

وقتی طلا چشمها را مسحور می‌کند

تقاضا برای خرید طلا برگرفته از فرهنگ کشورها و عوامل اجتماعی متعددی است و از این رو عادات مصرفی طلا و جواهرات در کشورهای مختلف، متفاوت است.



جام جم آنلاین: تقاضا برای خرید طلا برگرفته از فرهنگ کشورها و عوامل اجتماعی متعددی است و از این رو عادات مصرفی طلا و جواهرات در کشورهای مختلف، متفاوت است. بررسی‌ها و تحقیقات انجام شده در سطح دنیا نشان می‌دهد بازار طلا در کشورهای اروپایی، آمریکایی و آفریقایی در مقایسه با کشورهای آسیایی و بویژه هند، ایران و چین چندان رونقی ندارد و ساکنان این کشورها استفاده از زیورآلاتی از جنس نقره یا تیتانیوم را به طلا ترجیح می‌دهند.

در اروپا و آمریکا از این عنصر ارزشمند بیشتر در زمینه‌های دیگری مانند پزشکی، دندانپزشکی، ساختمان‌سازی و همچنین ساخت قطعات الکترونیکی استفاده می‌شود. در حالی که مهم‌ترین کاربرد طلا در کشورهای آسیایی، ساخت زیورآلاتی است که زنان به آنها علاقه‌مند هستند. اما یکی از ویژگی‌های مشترک بازار طلا در سطح دنیا این است که در آستانه برگزاری جشن‌های ملی و مذهبی، اعیاد یا آغاز سال نو، میزان خرید طلا افزایش می‌یابد. برای مثال در کشور چین همزمان با روز کارگر، روز ملی کشور و همچنین آغاز سال جدید، بازار طلا و جواهر به یکباره رونق پیدا می‌کند. براساس آمار جدید اعلام شده از سوی شورای جهانی طلا در سال‌های اخیر، فروش طلا در چین افزایش یافته و به این ترتیب چینی‌ها که این روزها در همه زمینه‌ها از دیگر رقبای خود پیشی گرفته‌اند، پس از کشور هند دومین بازار بزرگ فروش زیورآلات طلا و جواهرآلات را از آن خود ساخته‌است.

اگرچه کشورهای هند، آمریکا و چین به ترتیب در رتبه‌های نخست فهرست رتبه‌بندی مصرف‌کنندگان طلا و جواهر در سطح دنیا قرار می‌گیرند، اما اگر طلا را به عنوان یک کالای ارزشمند یا به عنوان پشتوانه اقتصادی در نظر بگیریم، باید بگوییم ایرانیان نخستین مصرف‌کننده طلا و جواهر در سطح دنیا هستند که به آن به عنوان یک پشتوانه اقتصادی قابل اطمینان نگاه می‌کنند. سرانه اندوخته طلا به ازای هر خانواده ایرانی حدود 100 گرم است و در این میان ساکنان شهرهای تهران و اصفهان بیشترین اندوخته طلا را دارند. ایرانی‌ها از گذشته‌های دور، از مشتریان پروپاقرص بازارهای طلافروشی بوده‌اند که مسکوکات طلا را به عنوان سرمایه و پس‌انداز خریداری می‌کردند. حتی افرادی که این روزها از طلا و جواهر به عنوان زیبایی یا مد استفاده می‌کنند نیز در نهایت با هدف این که طلا می‌تواند پشتوانه اقتصادی قابل اطمینانی برای آنها باشد اقدام به خرید طلا و جواهرآلات می‌کنند. از سوی دیگر طراحان ایتالیایی نیز که در دنیای طلا و جواهر حرف اول را می‌زنند و در اغلب کشورهای طرح‌ها و مدل‌هایی که برای ساخت طلا و جواهرات از آنها استفاده می‌شود برگرفته از مدل‌های طلا و جواهرات ایتالیایی است علاقه‌ای به استفاده از زیورآلات طلا ندارند. البته در سال‌های اخیر رقبای جدیدی همچون هنگ‌کنگ نیز به میدان آمده و با ارائه طرح‌ها و مدل‌های چشمگیر با قیمت‌های کمتر مورد توجه مشتریان قرار گرفته‌اند، اما همچنان این طراحان کهنه‌کار ایتالیایی و فرانسوی هستند که جواهرسازان بزرگ از آنها الگوبرداری می‌کنند. داماس، شوپارت، بولگاری و گوچی از جمله برندهای پرطرفدار طلا و جواهرآلات در سطح دنیا هستند که به بازارهای آسیایی نیز نفوذ کرده و با استقبال چشمگیری مواجه شده‌اند.

