

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布在社交平台上。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,也会将篆刻、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

线下线上融合 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。

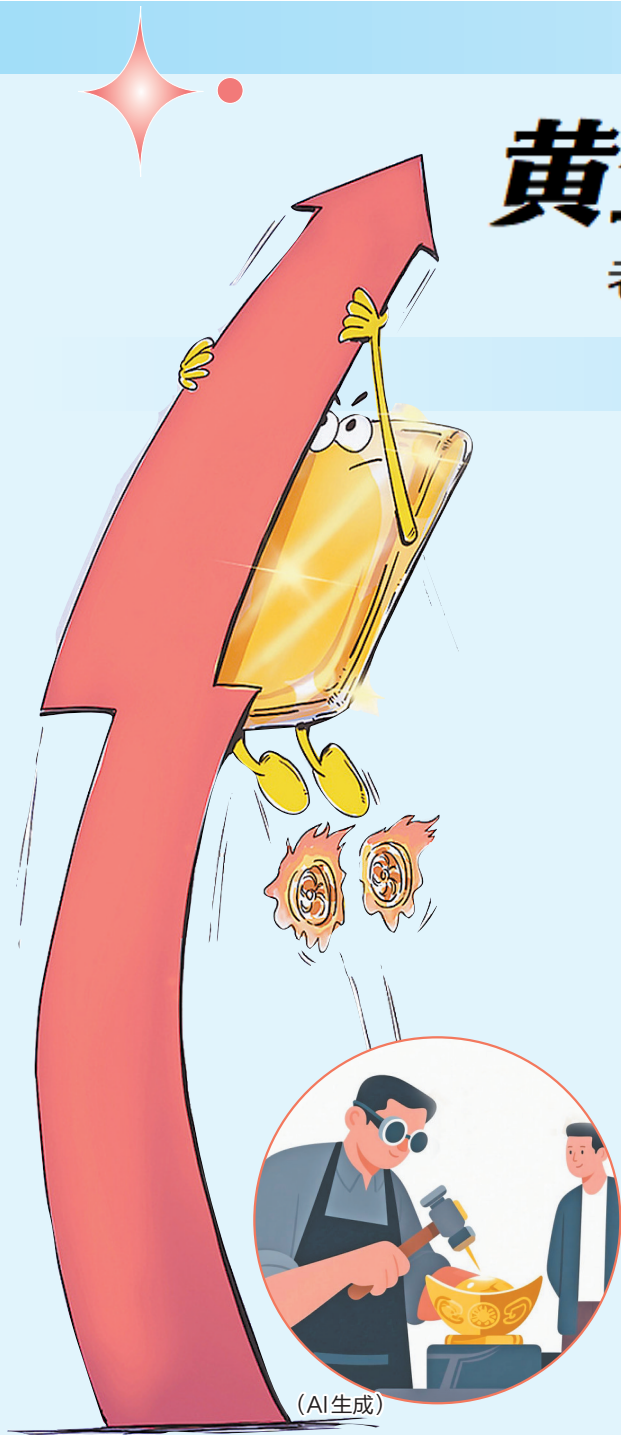
来到上海之前,查代星在广东多个珠宝工厂工作,价值高昂的黄金饰品,同样是流水线产品,制作金饰的工艺被拆分成细节步骤,不同的工人负责一项,专职喷砂、篆刻等,有时,复杂的篆刻内容也被拆解成几步。他记得,那时,技术来自境外,每个区域总有一名师傅带教。“单学一个步骤不难,几天下来,就能操作了。”

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)



(AI生成)

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。