

# 龍年產品熱銷 金飾現斷貨潮

## 紀念幣鈔全民瘋搶 「搶龍茅比中彩票還難」



熱點追蹤

與其他生肖相比，中國人對生肖龍有特殊的情懷。龍年未到，各種龍的生肖產品已經「抬頭」。「龍茅」、「龍鈔」、「龍年金飾」被瘋搶。雖然「龍茅」生肖酒的市場價格已從最高每瓶約8000元（人民幣，下同）回落至不足4000元，但「搶一瓶『龍茅』比中彩票還難！」濟南的林先生表示。多款龍年黃金產品，因其承載着美好寓意也出現斷貨潮。有業界人士發現，年輕群體正成為購買黃金產品的新勢力。

大公報記者 丁春麗

在「茅台」平台，53度500毫升規格的「龍茅」單瓶零售價為2499元；53度375毫升規格的「龍茅」每盒兩瓶零售價為3599元。自1月6日「龍茅」正式發布，每天平均有600多萬人在線申購。上述提及的林先生，去年靠着「持久戰」，一家人搶到了4瓶「免茅」。林先生的兒子屬龍，全家人今年目標一致想為他多搶幾瓶作為紀念，投資、收藏兼具。自「龍茅」發布，他們一家人就用四個賬號在「茅台」申購，該平台每天上午九時到十時可以預約申購。他們每天準點申購，但始終未能如願。

### 生肖酒售價幾百元到數千元不等

「龍茅」為今年白酒生肖酒打頭陣。五糧液、瀘州老窖、洋河、古井貢、劍南春、捨得等酒企相繼推出龍年生肖酒，價位從幾百元到幾千元不等。其中，五糧液推出的一款龍年生肖酒，500毫升裝店鋪標價3199元。

其實，茅台2014年首次推出「馬茅」生肖酒，之後每年都推出當年生肖酒。記者在一家淘寶商家查閱發現，「羊茅」、「馬茅」的價格最經得起「考驗」，「羊茅」每瓶售價最高達到31999元；「馬茅」售價21999元；「猴茅」售價為5589元。虎、牛、鼠、雞、狗、豬年的生肖茅台價位約在3500至3800元左右。而去年上市的「免茅」價位為3009元，剛新上市的「龍茅」價位也回落至3598元。

酒水行業研究者、山東省個體私營企業協會酒業分會秘書長歐陽千里分析稱，「馬茅」和「羊茅」推出時白酒消費正處於低谷，「馬茅」和「羊茅」產量有限，分別為350噸、250噸左右（茅台官方未發布準確產量），其收藏價值主要體現在產量少、稀缺以及紀念意義。但從2016年起，茅台加大了相關產品的供應量，也是其後的「生肖茅」價格不及「馬茅」和「羊茅」的原因。

在歐陽千里看來，大部分生肖酒只是酒企的一種節日促銷產品。消費者可以將其作為一種文創產品，增添節日氣氛。他又從「龍茅」產量應不會低於「免茅」角度判斷，認為「龍茅」合理的市場價應該在3000元左右，所以其價格下滑也在情理之中。

「龍年紀念幣鈔發行量均過億了，我還是沒有搶到。」選擇搶被稱為開年頂流的龍年紀念幣鈔的上海徐小姐吐槽。目前，「龍鈔」也達到全民蹲守搶的高度，其在二手市場上的流通價格已平均上漲了50%左右。

### 年輕群體購買熱情高漲

過年買金飾！淘寶天貓年貨節上，龍年轉運珠、龍年金條、龍年金手鐲等搜索量三位數飆升。記者在周大福、老鳳祥、中國黃金等品牌金飾櫃檯上看到，龍年生肖黃金飾品「龍」味十足。在濟南恒隆廣場周大福首飾店，珠寶顧問張曉霞拿着一款龍年「龍舟三合」黃金轉運珠介紹，龍舟之上，鼠、猴同船，寓意順風順水。美好的寓意，再加上1500至3000元的定位，讓這款龍年產品走紅。龍納百福吊墜、升龍團佩、金龍獻瑞金條等黃金產品，雖然定價上萬元至十幾萬元不等，但依然銷售火爆。

張曉霞透露，進入元旦之後，生肖龍產品銷售非常好，近期金飾價格在600元以上（每克），但消費者的購買熱情沒有減退，不少產品已斷貨。同時，年輕群體正在成為購買黃金產品的「新勢力」。



▲周大福「龍鳳呈祥」金條。

大公報記者丁春麗攝



▲濟南恒隆廣場周大福首飾店，店員正在為顧客介紹黃金飾品。

大公報記者丁春麗攝

▲貴州茅台預計，2023年實現營業總收入約1495億元人民幣，同比增长約17.2%。同時在2024年可供銷售的茅台酒量，約為4.2萬噸（來源於2020年產能）。



### 茅台歷年生肖酒價格

生肖酒	元人民幣
龍茅	3500
兔茅	3009
虎茅	3599
牛茅	3489
鼠茅	3399
豬茅	3999
狗茅	3749
雞茅	3499
猴茅	5589
羊茅	31999
馬茅	21999