طلا در آینه تاریخ

امروزه انتخاب طلا و جواهرات، متناسب با آخرین تغییر و تحولات دنیای مد و هماهنگ کردن آن با لباس برای شرکت در مهمانی‌ها به یکی از دغدغه‌های خانم‌ها تبدیل شده است، اما نخستین بار این مردها بودند که از وسایل زینتی استفاده کردند و در حقیقت استفاده از وسایل زینتی یا زیورآلات در قرون وسطی محدود به گردنبندهایی از جنس سنگ‌های صاف و صیقلی بود که مردان به گردنشان می‌انداختند. از قرن چهاردهم میلادی، استفاده از گردنبندها، گوشواره و سنجاق سینه طلا در میان خانواده‌های اشرافی مرسوم شده و از قرن شانزدهم نیز طراحی جواهرات به شکل امروزی آغاز شد.

برخلاف آسیایی‌ها که علاقه زیادی به داشتن زیورآلاتی از جنس طلا دارند، در کشورهای اروپایی، افراد بیشتر به خرید زیورآلاتی از جنس نقره، تیتانیوم، نیکل، استیل و سنگ‌های زینتی علاقه‌مند هستند. شاید بتوان گفت دغدغه انتخاب جواهراتی که متناسب با شخصیت افراد یا برانزده مجلس یا مهمانی باشد که به آن دعوت شده‌اند، ویژگی منحصر به فردی است که تنها در میان ایرانی‌ها و آسیایی‌ها یافت می‌شود. انگلیس نیز از جمله کشورهای اروپایی است که همانند ایران دیدگاه مشابهی درباره طلا به عنوان مهم‌ترین پشتوانه زندگی دارد و در مقابل، ایتالیایی‌ها افرادی هستند که بیش از آن که به بُعد مادی طلا توجه کنند به زیبایی ظاهری آن توجه دارند. در کشور ما اگر چه جنبه زیبایی زیورآلات طلا مهم تلقی می‌شود، اما دیدگاه ارزشی آن از دیدگاه زیبایی‌شناسی پیشی می‌گیرد. البته این خصیصه در آسیایی‌ها نیز وجود دارد چرا که هنر ساخت جواهرات در آغاز تنها در اختیار اقوام آسیایی بود. قرن نوزدهم میلادی هم نقطه آغازی برای شکوفایی هنر ساخت جواهرات در اروپا بود و از اوایل این قرن بود که آمریکایی‌ها و اروپایی‌ها نیز به

جمع تولیدکنندگان طلا و جواهر در سطح دنیا پیوستند.

در آسیا از زمان باستان، طلا به عنوان يك كالاي ارزشمند در مبادلات تجاري مورد استفاده قرار مي‌گرفت و با وضع قوانيني براي ضرب سكه‌هاي طلا كه وزن و درجه خلوص آنها را تعيين مي‌کرد تنوع و گستره اين بازار تجاري تا حدودي محدودتر شد.

در ايران باستان به مناسبت پيروزي‌ها و جشن‌هاي مختلف، سكه‌هايي براي يادبود ضرب مي‌شد كه نشان‌دهنده غلبه شاهي بر شاه ديگر، پيروزي، شكست، جشن‌هاي مختلف و سياست‌ها و روش‌هاي حكومتي فرمانروايان بود.

شايد اهميت اين سكه‌ها موجب شد تا سكه در زندگي فعلي ما نيز موقعيت خود را تثبيت و كارايي‌اش را حفظ كند. به همين دليل خريد و نگهداري سكه در ميان مردم به نوعي پس‌انداز محسوب مي‌شود و گاه با خريد سكه و حفظ آن، به تامين روز مباداي خود فكر مي‌كنند.

