

99 克拉进口钻石只要 22 元？

——部分电商平台假钻石泛滥现象调查

新华社 孙清清 刘振坤 卫子轩

2 克拉培育钻石戒指仅卖 153 元、99 克拉进口钻石仅卖 22 元……打开一些电商平台，可以搜索到琳琅满目、图片精美并带有鉴定证书的钻石饰品，价位从几十元到上百元不等，与实体店动辄上万元的钻石形成鲜明反差。

电商平台上销售的“白菜价”钻石，是真的吗？对此，记者进行了调查。



大颗收藏级 99 克拉进口钻石”。

收到快递后，记者将其全部送至珠宝玉石首饰国检集团（河南）检验有限公司（简称国检集团河南公司）进行检测。国检集团河南公司检测员徐意向记者介绍，经专业仪器检测，两款“钻石”都是假的。其中，所谓的“99 克拉进口钻石”竟是玻璃，而 2 克拉的“培育钻石”其实是合成立方氧化锆，附带的检测证书也是伪造的。

据专家介绍，锆石全称立方氧化锆，外观与钻石非常相似，但是其硬度、折射率比不上钻石，且价格低廉。

河南省柘城县培育钻石文化创意中心负责人朱勇超介绍，目前，行业内 1 克拉培育钻石的成本在 2000 到 3000 元不等，2 克拉的培育钻石成本一般在 4500 元左右；同等品质的天然钻石，成本更要高出 10 余倍。那些每克拉售价仅百元左右、明显偏离成本价的“钻石”，被业内人士称作“一眼假”。

“假钻石+假证书”消费者真假难辨

在多个电商平台，一些不法商家在销

售假钻石时，往往会利用消费者的认知盲区，刻意打着“培育钻石”的名号。

“天然钻石和培育钻石的关系，就像河里的冰和冰箱里的冰，二者在化学概念上是同一种物质。”国检集团河南公司总经理王家明介绍，市场上存在一些不法商家，故意模糊概念，将假钻石称为“培育钻”，或者用锆石、玻璃等商品冒充钻石。

王家明说：“那些假钻石附带的鉴定证书也是假的。假钻石、假证书，普通消费者很难靠肉眼分辨。”

假鉴定证书从何而来？记者调查了解到，有的是伪造正规检验机构的证书，有的则是编造一个根本不存在的检验机构的证书，一些商家甚至宣称“想要什么鉴定结果就有什么结果”。

国家珠宝玉石质量检验检测中心上海实验室顾问刘厚祥博士告诉记者，目前市场上比较可靠的第三方鉴定机构，有国家珠宝玉石质量检验检测中心（NGTC）、美国宝石学院（GIA）、瑞士珠宝研究院（SSEF）等。但是，一些不法机构和个人，仿制这些机构的证书，被称作“套证”“克隆证”；还有一些所谓的“国外机构”，实际上是用国外假地址注册、在国内偷偷运营的假鉴定机构。

在多个电商平台上，记者输入“珠宝鉴定证书”词条，页面涌现出众多每件价格低至几元的珠宝鉴定证书，上边不仅盖有检验鉴定专用章，还写有“国家实验室认可”“国家计量认证”等字眼。

记者随机与一家网店联系，询问能否为锆石提供钻石鉴定证书，工作人员答应并发来几张检测证书样品，声称仿冒权威机构出具证书每张只需 30 元。在另一家网店，工作人员表示，只需给他发一张高清图片，便可定制珠宝首饰鉴定证书，品名、

重量、颜色、形状、重金属检测等信息皆可由买家自主提供。

完善监管体系 推动产业健康发展

记者登录全国 12315 消费投诉信息公示平台，输入“钻石”关键词，与之相关的消费投诉量逾 21 万条，其中虚假宣传问题较为突出。

河南泰豫恒律师事务所律师刘世伟认为，销售假钻石主要涉及违反产品质量法、反不正当竞争法中禁止以假充真、以次充好、虚假宣传等规定。

“根据消费者权益保护法相关规定，对于存在欺诈行为的商家，消费者可主张‘退一赔三’的惩罚性赔偿。”刘世伟说，市场监管部门可依产品质量法责令违法商家停止生产、销售，没收违法生产、销售的产品，并处罚款、没收违法所得，情节严重的可吊销营业执照；若伪造 NGTC 等权威机构证书，还涉嫌触犯刑法规定的伪造印章罪等。

中国珠宝玉石首饰行业协会副会长刘永奇认为，一些商业平台公然销售价格明显异常的假钻石，暴露出相关平台监管存在漏洞。要进一步强化监管，线上销售的培育钻石要有权威鉴定机构的信用背书。此外，要进一步加强培育钻石的科普宣传，消除公众对培育钻石的误解，推动产业健康良性发展。

刘厚祥建议，强化多部门协作，构建从源头到销售的全链条监管体系；线上平台加强对入驻商家的审核，确保其具备合法经营资格和专业鉴定能力，并建立严格的质量控制和售后服务体系，保护消费者合法权益。广大消费者网购时要擦亮眼睛，不轻信有违常识的宣传。

