

回购条件很严 变现规矩挺多

黄金价值飙升 变现难



近一段时间,黄金价格屡创新高。不过,当一些投资者准备将手中黄金变现时却发现,由于当初对回购环节了解不足,结果因保管不当,导致回购受阻,增加变现成本。

调查:售卖黄金打埋伏,顾客变现遇难题

几年前,家住朝阳区的郭女士从银行陆续购买了几块小金条。最近,看到金价不断上涨,萌生了变现的念头。然而,咨询银行后才得知,想要银行回购金条不仅需要当年的购买凭证,而且要求包装完整。当初,郭女士购买金条时,并不清楚这些要求,部分金条扔掉了包装。“从目前咨询的情况看,没有了原包装可能无法通过银行回购,要想变现,只能找其他回收渠道,回收成本肯定会增加。”她无奈地说。

记者从多家银行了解到,如今,购买实物金条相当便捷,很多银行都支持从网上银行直接下单,且能免费送货上门。有的银行也可预约附近网点就近提取。可是,当投资者有变现需求时,不同的银行都有各自的回购门槛,而且都会收取一定的手续费。可是,很多银行并不会在金条产品的网购页面中进行明确说明,而是需要投资者自行了解。

记者随机查询了三家国有银行的APP,仅有一家银行在售卖的投资金条“产品详情”页中列明了回购条件。根据“回购说明”,金条回购时,不仅要求具备销售凭证,还要确保金条包装、收藏证书完好。回购价格是

该行基础金价减去3元/克。如发现金条包装有破损,号码不一致的或没有持有银行相关销售凭证的,则无法办理回购业务。此外,记者注意到,该行同时代销售有第三方公司的金条,对于这部分产品银行并不提供回购服务,而是需要找供货的第三方公司进行回购。

其余两家银行,其中一家在投资金条的产品详情页中仅标注了“支持回购”,但具体回购条件需要消费者拨打客服电话详细询问;另一家银行在投资金条的产品购买页面中,甚至找不到有关回购的任何信息。记者分别致电这两家银行的营业网点,工作人员告诉记者,如果是投资用,建议购买“积存金”,也就是不提取实物金条,而是由银行免费代保管,这样将来随时可以变现,也没有什么门槛。如果要提取实物金条,将来只有部分网点才提供回购业务。如果拆了包装、证书丢失,或者金条有明显磨损的,都有可能影响回购或者增加回购的手续费。

案例:约定回购未兑现,起诉银行讨公道

现实中,也确实存在投资者因金条无法回购与银行发生纠纷的。在一起消费者起诉某银行的买卖合同纠纷案中,原告王先生按照银行官网上贵金属交易的回购流程,预约好了回购时间。但当王先生到指定回购网点办理贵金属回购业务时,银行工作人员看过王先生的金条后却表示拒收。王先生不服,将银行诉至法院。

诉讼中,王先生拿出购买时的订单截图、交易明细以及电子发票。银行表示不能回收的理由是金条表面有明显划痕、破损且外层的防伪袋丢失,无法证实这一金条确系当初王先生在该银行购买的金条,存在伪造的可能性。

经过法院调解和双方协商,王先生承认因自身原因保管不当,造成金条表面及包装破损,自愿申请撤诉。

法官:回购变现有风险,银行事先应告知

朝阳法院法官助理赵炳晴说,一些投资者偏好将实物黄金作为家庭资产配置的工具,更多关注的是黄金的投资端,对回购变现风险了解不足,导致在黄金回购过程中产生纠纷。

当投资者从银行渠道购买实物黄金时,买前应着重了解贵金属回购的规则和法律条款。实践中,一些银行只有部分网点提供回购业务或只回收本行出售的贵金属;还有一些银行只为第三方公司提供金条代销售业务,而不提供回购业务。消费者在进行贵金属投资时,一定要详细了解银行是否提供回购服务,对于可能影响回收的票据、包装等要妥善保管,避免丢失毁损;对于实物金条更应妥善保存,避免磕碰、划痕。