نكته: اگرچه ايتاليائي‌ها علاقه زيادي به استفاده از زيورآلات طلا ندارند، اما طراحان ايتاليائي در دنياي طلا و جواهر حرف اول را مي‌زنند و در اغلب كشورها طرح‌ها و مدل‌هايي كه براي ساخت طلا و جواهرات از آنها استفاده مي‌شود برگرفته از مدل‌هاي ايتاليائي است

باوجود اين كه طلاي ايران از نظر طراحي در برابر طلاي ايتاليائي و حتي طلاي تركيه كم مي‌آورد، اما به نظر مي‌رسد طلا دوستاني كه به حكم عادت يا شايد هم سياست خانوادگي بايد سالي يكي دو تكه به طلاهاي تزئيني‌شان اضافه كنند چندان به اين مساله كاري نداشته باشند. براي اين دسته وجود اين زيورآلات در خانه حكم يك پشتوانه را دارد و آنها با خريدن طلاهاي بيشتر در حقيقت به نوعي درحال پس‌انداز كردن هستند.

شايد همين امر عملي باشد كه ايران را به يكي از بزرگ‌ترين مصرف‌كننده طلا و جواهر دنيا تبديل کرده و موجب شده است تا جواهرآلات ساخت ايتاليا، هند و تركيه براحتي روانه بازار كشور ما شوند.

اگر پاي صحبت طلافروشان بنشينيم مي‌بينيم در بازار جهاني طلا، سبكي به نام سبك طلاي ايراني وجود ندارد و در حالي كه بيشتر طلاسازان جهان با توجه به عناصر بومي و داخلي خود قطعه طلا را مي‌سازند و به آن شكل مي‌دهند و نگيني روي آن مي‌نشانند، در كشور ما صرف مصرف‌كننده بودن و پس‌انداز آن تعيين‌كننده است و كارهاي زيربنائي و اساسي در توليد طلا صورت نمي‌گيرد.

در تاجيكستان نيز طلا و زيورآلات نقره بدون هيچ تكلفي به فروش مي‌رسند.

در اين كشور جواهرات به مفهومي كه در ايران مطرح است وجود ندارد و سنگ‌هايي كه در زيورآلات به كار مي‌رود، سنگ‌هاي نيمه‌قيمتي است و برليان و خانواده الماس، ياقوت و زمرد و فيروزه در جواهرات اين كشور جايي ندارد.

باتوجه به جمعيت ايران در قياس با كشورهايي چون هند، چين و آمريكا بايد گفت سابقه‌اي 5 هزار ساله ايرانيان را به طلا متعهد کرده است.

شمار طلافروشي‌ها نشان‌دهنده وسعت بازار طلاي ايران است. براساس مطالعه‌اي كه در سال گذشته از سوي سازمان توسعه تجارت ايران انجام شد در هر يك از 30 استان ايران دست‌كم 15 هزار و 500 طلافروشي وجود دارد كه اين ميزان طي 5 سال گذشته در شهرهاي مهم بيش از 20 درصد افزايش يافته است.

برترين‌ها در بازار جهاني طلا

از نظر ذخيره طلا ايالات متحده آمريكا در رتبه نخست قرار مي‌گيرد. اما اگر طلا را به عنوان يك كالاي زينتي در نظر بگيريم، كشور هند از اين نظر در رتبه نخست قرار دارد. در كشور ما نيز طلا به عنوان پشتوانه اقتصادي اهميت بسيار زيادي دارد و از اين نظر در مقايسه با ديگر كشورهاي دنيا رتبه اول را دارد. اغلب كشورهاي آسيائي نيز علاقه زيادي به اندوختن سكه‌ها و شمش‌هاي طلا دارند و ترجيح مي‌دهند در مناسبت‌هاي مختلف به همدیگر طلا هديه بدهند و شايد بتوان گفت طلا يكي از بهترين و محبوب‌ترين هدايا در سطح دنياست و به همين علت با نزديك شدن به اعياد ملي - مذهبي، مراسم يا جشن‌هاي خاص، فرارسيدن سال نو و همچنين هنگام ازدواج، تقاضا براي خريد طلا به ميزان چشمگير و قابل توجهي افزايش مي‌يابد. تركيه از جمله كشورهايي است كه از اين نظر گوي سبقت را از ديگر كشورها روده است. در كشور تركيه رسم بر اين است كه اگر قرار باشد به هر دليلي مانند تولد، ازدواج يا عيدي به كسي هديه داده شود، حتما هديه‌اي از طلا براي او خريده مي‌شود. حتي اگر طلاي هديه داده شده از نظر وزني بسيار كم باشد، باز هم نسبت به هداياي ديگر ارزش بيشتري دارد. بررسي‌هاي انجام شده در سطح بازارهاي جهاني نشان مي‌دهد در روزهاي قبل از آغاز سال

