

商家資質不足。

規避措施:選擇有正規營業執照、 口碑良好的租賃平台,查看平台

風險2

押金金額過高或

被無故剋扣

再低價售賣」的套路,押

金盡量選擇信用免

規避措施:簽訂租賃合同時亦要

明確租金標準、押金金額及退

環條件; 拒絕「先交高額押金

資質及用戶評價;簽訂詳細

租賃合同,明確金飾真

偽檢測方式

風險3

損壞責任界定

金飾租用後損壞或

丢失;損壞責任界定不清

標準,必要時購買意外險; 租

賃時核對金飾編號、重量

外觀並拍照留存,明確

「以前結婚買金,現在結婚租金。」在社交平台上,這樣的玩笑如今越來越真實。在金價高 企與現實經濟壓力的雙重夾擊下,年輕人結婚不再迷信「真金白銀」的永恒,轉而追求更清 醒、更具性價比的「三金」消費。曾象徵着財富與誠意的婚禮「三金」(金戒指、金項鏈、金 手鐲),正被年輕人重新定義:可以租、可以折現,甚至可以「假裝有」。在高金價與務實需 求的碰撞下,年輕人的「平替哲學」正延伸到婚禮消費領域:讓儀式感不綁定沉重成本,讓傳 統習俗適配現代生活。 ●香港文匯報記者 曾萍 廣西報道

花小錢也可撐

有租賃平台今年訂單增近40% 熱門款檔期須提前一個月預訂

■ ■婚嫁黄金租赁 * 猪牌龙凤镯都可以 租!!

●社交平台某家珠寶店提供的黃金租賃服務。

#令人心动的爱情瞬间 @ 原伟兴珠宝

網絡截圖

關於誠意、體面與務實精神的觀念交鋒。

一方面,對傳統派而言,「三金」不僅是一份儀式,更 是婚姻承諾的象徵——真金白銀代表着誠意、體面與保 在社交平台上, 與瑤瑤持相同想法的網友不在少數, 他們 物,也希望男方能按金價折算現金交由女方支配。在他們 看來,「租」或「假」的金飾欠缺誠意,不體面,也違背 了傳統中「金飾見情意」的象徵。

高位波動的金價不僅考驗着新人的錢包,更引發了一場

另一方面,越來越多年輕人正在以務實姿態重新定義婚 禮中的「金色浪漫」。面對動輒上萬元的金飾,他們開始 反思這場傳統消費是否仍有必要。

真正的誠意不在克重而在心意

即將於明年初結婚的「準新娘」小熊(化名)就是其中 之一。面對金價破千,她和未婚夫決定不再「硬買」,而 選擇租賃。「我們經濟並不寬裕,婚禮當天用金飾只是為 了給長輩和親友一個交代,之後也不會再戴。|她說,自 己已在多個租賃平台比價,希望找到信譽好的商家。對她 而言,租金只是「儀式感成本」,而不是「經濟負擔」。 廣東的賴女士更靈活,選小克重真金日常佩戴,婚禮龍鳳 褂搭配網購仿真款。香港文匯報記者注意到,在內地社交 平台上,高仿、金包銀金飾租賃更因低價走紅。

如今,「金價太高不如折現」「婚禮只需形式感」的聲 音在年輕人中愈加普遍。一端是傳統觀念裏的「真金才體 面」,一端是新世代的「務實更重要」。在這場觀念碰撞 中,沒有對錯,只有選擇。正如一位網友所言:「金子有 價,婚姻無價。真正的誠意,不在克重,而在心意。」

2025年10月,國際黃金市場迎來歷史性突破,現貨黃金價格 一度站上3,980美元/盎司, COMEX黄 金期貨更衝至4,010.9美元/盎司,國內 足金價格隨之在1,000元(人民幣,下 同)/克附近徘徊。當金價站上歷史高 位,一場關於傳統與務實、面子與裏 子的消費變革正在靜悄悄發生。

租賃,這個在服飾、數碼領域早已 成熟的消費模式,正迅速切入婚禮這 個傳統場景。在淘寶搜索關鍵詞「黃 金租賃」,一些婚慶金飾租賃項目付 款人數超過4,000人。記者諮詢某租賃 平台時,客服晶晶(化名)表示,今年 以來租賃訂單同比增長近40%,熱門款 式檔期甚至要提前一個月預訂。晶晶以租 賃50克金飾舉例,客戶需按照金價支付押 金約46,000元(人民幣,下同),租金約 1,500元。