赵炳晴表示,银行方面在制定贵金属回购格式条款时,对客户权益有重大影响的条款也应予以重点提示和告知,并在客户购买和持有期间,以公开、易查询、可理解的方式将回购流程告知客户。

提示:线上黄金交易“踩坑”风险较大,投资者要慎重选择

由于银行等正规渠道黄金兑现设有门槛,一些网络社交平台纷纷出现“黄金回收”的业务,甚至宣称提供上门回收服务。对此,赵炳晴表示,从事黄金回收业务需要有特定的营业执照和经营许可证。线上黄金交易“踩坑”风险较大,投资者要慎重选择。

(北京晚报 张 蕾)

买野营帐篷看清等级

夏季,户外露营成为很多消费者休闲旅行的新选择。近日,陕西省西安市市场监管部门发布消费提示,提醒广大消费者在购买天幕、帐篷等户外用品时,应根据自身消费的实际场景、环境需求进行选择。

市场监管部门提醒消费者,选择正规的品牌专营店、商超、电商平台等渠道购买,综合考虑商品的性价比;购买时应查看吊牌及耐久性标签信息,吊牌信息一般应包含商标、中文标注的厂名、厂址、产品名称、执行标准,耐久性标签信息应包含纤维成分及含量、型号规格、洗涤方法等。

在购买前要仔细检查产品状态,查看产品是否有色差;表面部位有无明显斑点、破洞、分层,拼接处有无脱胶、起泡等现象;缝接处是否有脱缝,缝线是否有脱散;扣子、拉锁和装饰性的小物件是否缝制牢固等。GB/Z227735-2022《野营帐篷》对零部件提出了相关要求,如拉链的拉头与链牙及布带不应该为同一颜色;门上的拉锁应配有双拉头等。

消费者应根据自身消费的实际场景、环境需求选择户外装备,主要比较



商品的防水、防紫外线、速干、透气、型号尺寸、便携度及适应人群等指标。

GB/Z227735-2022《野营帐篷》将野营帐篷性能等级划分为3类,等级不同,防水、耐用性能也不同。1级适合不经常使用和短期使用,尽管具有防雨性能,但此类帐篷主要在晴好天气下使用,如夏季周末野营临时用的帐篷;2级适合一般天气条件下使用,如较差天气条件(潮湿多风),不适用于极端或山地条件;3级适合所有天气条件,如登山、探险、滑雪或扩展家用。

在防紫外线选择上,可查看UPF

数值。UPF指的是“皮肤无防护时计算出的紫外线辐射平均效应与皮肤有织物防护时计算出的紫外线辐射平均效应的比值”。UPF值越高,说明紫外线的防护效果越好。但国家标准中纺织品的UPF值最高的标识是50+,也就是UPF>50。

考虑防水性时要关注产品的涂层,目前最常见的是PU涂层,PU值越高防水性能越好。不过,即使是有防水作用的户外产品,也不建议在大风大雨等恶劣天气时使用。

(中国消费者报 徐文智)

女性健身成消费新热点 运动产品需求多元化

近年来,随着女性自我意识和自我价值感的不断提升,悦己消费和自我提升类的消费正在成为女性群体的新宠,图书阅读、在线课程、运动健身等领域都能见到女性消费者活跃的身影。在这股消费潮流中,与健康、塑形紧密相关的运动健身更是成为新的消费亮点。

据国家体育总局发布的《2023中国健身行业数据报告》显示,女性健身消费者占比达到55.41%,她们已经成为健身消费市场的主要力量之一。这一趋势不仅反映了现代女性对于健康生活的追求,也展现了她们在消费领域的独特选择与偏好。

现阶段,女性运动场景呈现出多元化的特点。除了传统的跑步、游泳等运动方式外,瑜伽、健身操、普拉提等轻量级的运动方式也受到了女性消费者的青睐。这些运动不仅能够帮助女性保持健康的生活状态,还能让她们在繁忙的工作和生活中找到放松与平衡。同时,越来越多女性参与到羽毛球、飞盘、徒步、骑行等团体运动项目中。这些活动不仅满足了女性对运动的需求,也满足了她们的社交需求,让运动成为连

