婚前購買「三金」「五金」，寓意對新人的祝福。現在，不少年輕的消費者購買黃金並不完全是婚嫁場合，

更願意為「悅己」買單。

除黃金首飾外，更多黃金製品在近年來也獲得了年輕人的喜歡。金箔文創產品、黃金壓歲錢、黃金手機貼、金箔美甲等頻頻「出圈」。

在南京藝術學院設計學院教師樊進看來，「這些背後，彰顯出的是中國青年的文化自信，是年輕人與傳統文化的『雙向奔赴』」。以古法黃金飾品和漢服為例，年輕人關注到的其實還有中國古代紋飾、圖騰、經典符號元素、古代的文化習俗等，比如以前如果提到寶相花、卷草紋、麒麟追鳳這些傳統的紋飾和符號，可能不少人會「一問三不知」，但是現在很多年輕人已經瞭解了它們的寓意，而常出現在古法黃金飾品上的綠松石、瑪瑙、珍珠等飾品，澆鑄、鑲嵌等工藝，也呼喚更多年輕人關注傳統手工技藝。

對黃金投資價格外青睞

除此之外，「國潮」興起和年輕一代日益增長的文化自信，使得融合了中國傳統文化元素的金飾產品也得到年輕消費者喜愛。

另一方面，黃金的避險屬性也讓年輕人對其投資價格外青睞。

潮宏基集團副總裁、潮宏基珠寶總經理蔡中華表示，「顏價比」將成為年輕消費者選擇金飾的重要考量。品牌需提供更多符合當代審美趨勢的產品。其次，「心價比」將成為影響消費者決策的關鍵因素，他們更看重品牌所傳遞的情感價值和文化內涵。最後，「性價比」依然是消費者關注的焦點。

在社交平台小紅書上，「黃金保值」詞條的相關筆記數量在22萬篇以上。「既美觀又可以作為一種投資方式，有需要的時候還可以直接賣出。」這是部分年輕人購買金飾的主要原因。

有觀點認為，從傳統的「圖個吉利」，到如今的「兼顧時尚與投資」，黃金在年輕人心目中的地位發生了變化。這種變化不僅是消費升級的結果，也是年輕人文化認同和理財意識提升的體現。

「年輕人買黃金，既是對個人品位的一份投資，更是對未來經濟環境不確定性的一種未雨綢繆。」大眾報業集團旗下新聞網站信網評論指出，當前黃金市場的熱度不斷升高，年輕投資者要根據自己的風險承受能力，合理配置資產，不要因為市場熱度而盲目跟風。



百花古寺重建落成

2月16日在廣東廣州，有着千年歷史的百花古寺重建落成。百花古寺坐落於廣州增城的南香山東北麓路邊村一帶，其前身是白花書院，始建於東漢明帝永平年間。重建工作於2013年開始。圖為百花古寺舉行落成儀式。

中新社

「港產」大熊貓龍鳳胎 正式在香港海洋公園迎客

16日，剛滿半歲的「港產」大熊貓龍鳳胎「家姐」和「細佬」正式在香港海洋公園與公眾見面。

儘管當日開園時間為當地時間10時，但有不少「大熊貓粉」提前好幾個小時在門口排隊等待。他們中有人拿着大熊貓玩偶，有人身著大熊貓元素服飾，期待第一時間與「家姐」「細佬」見面。排在隊首的市民岑先生6時許抵達現場；被問到「為何如此期待」時，岑先生說：「這對龍鳳胎在香港出生，別有意義，自然要來探訪。」

「家姐」和「細佬」當日與其父母「樂樂」「盈盈」一同見客。10時許，首批參觀人士準時入園。當飼養員把它們抱出來時，引起現場一陣歡呼，不少參觀者直呼「活潑可愛」。「家姐」和「細佬」雖初次線下與公眾見面，但一點也不「怯場」，表現十分活躍。它們時而在樹枝上攀爬嬉戲，時而在鞦韆上玩耍互動；兩隻小傢伙還不時碰碰頭，親暱地蹭來蹭去，萌態十足。

香港海洋公園工作人員表示，由於人數眾多、館內空間有限，園方採取「流水式」入場參觀安排，每位參觀者每次參觀時間約為5分鐘，爭取讓盡量多的觀眾有機會欣賞到「家姐」「細佬」。該工作人員稱，預計每日可接待約5000人次參觀。