95後客戶佔比逾七成

據租賃平台反饋,95後客戶佔比超過七成,公司明年 1-2月檔期已被搶訂,甚至出現了「剛相親就下單」的超前 規劃者。租賃流程也盡可能設計得便捷、安全:線上下單,按克



年輕人結婚如今更青睞租「三金」。圖為顧客在金飾櫃枱前諮詢產 品。 香港文匯報記者曾萍 攝

回。足金變形免責、商業保險護航的靈活規則,讓 「租三金」成為性價比之選。客服晶晶特別提到,一 個顯著變化是,現在不少備婚的年輕人會帶着家長一 起來租,共同感嘆「可以租真好」,高金價讓兩代人 在「省錢」這一點上達成了共識。

然而,黄金租賃也並非沒有爭議。消費者看法呈現 兩極分化:支持者認為它完美規避了金價波動風險, 顧全了長輩對傳統儀式的「執念」;反對者則認為 租賃既有損壞、丢失的風險,租金本身也是一筆開 銷,不如徹底省下。南寧黃金回收行業從業11年的 「小通哥」表示,現在金價在1,000元/克左右徘徊, 很多年輕人乾脆折現處理,把原本準備買三金的錢直 接給女方,有的日後再買,還有的拿去儲蓄或投資

小克重真金與仿品換着戴

租賃只是這幕大戲的序章。面對「結不起的婚,買 不起的金」,年輕人的智慧是無窮的。他們展開了一 場多元的「解題競賽」:如果説「租三金」是金價高 企下的權宜之計,那麼「折現」「仿品」「輕金飾」 則是年輕人主動選擇的理性表達。廣東賴女士的選擇 頗具代表性:「買了小克重真金日常佩戴,婚禮穿龍 鳳褂時戴網購的仿真款,拍照出片還不怕丢,一套才 幾百塊。」這種「真金+仿品」的組合模式,既兼顧 了日常使用需求,又降低了儀式現場的風險與成本。

與此同時, 金店也在悄然調整策略。部分商家推出 「輕金婚飾」系列——克重更輕、款式更簡約,以滿 足預算有限的消費者需求。據小通哥介紹,不少新人 在看價後直接「打退堂鼓」,也有人只買一兩件「應 景」,甚至計劃儀式結束後再轉賣回收,「虧點工費 也比全買划算」。

電商平台上,「婚禮三金仿真款」「儀式用金飾」 等銷量同樣飆升。在一些頭部平台,售價幾百元的仿 金項鏈月銷上萬、評論區充斥着「拍照好看」「比真 金實用」的評價。這種「高仿經濟」不僅在滿足儀式 需求,也在反映新一代的消費心理:他們重視「表 達」、卻拒絕「被價格綁架」。從「非真金不可」到 「多元方案嫡配需求」,「三金」消費的轉變本質是 年輕群體消費觀的成熟。

年輕人不再為虛榮買單 重新定義婚姻「體面 |

金價高企之下,婚 禮「三金」不再是新 人的必選項。金飾租賃、仿金產品的興 起,折射出年輕人對婚禮消費的新態 度。廣西社會科學院社會學研究所所長 姚華指出,這並非「消費降級」,而是 年輕人更加務實、自信、理性的表現。

推動婚禮文化趨向更理性包容

「年輕消費群體不再為虛榮與溢價買 單,而是從『取悦他人』轉向『悦 己』,在傳統儀式與現實壓力之間尋找 平衡。」姚華表示,正是這種思潮,推 動「輕負擔婚禮」成為新趨勢。

姚華認為,「三金」在傳統中承載着財 富轉移與家族榮譽,是父母一輩眼中「誠 意與體面」的象徵。但如今,其社會功能 已大大弱化。對年輕人而言,婚禮不再是 家族實力的展示,而是兩個人共同生活的 起點。購買高價金飾「戴一天、放一生」 並不划算。在姚華看來,這種轉變源於多 重覺醒:年輕人對消費主義的反思,極簡 「斷捨離」思潮盛行;女性經濟地位提 升,不再將「三金」視為物質保障,主動 提出替代方案;個體意識增強,從「迎合 他人評價」轉向「關注自我感受」,重新 定義「體面」:不依賴貴重飾品,而在於

