

3月31日,伦敦金现货突破3100美元/盎司,达到3123.08美元/盎司,日内涨幅1.26%。今年迄今已累计涨幅近18%。COMEX黄金期货一度报3154.3美元/盎司,续创历史新高。实物黄金方面,周大福、周六福、周大生足金饰品价格每克已高达936元,老凤祥、周生生足金饰品价格每克为935元。黄金回收价达到715元/克,金条回收价714元/克。

与此同时,以“闲置黄金上门回收”为业务的帖子也热起来,某商家促销页面上标出本月已有“1898人拨打电话咨询”。扬子晚报/紫牛新闻记者注意到,有家号称“全国品牌连锁实体店铺,黄金回收一站式服务”,特别强调以“良心称重、少一罚百、注意八两秤、遥控秤”。记者致电对方,接线的工作人员称,“黄金回收价格为每克778元,上门回收的目的主要是当面看清成色,还要看黄金实物的品相。”



近日,江苏苏州轨道交通服务集团上线了全国第一家地铁内的社区食堂,乘客不用出地铁站,花20元就能吃上三菜一汤的热乎饭,极大方便了乘客,特别是上下班通勤人群。无独有偶,云南昆明的地铁大食堂也将于4月中旬对外营业,解决城市上班族“没时间买菜做饭”的消费需求。对此,网友们直呼太贴心。

## 当心,「上门回收黄金」藏了这些套路 每克价格为何差了84元?

在南京城南一间品牌打金铺打金多年的资深打金匠徐鹏师傅告诉记者,当天上午就有4位顾客来卖金饰品。徐师傅坦言,“店里收购的金饰品一般都是当面要验成色,如果是9999足金的,每克717元,成色不足,还要打折!”

记者注意到,当日黄金官方回收价是715元/克,但网上收购黄金有商家报的最高价达到了799元,每克相差84元。

“何以有这么高的价差?”知情者介绍,这其实是上门收购黄金的套路。有的黄金买家有意把价格拉高,吸引卖家,当卖家告知买家收购的地点后,买家一般会来几个人,他们围着卖家,东拉西扯分散卖家的注意力,然后乘机把指尖预先涂抹上的机油轻轻抹在金饰品上。用随身携带的小火枪来检验金饰品的成色,黄金的熔点是1064.43摄氏度,小火枪喷出500~600摄氏度的火焰,如果是纯金,烧过的黄金表面还是颜色金黄;但如果机油抹过的黄金饰品一烧后,会在表面留下黑色污渍,于是商家就以“成色不足、品相不好”为理由杀价。

知名互联网专家、网经社中国电子商务研究中心特约评论员郭涛表示,消费者想把闲置黄金卖给回收店家时,要注意以下几点:一是选好回收渠道,银行、品牌金店和有资质的大型回收公司,流程规范、信誉好,是较好的选择;二是了解市场行情,避免因信息差被商家低价收购;三是保留相关凭证,购买黄金的发票、证书等能证明黄金的来源和纯度,回收时可增加议价能力,保障自身权益;四是监督检测称重,要全程关注商家检测和称重的过程。

来源:扬子晚报

## 地铁食堂火了,带来哪些启示?

据报道,地铁食堂运营十分精细化:拒绝预制菜,透明厨房直播,滚动播报食材价格,营业时间“早7晚10”……食堂盘活了地铁车站里冷冰冰的角落,把闲置的站厅变成了充满烟火气的服务场所,吸引了众多网友前往打卡,地铁里每天挤满了前来吃饭的人,被赞为“不愧是真正的‘一公里’服务”。

这一举措是轨道交通企业创新车站商业模式的一次有益尝试。事实上,车站商业收入有限,一直是很多城市轨道交通企业的短板。根据中国城市轨道交通协会资源经营专业委员会去年编制的《城市轨道交通资源经营年报(2023)》,2023年,全国城市轨道交通资源经营总收入为611亿元,其中车站商业收入只有12.26亿元,商业面积为153.2万平方米。

对于城市轨道交通企业而言,其收入除了票务收入和相关补贴之外,资源经营收入来源有两大方面,一个来源是以公共交通为导向的物业开发模式,另一个来源则是“广通商”模式,即包括物业租赁及管理、车站商业、传媒广告以及信息通信等多个方面。在“广通商”模式中,车站商业收入仍为各项目中最少。城市轨道交通车站内商业设施的不足,不仅制约了企业收入,也使得消费者感到不便,正因如此,城市轨道交通企业有必要拓展车站商业的经营模式,增加车站商业的收入。苏州轨道交通相关负责人称,“我们还有4个项目,今年将统一完成改造,通过商业上的增量,反哺地铁线路建设费用。”

不过,在城市轨道交通站点,车站商业设施也不是越多越好。一方面,车站商业的设立需要考虑到运输安全因素,确保站点内的消防安全以及人流畅通,另一方面,尽管城市轨道交通每日客流量高,但是消费者在车站内停留时间也短,特别是通勤族,不同站点、不同时间的客流构成往往也有区别。进站刷卡闸机不停滴滴作响,并不意味着车站商业设施一定也会生意盈门。

换言之,城市轨道交通运营企业要拓展车站商业,需要在确保交通安全和运输效率的前提下,切实了解消费者的实际需求,打造“轨道+消费”的经营模式,寻找并引入适合车站条件的消费业态,增加消费体验感。在具体操作中,针对轨道交通乘客消费需求的多元化形态,不同线路、不同站点可以因站施策,在形成品牌化、标准化、系统化经营方式的同时,也要避免车站商业“千站一面”。

来源:工人日报



南京一金饰品柜台,店员正在摆放饰品

范晓林 摄