中新社

香港「殺房」改「簡樸房」 寬限期或放寬至3年

香港「簡樸房」規管制度方案諮詢期完結，房屋局局長何永賢16日表示，接獲近2200份意見，考慮將改裝寬限期放寬至3年，以及放寬房間的「光井」要求，房屋局爭取今年內立法。

2024年施政報告提出，制訂住宅樓宇分間單位的出租制度，合標單位將名為「簡樸房」。有關標準包括面積、高度、消防結構、通風等，預計最快在今年第四季開始進行登記。

何永賢表示，有意見提及將劣質租房的改裝寬限期由1至2年延長至3年，是可以考慮的建議，時間上能幫助市場，處理租戶搬遷或工程改裝，加上會有更好居所選擇。另外，會考慮放寬對房間面向光井的要求，但強調有一定條件，包括光井不會累積垃圾並可進入清理、空氣流通等。

香港中通社

前海深港青年夢工場基金落地 基金初期規模5億元人民幣

前海深港青年夢工場基金16日在深圳前海正式落地，基金初期規模5億元（人民幣，下同）主要投向戰略性新興產業及人工智能、具身智能、生命健康科技、文化創意、金融科技等領域。

當日，弘毅致遠股權投資管理（深圳）有限公司、深圳前海微眾銀行股份有限公司、深圳市前海金融控股有限公司和深圳市前海夢工場運營有限公司四方簽署戰略合作協議，深圳前海微眾銀行股份有限公司將為夢工場基金所投企業配套提供總規模5億元的意向授信額度支持，並幫助企業申請享受貼息、貼保等惠企政策。四方將充分發揮各自在金融服務和股權投資領域的資源優勢，為前海深港青年夢工場優質企業提供全方位金融支持。

據悉，前海管理局2024年提出打造夢工場「1510」發展模式，將堅持深港合作「一條主線」，構築「1元創新坊」高質量產業空間；出資5億元組建夢工場基金，直面港企港人創新創業最關鍵、最迫切需求，提供強勁動力引擎；還將匯聚「十大創新要素」，供給「10萬平方米產業空間」，打造「創新生態港」。

前海管理局相關負責人表示，前海高度重視香港青年、香港企業在前海的發展，致力於將夢工場打造為具有國際影響力的新質生產力創新創業平台。

中新社

兩位南京大屠殺倖存者離世 在冊在世倖存者僅剩28人

侵華日軍南京大屠殺遇難同胞紀念館2月16日公佈，南京大屠殺倖存者易蘭英、陶承義已於2月15日離世。截至目前，南京市侵華日軍受害者援助與南京大屠殺歷史記憶傳承協會登記在冊在世的倖存者僅剩28人。

中新社報道，易蘭英生於1926年5月4日。1937年，在日軍對南京城的一次空襲中，易蘭英家祖屋不遠處遭炸彈襲擊，因全家躲

避及時才倖免於難。為躲避日軍轟炸，易蘭英全家被迫逃往江寧土橋投奔親戚。

易蘭英回憶：「日本兵到各戶搜查，只要看到青壯年男子就拉出來，先後綁了有七八十人……不久，就聽到一陣密集的機槍聲傳來。聽說那些中國人全被槍殺在一口水塘裡。第二年開春後，我親眼見到人們來到水塘打撈屍骨。」

陶承義生於1936年5月24日。日軍侵佔南京時，他的父親在難民區華僑路被日軍抓走，在漢中門外遇難，時年29歲。陶承義的父親被日軍殺害後，家裡失去了頂樑柱，母親帶着孩子靠做小生意艱難糊口。

陶承義曾痛陳，戰爭毀了他的童年。老人生前常對後代說：「我們過去落後挨打，現在國家好不容易強盛起來，不能麻痺大意。」

已突破115億元人民幣 《哪吒2》全球票房創新高

《哪吒之魔童鬧海》（簡稱《哪吒2》）在全球範圍內掀起觀影熱潮，累計票房（含預售及海外票房）突破115億元（人民幣，下同）。《哪吒2》成為中國電影史上首部票房過百億元、首部單一市場票房過10億美元、首部全球票房超10億美元的非好萊塢影片。