「這場由新生代引領的婚俗變化,本 質上是一種價值觀的重構。雖然老一輩 仍堅持『沒有三金不體面』,但這種代 際觀念的碰撞,正在推動婚禮文化朝着 更理性、更包容的方向演變。」姚華預 判,未來「三金」 將更趨符號化,作 為喜慶裝飾的儀式功能會長期延續。

多元選擇伴生風險,廣西消費者權益 保護委員會宣傳部主任李佩霞提醒,選 擇租賃黃金等貴重物品時,需選正規平 台,明確押金退還規則、保留影像證 據;簽訂合同要細化金飾損毀鑒定標準 與責任劃分;確認租金是否含保險及理 賠範圍,警惕隱性消費。

中醫藥文創走俏 圈粉[90後]養生黨

在杭州河坊街的鬧市裏, 靜立着 一座江南院落:方回春堂。馬頭牆 高聳,中藥香裊裊而出。

堂內古色古香,別有洞天。一方「回春」古井 歷經歲月流轉,臥於紅木櫃台下,見證着方回春 堂376年的滄桑與新生。

穿過傳統中醫區的長廊,便步入「老字號」與 「新思維」碰撞的文創空間,新潮氣息湧入,本 草輕乳、香囊玩偶等文創產品琳瑯滿目。

全流程體驗香囊製造過程

在香囊 DIY 區,不少年輕人正沉浸於從選方、 研磨到包裝的全流程體驗。「安神助眠類的香囊 特別受歡迎。」店員楊樂怡介紹,「這種親手製 作的過程,讓年輕人對中醫藥有了全新認知。」

「自選中藥材讓人安心,親手研磨藥材的體驗 十分新穎。」專程從上海趕來的馬女士一邊研磨 藥材一邊說。作為「90後」,她不僅養成了讀中

醫書籍、學養生知識的習慣,入冬服食膏方也已 成冬日「必修課」。

注重養生、關注中醫的中國年輕人正日益增 多。2022年發布的《麥肯錫健康消費圖鑒》顯 示,中國人重視養生,26歲至30歲左右的人群已 成主力,逾七成「90後」將健康視為頭等大事。

中藥梳、藥枕、中藥香囊等文創熱銷,中藥養 生茶飲、藥膳冰淇淋、藥膳月餅等「藥食同源」 產品走俏……傳統中醫藥正以各種新形態擁抱現 代生活, 圈粉年輕群體。

杭州醫學院藥學院、食品科學與工程學院研究 員吳月國表示,當下的中醫藥熱反映出年輕人健 康觀念的轉變,對中醫「治未病」理念的認知明 顯提升。飲食調理、經絡按摩等溫和中醫調理方 式,契合了年輕人邊生活邊養生的訴求。

面對這一趨勢,杭州方回春堂集團有限公司品 牌中心負責人于添介紹:「我們一直思考,如何 在遵循古方與中醫理念的基礎上,讓傳統藥方

『玩』出新創意。」為此,文創館推出了多樣 IP 產品、養生市集、陳皮計劃等中醫藥體驗活動, 其中大多為年輕顧客。

情感真摯。

創新不僅體現在文創產品上,更深入到「藥食 同源」的實踐中。杭州市民陳彧平時在家也會煮 養生茶,品嘗「熬夜茶」後評價:「自己煮養生 茶的火候和藥材比例不好掌握,店裏的茶飲配方 更科學,口感調和得更好。|

調整藥方優化茶飲口感

為適應年輕群體的生活習慣與口味偏好,堂內 對傳統中藥方進行了調整,在保留功效的基礎上 優化口感,讓茶飲更易於被大眾接受。國家級非 物質文化遺產——方回春堂傳統膏方製作技藝也 煥發新顏:膏方被製成果凍、條裝飲品,既輕巧 方便,又不失傳統精髓。

夜幕降臨後,在中國多地流行的中醫夜市將草 藥香融入煙火氣,從針灸拔罐到中藥茶飲藥膳、



顧客在杭州市方回春堂宋韻今輝文創館選購中 醫藥文創產品。 新華社

中醫科技「賽博」養生,醫療場景巧妙地被轉化 為社交空間,吸引越來越多年輕人駐足。

「中醫養生貴在堅持。」于添説,「我們希望 推動中醫的『養』轉變為大眾的日常習慣。」在 這座中華老字號裏,傳統中醫藥正以嶄新方式融 入現代生活。 ●新華社