▲2014年起，茅台開始為農曆新年推出生肖酒，今年甲辰故有「龍茅」。

▲品牌「王的手創」推出的龍年生肖文創鯉魚燈籠、龍頭帽。



## 文創店十年最旺 逾千繡娘加班加點

### 國風文物

「我們龍年的文創產品賣爆了！」杭州文創品牌「王的手創」負責人王丹青告訴記者，這是品牌成立十年來最忙的一年，也是產品賣得最好的一年。龍頭帽、鯉魚燈、布偶龍、東方青龍香囊、甩甩龍、龍鳳呈祥首飾盒、龍年耳墜……產品多採用手工刺繡。因為產品都是手工製作，供不應求，位於貴州、雲南、湖北等地的一千多位繡娘都在為她加班加點趕工。

### 線下線上銷售齊頭並進

自去年5月，王丹青已開始陸續設計生肖龍的系列產品。甩甩龍是一款手工刺繡的手舞龍綵帶傳統國風玩具，自上市以來已售出2萬多件。去年底剛推出的鯉魚燈和龍頭帽，上架月餘就分別售出1萬多件。她設計的

龍圖像有點憨呆，萌萌的，並透過另一種形式讓顧客把文物帶回家。其中，龍頭帽的創意來源於大英博物館的特展，深紅色的提花棉布為底，面首則是喜慶的中國紅，每件龍頭帽採用5種以上針法，均來自繡娘們30年以上的經驗。龍年戴龍帽，更是寓意鴻運當頭。

王丹青從馬年開始做生肖文創，其產品還受到了博物館、文創館、書店，以及企業的歡迎，線下、線上銷售齊頭並進。「大家對於有情感的、美的文創產品越來越捨得為之花錢，這是一個大趨勢。」王丹青感覺一年比一年好。2017年，王丹青又以手作DIY切入市場，上述所有產品均可以實現親手製作。這讓客群既享受手工製作的樂趣，還激發了成就感，又緩解了客群快速擴大與手工藝品生產能力瓶頸之間的矛盾。

## 拜年漢服成新年貨 年輕消費者青睞

### 限定款式

龍紋新中式兩件套、登雲龍明制馬面裙……各種含有龍紋的「拜年漢服」也成為熱銷款。淘寶服飾行業小二房豆表示，漢服從小眾圈子走向了日常生活，在過年前夕迎來了爆發式增長，成為當代年輕人新年貨。相較往年，漢服以及改良漢服商家的銷售數據增幅有些甚至超過1000%以上。

進入1月以來，淘寶上「新中式」、「宋錦」的搜索量分別環比暴增683%和2058%。「登雲龍這款馬面裙太適合龍年穿了，紅裙金龍，正好當做拜年服。」濟南高小姐早就在挑選拜年新衣，最終選定了織造司的一款帶有龍元素的馬面裙。織造司、十三余、七月夕等淘寶服飾原創華服商家，也都推出了龍年新春限定款。

### 紅內褲銷量同比增長三倍

房豆介紹說，龍元素不僅大量體現在漢服、「新中式」服飾，還有一些休閒類、潮流類的服飾。相比前者，後者商家還會把龍元素可愛化、活潑化，更受年輕消費者青睞。另外，屬龍的消費者還早早添置了紅內褲，淘寶上「紅內褲」的銷量同比增長了300%，紅色衛衣、紅色毛衣、紅色大衣等也銷量高漲。

►登雲龍明制馬面裙成為很多年輕人的拜年服。



## 龍型手工食品日銷數千個 常常忙到半夜

### 百年傳承

花饅頭是山東膠東地區節慶必不可少的民俗食品。經過數百年的傳承，將一塊普通的白麵捏塑成不同的造型，簡單的大棗饅頭已演變為龍、虎、花、鳥、魚、蟲等形狀不同的花饅頭，兼具食用性和藝術性。「我們龍造型的花饅頭每天銷量幾千個，大訂單都不敢接了，實在做不出來了。」山東威海蒸月初捌食品負責人張亞飛表示，僅是兩三千箱的訂單已經發走了兩批，近日還有幾千箱訂單即將發走。

### 「龍饅頭」工藝繁瑣

威海文登被譽為「花饅頭之鄉」，花饅頭年產值約4億元（人民幣，下同）。張亞飛介紹，今年推出的三款「龍饅頭」，價格定位在138元、128元、68元。其中一款主打的「龍饅頭」內藏8個「元寶」，另外一款是一條龍盤在平安圈上寓意平安喜樂。由於「龍饅頭」工藝繁瑣，有時候需要四到五個人一起做一條龍，有人搓龍身，有人做龍鬚和龍鱗。

張亞飛認為，畢竟龍年在國人心中更加隆重，今年「龍饅頭」訂單更多。自11月份開始備貨以來，她每天從早上7點忙到夜裏12點，甚至半夜才能回家。



▲山東威海文登的「龍饅頭」很受市場歡迎。