香港中通社報道，《哪吒2》在全球動畫電影票房榜上位列前兩名，成為前三名中唯一的非好萊塢影片，展現了中國電影的強大實力。《哪吒2》有望進入全球電影票房前十。

自1月29日蛇年春節上映以來，《哪吒2》

的票房一路高歌猛進。2月4日，該片創下單日票房超8.6億元的紀錄；2月6日，僅用8天5小時便成為中國影史票房冠軍；2月7日，更是以超67.9億的票房成績刷新了全球單一電影市場票房紀錄，2月13日突破100億元。

在中國國內市場，《哪吒2》得到了觀眾的熱烈追捧，影院紛紛增加排片場次。

在國際市場上，《哪吒2》同樣表現出色，在澳大利亞、美國、加拿大等地上映時，預售火爆，上座率高達90%以上，一票難求的現象屢見不鮮。中國動畫加速走向全球。

《哪吒2》之所以能夠獲得全球觀眾的廣泛認可，一方面得益於其對中國傳統文化的創新性表達，另一方面則是因為其高准的視覺特效。《哪吒2》打破了外界對中國動畫的固有印象，向世界展示了中國故事的獨特魅力。

《哪吒2》的成功，不僅在於票房數字的突破，更在於展示了中國文化的創新與活力、魅力與實力。

《哪吒2》導演餃子（楊宇）強調，中國文化的傳播關鍵在於作品本身，要有能夠打動全世界觀眾的故事和角色。

中新社

特寫

中山聖獅：古村落僑文化煥新「出圈」

時下，在僑鄉廣東中山沙溪鎮聖獅村，百年建築「阮家舊宅」存放的僑胞藏品、華僑老照片被拍攝記錄，通過3D建模在「數字展廳」發佈，成為海外僑胞深深的記憶。

聖獅村開村已有700多年，僑胞眾多。自晚清以來，海外華僑紛紛攜資返鄉，建起了一棟棟「中西合璧」僑房，被形象地稱為「西裝屋」。阮家舊宅建於民國時期，由華僑捐資興建，是當地近代重要史跡的代表性建築。近年，在華僑、歸僑的捐助下，改造修繕為聖獅村華僑展覽館。

「阮家舊宅的外立面融合歐洲古典石柱與嶺南特色趟櫳門，室內保存大量完好的燈影花、木雕屏風等工藝品，是經典的嶺南僑房建築。」電子科技大學中山學院藝術設計學院環境設計系主任阿麗莎說，學院近年來組建「築夢聖獅實踐隊」（以下簡稱「實

踐隊」），開展數字化「尋·展古村落」項目，助推僑鄉文化「出圈」。

阿麗莎稱，阮家舊宅留存着很多僑胞資料和僑捐物品，實踐隊隊員進行精細化拍攝和建模，並對僑文化的相片、字畫等作了數字化的修復。許多海外僑胞返鄉時，不約而同來到這裡，通過「數字展廳」，尋找祖輩足跡和家鄉記憶。

聖獅村海外僑胞約有4500人，比戶籍村民還多。聖獅村相關負責人阮嘉誠說，每年農曆四月初八，「沙溪四月八」民間藝術巡遊活動舉辦，很多海外僑胞捐資家鄉，組團回鄉參加表演。其中，觀演聖獅舞是海外僑胞的重頭戲。

聖獅舞被列入中山市非物質文化遺產的代表性項目名錄，其表演動作呈現覓食、翹羽、展翅、開屏等栩栩如生形態。阿麗莎

說：「我們藉助機器掃描和高清圖片拍攝等技術，對『非遺風舞』的表演細節特徵進行全方位記錄，運用3D建模技術構建鳳凰形象，設計開發風舞的文創產品。」

聖獅村至今還保留有獅山古海遺跡、聖獅正碼頭、百歲牌坊和百年華僑捐資團益公會舊址等眾多古跡。目前，實踐隊正運用三維建模、VR全景、數字學生等技術，將聖獅村歷史久遠的文物建築、民俗文化和僑鄉文化精準記錄和動態呈現。

「在口述史採集、老照片數字化修復過程中，村民們主動分享家族記憶，年輕一代通過短視頻傳播村落故事，文化認同感在實際間自然傳遞。」阿麗莎表示，數字化為聖獅古村落文化提供「雲端備份」，可視化則通過文旅融合、線上展覽等形式，推動僑鄉文化遺產走向海外。

中新社