接人与人的桥梁。

体育运动项目的火热,也带动了女性运动产品消费的增加。以加拿大运动品牌lululemon为例,其2023财年财报显示,公司在全球范围内的净营收实现了显著增长,其中中国大陆市场的净营收同比增长更是高达67%。这一数据充分说明了女性运动产品市场的巨大潜力和强劲增长势头。

在女性运动产品消费需求日益多元化的背景下,运动服饰的材质和舒适度成为消费者关注的重要方面。女性消费者对于运动服装的要求不仅在于美观和时尚,更在于其贴合身体结构、强包裹性但不紧绷、面料柔软顺滑、整体轻便舒适等特性。这些高品质的运动服饰不仅能够帮助女性更好地投入到运动当中,还能提升她们的运动体验。

未来,随着女性消费观念的进一步升级和健身市场的不断发展,女性运动产品市场还将迎来更多的机遇和挑战。相关企业 and 品牌需要紧跟市场变化,不断创新产品和服务,以满足女性消费者日益多元化的需求。

(中国商报 常天怡)

个性化定制、AR试妆 前沿技术为美妆科技产品赋能

从产品研发到爱美者体验,科技创新正在全方位地重塑美妆行业的面貌。AI、大数据、AR试妆、3D打印等前沿技术的应用,不仅提升了产品开发的效率和精准度,也为人们提供了更加个性化和便捷的服务体验。

近年来,中国美妆行业蓬勃发展。亿欧智库发布的《中国美妆科技创新应用研究报告》显示,全国化妆品零售规模以6.7%的年复合增长率持续增长,预计到2025年将突破4718亿元。这一增长与前沿技术的不断更新息息相关。

大数据、人工智能、虚拟现实等先进技术的深度融合应用,标志中国美妆行业正式进入科技时代。传统的美妆产品和服务正在被智能化的新产品、新技术所取代,人们的需求和体验也因此得到了更妥善的满足。

在数字化与智能化技术的应用下,数字化美妆与智能美妆工具成为热门话题。面部结构分析、产品专属定制、虚拟试妆服务等数字化美妆应用受到关注。目前,市场上智能化妆镜、智能美妆盒,以及多种类型的面部美容仪器等智能美妆工具,为人们提供了高度定制化的美妆服务与皮肤问题的靶向管理。

例如,在彩妆领域,先进的面部结构分析技术,结合肤色匹配系统,已经能够实现为消费者提供从色彩选择、形态质地到产品香气、外观设计等多维度的个性化定制服务。而在护肤领域,则能够基于精准的基因评估和皮肤诊断,定制出针对性的护肤功效、护理



方案,并延伸至肤感体验与包装设计的个性化定制。“个性化定制服务”这一趋势的兴起,无疑是对追求独特个人风格与价值观的极致满足,使美妆体验更加贴合每个人的个性需求。

未来,AI技术在美妆行业的应用日益广泛,通过AI算法,品牌能够更精准地分析“爱美人士”的新需求,预测市场趋势,甚至实现个性化产品推荐。值得关注的是,AI还能够辅助化妆品配方的开发,提高研发效率。

面部分析、虚拟试妆、智能美妆……未来,AR技术的应用将为人们提供一种全新的试妆体验。通过AR试妆,你可以在不实际使用产品的情况下,预览化妆品在自己脸上的效果。

3D打印技术在美妆行业的应用,使得个性化定制产品成为可能。爱美人士可以根据自己的需求和喜好,定制独一无二的化妆品。

此外,随着人们对环保和可持续发展的日益关注,绿色科技在美妆行业的应用也越来越多。从环保包装到天然成分的研发,绿色科技不仅满足了健康和环保的需求,也体现了美妆品牌的社会责任。

(北京青年报 陈 斯)