نو، اغلب کشورها و بویژه کشورهای آسیایی شاهد بیشترین تقاضا برای خرید طلا و جواهرآلات هستند که البته در این میان کشورهای آسیایی شرقی و جنوب شرقی رکورددار تقاضا برای طلا هستند. به طور کلی کشورهای خاورمیانه از نظر تقاضا برای خرید طلا در رتبه دوم و کشور ایالات متحده آمریکا در رتبه سوم قرار می‌گیرد و این در حالی است که کشور هند در خرید طلا به عنوان یک کالای مصرفی و زینتی گوی سبقت را از تمامی کشورها ربوده و در رتبه نخست قرار دارد و عربستان و ترکیه نیز در رتبه‌های بعد قرار دارند.

محبوبیت طلا در میان هندی‌ها و ایرانی‌ها

همان‌طور که گفته شد هندی‌ها بیش از دیگر مردم دنیا از طلا به عنوان یک کالای زینتی استفاده می‌کنند و جالب این که بیش از 20 درصد کل طلایی که در سطح دنیا به عنوان زیورآلات مورد استفاده قرار می‌گیرد را می‌توانید در لباس سنتی زنان هندی که به آن ساری گفته می‌شود بیابید. طلا یکی از پر فروش‌ترین کالاها در بازارهای پرازدحام این کشور است و پایه و اساس ساختار اجتماعی کشور هند به گونه‌ای با طلا درهم آمیخته شده است. هرچند که میزان تولید طلا در این کشور کم است. در حقیقت در این کشور، طلا سمبلی از ثروت و جایگاه اجتماعی افراد است که به یک کالای ضروری تبدیل شده است تا جایی که می‌توانید ردپای این شیء گرانبیامت را در لباس‌های ابریشمی و حتی ورقه‌هایی که برای تزئین شیرینی از آنها استفاده می‌شود بیابید. علاقه ایرانی‌ها به خرید طلا و استفاده از زیورآلاتی از جنس طلا نیز به اندازه‌ای است که خرید طلا هنگام ازدواج به یکی از رسومات اصلی ازدواج تبدیل شده است. اما تقریباً در کشور دیگری اثری از وجود رسومات مشابه رسومات ایرانیان دیده نمی‌شود. در واقع در ایران چشم و هم‌چشمی‌ها نقش مهمی در رونق این رسم و رسومات دارد. این روزها جوانانی که در آستانه آغاز زندگی مشترک هستند دیگر حاضر به خرید حلقه‌های ارزان‌قیمت نیستند. در سال‌های اخیر کمترین هزینه اختصاص داده شده برای خرید یک حلقه حدود یک میلیون تومان و بیشترین آن در حدود 15 میلیون تومان بوده است. همچنین کمترین هزینه برای خرید سرویس طلا نیز حدود 2 میلیون تومان است که این رقم گاهی به 50 میلیون تومان هم می‌رسد. به این ترتیب می‌توان گفت بخش قابل توجهی از هزینه‌های سرسام‌آور ازدواج برای آغاز زندگی مربوط به خرید حلقه و سرویس طلاست.

برخلاف هند، ایران، چین و مالزی در کشورهای اروپایی و آمریکایی بازارهای طلا شبیه به آنچه در این کشورها به عنوان مرکزی برای عرضه زیورآلات طلا راه‌اندازی شده، وجود ندارد و در این کشورها نیز معمولاً صاحبان طلافروشی‌ها، سرمایه‌دارانی در کشورهای آسیایی هستند که با هدف توسعه تجارت و کسب و کارشان مشغول به کار هستند.

در واقع در زنان و دختران اروپایی و آمریکایی بندرت اثری از طلا و جواهر مشاهده می‌شود. استفاده از بدلیجات در میان آنها رواج بیشتری دارد، هرچند مدتی است در ایران نیز استفاده از بدلیجات رونق زیادی یافته است. البته این به آن معنا نیست که طلا جایگاه خود را از دست داده است، بلکه روند افزایشی قیمت آن تا حدودی بازار تقاضا را به سوی بدلیجات هدایت کرده است.

فرانک فراهانی جم / جام جم