“买得容易预约难”、服务“缺斤少两”、要求临时补差价……

直播间“捡漏”超值旅游产品，如何避免踩坑？

《工人日报》马晨琦 曲欣悦

“下单立减，数量有限”“全年无加价，落地 0 自费”“一家三口出行，酒店免费升级”……正值暑期旅游旺季，在主播们快节奏、高密度的营销话术带动下，不少游客选择在平台直播间订购旅游出行产品。

8 月 13 日上午，记者在某短视频平台团购带货全国总榜看到，在排名前 20 位的直播间中，有一半是旅游产品。其中，既有旅游平台主导的店播，也有旅游达人带货。有商家表示，酒店、旅行线路等产品客单价高，相对应的商品交易总额十分可观。

直播间的旅游产品丰富了游客的出行选择，但是记者采访发现，一些直播间销售的旅游产品存在信息显示模糊、虚假宣传、随意加价等问题，不少消费者遇到“买得容易预约难”、服务“缺斤少两”、要求临时补差价等情况。

“激情下单”后发现货不对板

“中了直播间的‘福袋’，说是可以免儿

童票，毫不犹豫下了单。”近日，河南洛阳的张先生打算带孩子到北戴河游玩，他在直播间看中了一款景区门票产品。主播称，只要购买成人门票，并满足一定观看时长，就有机会抽“福袋”免费获得一张儿童门票。张先生下单后顺利抽到了“福袋”。

原以为“幸运中奖”的张先生，到达景区后却在验票环节遇到了问题。验票员表示，儿童优惠门票需要至少提前 1 天购买，张先生购买的门票不符合使用时间要求，无法核验。

“这时我打开验票页面才发现，确实有一行小字提醒了使用时间，但主播在介绍时并没有提到这个问题。”张先生对记者说。

还有消费者表示，自己常被直播间的低价旅游产品吸引，进而“激情下单”，落实具体行程时却发现，这些旅游产品与主播的介绍根本货不对板。

江苏的叶女士曾在直播间下单了一款“749 元/人、3 天 2 晚、‘长白山+延吉’”的旅游产品。主播提到该产品会提供全景航拍服务，但叶女士实际收到的行程单上并没有此项服务。对此，旅行社客服回应称：“具体行程以我们这边为准，主播有很多，有些可能对线路不熟悉。”

业内人士表示，一些为直播定制的旅游产品往往会同时找许多主播营销，某些主播也会同时与多家旅行社合作。为提升成交总额，可能会有主播通过“低价诱饵”“夸大服务”等方式对产品“再包装”，吸引消费者下单。

核销订单时被要求补差价

除了虚假宣传，记者发现，还有不少消费者在核销订单时容易掉进“价格陷阱”。

近日，来自杭州的李女士在某直播间刷到一款标价 2128 元的“香港迪士尼门票 2 张+酒店住宿 1 晚”套餐。“算下来约等于只掏了酒店的钱，门票白送，当时感觉很划算，就下了单。”

但是让李女士没想到的是，她在找客服核销时，对方表示，根据核销时间，她需要再补 3000 元左右的差价。“补完差价后，竟然比我通过别的渠道订门票和酒店还要贵。”李女士最终选择了退款。

还有消费者反映，虽然主播宣称一些产品的价格常年不加价，而且保证服务质量，但消费者下单后还是可能遇到客服以景区季节性原因、酒店变更升级等理由要求临时加价的情况。

对此，北京市易和律师事务所律师苗慧敏分析认为，旅行社通过直播间销售旅游线路时，已经明确了具体行程和价格，游客下订单后视为旅游合同成立并生效。“游客在与旅行社二次预约时，预约的是出行时间，而非旅游线路的价格，因此旅行社要求游客在订单确认的价格基础上增加款项属于价格欺诈。”苗慧敏认为。

“一些旅行社可能会主张，游客如果不同意加价规则可以随时全额退款，但‘秒退款’机制不能作为价格欺诈行为的‘挡箭牌’。”苗慧敏说。

相关监管应与时俱进

中央文化和旅游管理干部学院研究员孙佳山对记者表示，“旅游产品直播间”是直播电商平台近年来涌现出的新兴赛道，相关监管应与时俱进，如建立相应的信用评级体系，对虚假宣传、低价揽客、恶意涨价等侵害消费者合法权益的直播间，一经发现，需给予相应的行政处罚，并探索建立平台和行业的“黑名单”制度。

“建议平台在与主播尤其是相关机构签订协议时，应针对旅游产品特点，制定更为精细、负责任的管理规则，如明确直播间销售的旅游产品实际运营主体资质与主播宣传的主体资质必须保持一致，不留‘踢皮球’的空间，不得擅自增加产品服务费，并依照相关要求明示产品内容详情等。”孙佳山说。

苗慧敏认为，旅行社应对主播的行为负责。“消费者下单后，如果旅行社的实际服务内容并不包含主播所承诺的项目，主播和旅行社均应承担违约责任。”

消费者在直播间买旅游产品时如何避免被“套路”？苗慧敏提醒，首先，下单前应仔细查看平台直播间的主体资质与主播宣传的主体资质是否一致，如不一致，可能涉嫌冒用第三方资质；其次，下单前应与主播确认行程内容，确认热门景区门票是否需要预约，如未预约成功，如何变更行程；再次，在出发前应与旅行社完成合同内容的确认与签订，保障自身权益。