



3月31日，黄金价格一度突破3100美元/盎司，再创历史新高。2024年以来，国际金价至少40次打破历史纪录，“打金”和黄金一齐步入热潮。预约已逐渐成为上海打金店的规则，多名打金店店主称，工作日最好提前一天预约，周末则建议更早预约。

和品牌店不同，在打金店，黄金显露出它最本质的价值。无论旧金饰是什么款式、承载着什么记忆，或干脆是经济属性强烈的金条、金豆豆，唯一重要的是克重，它们都会被熔化为液体，再经过加工，变为新的首饰。店内的票据上，大多记录着几项数据：来料克重、成品克重、损耗及工费。在打金分享、避雷等社交平台内容中，人们讨论着纯度变化、损耗等情况。最终，打金的优势被浓缩为“性价比”。

新的渠道互联网也与打金发生了碰撞。打金师傅尝试接触互联网，在上海开店10年的查代星，通过社交平台，成为网红“查师傅”，他最大的标签是经验，23年金工师傅。互联网浪潮下成长的人也开始接触打金，“90后”李晶两年前开设了“周末打金”首店，通过社交平台“引流”，每天都有人在网络上观看店内打金直播。

然而，随着金价波动，以“性价比”为特色的打金店，是否会与黄金一同经历震荡？打金热究竟只是短暂的潮流，抑或是找到契机，发展出新的生机？几名打金店店主试图给出他们的答案。

黄金热潮下的打金人

老师傅成网红 请来高校教师与店铺合作

01

在网络上走红的老牌打金人 可私人定制也可“立等可取”

查代星在上海鄂尔多斯广场开店已有10年，入行则更久。在过去，他或是珠宝加工厂工人，或是店内师傅，为其他珠宝从业者供货。2015年，他即便拥有了以自己姓氏为招牌的“查师傅金工镶嵌”店，也以向同行供货为主。

2021年，查代星在朋友的建议下，拍下了第一段短视频并发在社交平台上。此后，消费者个人直接定制金饰，成为“查师傅金工镶嵌”的新模式。到今天，他的打金店内，个体消费者订单已经过半。

查代星的店铺开在鄂尔多斯广场，是上海打金聚集地。过去，这儿是上海阿姨们的淘金地，而随着在社交网络上走红，年轻人变多了。记者看到，在查代星的店里，一名老人走进来说，是孩子们选中了这家店，已经提前在线上和师傅预约了。

不久后，又有一名年轻男性进店，说要把几个月前打好的金首饰再换个款式。“我这换个款式要工费，但金价涨了，其实我还赚了。”年轻人说。

还有两名顾客并未来到现场，而是直接在微信上与查代星沟通。他们都是特殊定制，一个人发来了一张游戏截图，希望能定制出角色的头冠；另一人则是发来了一张明星结婚照，希望能在金币上雕刻同款人物图像。查代星不知道这是什么游戏、什么明星，不过，他店内的师傅可以通过照片完成3D建模，在买家确认后，制作模型，加工完成定制。

但查代星观察，店内最流行的款式，还是古法素圈。这是手镯中的基本款，不用建模，没有纹路，工费相对便宜，整体简洁耐看。在查代星看来，款式并非主要影响因素，放心、性价比高，

才是选择打金的主要原因。“当面看打金，不用担心被换金、偷金。能做成首饰，但算上工费，还比品牌店便宜。”在查代星的店内，打金过程产生的损耗，将以金豆子等形式补给客人，而损耗的金粉则会被回收。

“立等可取”，这是打金行业店铺的特点。大多数情况下，打金能在当天完成。十来平方米的铺面内，有一张供顾客等候的沙发、一个展示样品的柜子。除此之外，都是加工区域。

一名女性顾客时而坐在沙发上，时而凑到工作台边，观看打金进度，她正在等候自己的卷草纹手镯。这已是查代星当天的第三单生意。查代星介绍，店铺往往在上午9点30分开门，下午6点关门，但近年来顾客多、排单多，会延长收工时间，“前两天一直到晚上12点多才回家，两个师傅在这儿，也忙不过来”。

02

打造年轻化“黄金衣橱” 请来高校教师任技术总顾问

2023年，李晶把打金工作室“周末打金”搬离了上海豫园一带，改为开在黄浦区申报馆楼里。离开了打金聚集区，又在写字楼里，她的客源最初几乎完全来自线上。如今，“周末打金”的账号在社交平台上已经有2.7万名粉丝。

2025年，在人民广场附近的兆丰广场里，李晶主理的“周末打金”开启了第二家店，比起首家工作室的规模，这一家面积多了四五十平方米，整体结构仍然不变，包括等候区、加工区和办公区。

两面墙，一面挂着139张照

片，全是店内的款式。李晶说，店内每个月都会推出5至10款新款，主打“千元级轻奢黄金”。在她看来，打金消费者追求的是有性价比的新鲜感，有顾客每过一两个月便会来重新换款，“这就像买衣服一样，总会有看厌倦了、想要新的时候”。而打金店，则被她比喻为“黄金衣橱”。

另一面墙上则是荣誉证书，大多属于沈荣锋，店内的年轻店员称呼他为“沈总”。沈荣锋是李晶的老师，也是不少店员的老师。公开资料显示，沈荣锋在一所高校任职珠宝产业学院院长。

李晶告诉记者，自己邀请沈荣锋合作，如今由沈荣锋担任品牌技术总顾问。他为团队制定工艺标准，也会将錾刻、错金等技法纳入培训体系中。据李晶透露，团队核心成员的月收入可达万元。

“年轻化”是“周末打金”的一大特征，除了款式多样、新鲜，团队也整体年轻化，大部分为年轻人，部分来自校企合作。李晶解释说，在技术学校内，尚未有专门的“打金”专业，珠宝设计专业学生有金工操作经验，并学习设计审美，学生们经过培训后参与工作，目前主要由校方推荐。

03

线上线下融合 让传统金艺在当代消费市场焕发活力

入局者越来越多。记者注意到，在短视频平台上，出现了不少关于“打金培训”的机构账号，多成立于2022年、2023年，甚至有“珠宝短视频营销”的账号，部分培训机构发布的视频标题包括“2万元开打金店花小钱干大事”“40天小白零基础学打金”等内容。

查代星不认为简单的培训就能入行。根据他的经验，困难的并非某个步骤，而是经验积累，包括对细节的处理、对材质的判断等。如今，他的店内共有3个师傅，每个师傅都会接触全

套流程，这是查代星自己的成长路径。不过，这不算行业常态。

来到上海之前，查代星在广东多个珠宝工厂工作，价值高昂的黄金饰品，同样是流水线产品，制作金饰的工艺被拆分成细节步骤，不同的工人负责一项，专职喷砂、篆刻等，有时，复杂的篆刻内容也被拆解成几步。他记得，那时，技术来自境外，每个区域总有一名师傅带教。“单学一个步骤不难，几天下来，就能操作了。”

李晶也认为，找到一名熟悉全套流程的打金师傅并不容

易。比起年轻人，年长的师傅们会在技艺上更成熟。“我们现在是‘双轨制’人才梯队，外聘资深工匠专攻复杂工艺，年轻团队主要负责设计研发与标准化生产。”

在李晶看来，“古法工艺是根，年轻化是翼。我们不做‘大而全’，而要成为黄金界的‘小众设计师品牌’”。

如今，“周末打金”团队分为线下、线上两部分。未来，李晶计划进一步联合高校开设非遗工艺选修课，并推出定制化服务，“让传统金艺在当代消费市场持续焕发活力”。（红星 陈馨懿）