

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

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。

电商平台充斥“白菜价”钻石

河南郑州市民郑先生最近遇到一件糟心事:他在某电商平台网购了一个5克拉的培育钻石戒指,准备在婚礼上使用;但检测发现,所谓的培育钻石竟是合成立方氧化锆。

郑先生的遭遇并非个例。记者调查发现,不少人在网上发布过买培育钻石被骗的经历。

记者在电商平台输入“培育钻石”,便会跳出大量打着“培育钻石”标签的销售链接,如“1克拉143元 送IGI证书高档礼盒”“2克拉154元 送培育钻专配IGI宝石证书”;每克拉从几十元到上百元不等,与实体店动辄上万元的钻石相比,堪称“白菜价”。

记者梳理发现,一些售卖所谓“培育钻石”的商家交易量大惊人,很多高达数万单。在某店铺,其一个交易页面就显示“已抢6.4万+件”,评论量将近3000条。

这些廉价“培育钻石”是真的吗?带着疑问,记者以150多元的价格从拼多多上一家网店购买了一款2克拉的“培育钻石戒指”,附带有鉴定证书和礼盒,又在另一店铺花22元购买了一款“莫桑钻大颗收藏级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质检集团(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“一假假”。



专家表示,目前行业内1克拉培育钻石的成本在2000到3000元不等。(资料图片)

“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”。

国家珠宝玉石质量监督检验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监督检验中心(NGTC)、美国宝石学院(GIA)、瑞士珠宝研究院(SSEF)、瑞士古柏林实验室、美国吉尔德宝石实验室等。但是,一些不法机构和商家,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。

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。

针对记者反映的问题,拼多多表示,已下架商品并对相关店铺进行处罚。平台已设置专项治理团队,从产品溯源、智能审核、数据风控等多维度全面梳理、排查在售商品,未来将加大抽查与治理力度,及时处置问题商品及不合规商家。

中国珠宝玉石首饰行业协会副会长刘奇认为,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。要进一步加强线上销售的培育钻石要有权威鉴定机构的信用背书。此外,要进一步加强消费者对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。(新华)

全年可用、动车票价“折上折” 铁路学生票 优惠又“上新”

据新华社电 记者15日从中国国家铁路集团有限公司获悉,铁路部门将优化学生旅客购票出行措施,推出学生优惠票全年可用、动车票价“折上折”,让学生购票出行更加灵活方便、得到更多实惠。相关优惠车票预计将于9月6日开始发售。

据介绍,学生旅客每学年(10月1日至次年9月30日)4次单程优惠票可随时使用,不再限于寒暑假。学生优惠票办理退票后将退还优惠次数。

优惠区间可根据家庭居住地至学校所在地调整设置。学生优惠票原适用范围为“家庭居住地至院校所在地”,优化调整后,院校所在地须与网信信息一致,家庭居住地可根据实际变动情况设置,修改次数不限,学生旅客可灵活安排行程。

动车组列车学生优惠票适用范围扩大。动车组列车学生优惠票适用的席位范围由“仅限二等座”调整为“包括二等座、一等座和动车组卧铺各席位”,学生旅客将有更多的席位选择。普速旅客列车学生优惠票适用范围不变,仍为硬座、硬卧。

动车组列车学生优惠票按执行票价打折优惠。动车组列车学生优惠票计价规则由“公布票价的7.5折”调整为“执行票价的7.5折”,相当于“折上折”,最低折扣为公布票价4折,如某趟车次二等座的执行票价为公布票价的8折,学生优惠票将再打7.5折,相当于公布票价的6折,学生旅客将享受到更多优惠。普速旅客列车票价实行政府定价,学生优惠票价按现行政策规定执行、保持不变,硬座按票价的5折计算,硬卧加收硬卧与硬座的差价。

此外,查验规则进一步优化。在校大学生通过优惠资质核验的,出行时铁路部门将不再查验学生证;未通过优惠资质核验的,仍需携带学生证乘车,铁路部门将依规查验学生证。入学新生可凭录取通知书线上、线下购买学生优惠票出行。

目前,铁路12306科创中心正在组织系统优化测试,相关优惠车票预计将于9月6日开始发售。

“搬家效应”持续 非银行业金融机构 7月存款增超2万亿元

本报讯 最新数据显示,7月,人民币存款新增5000亿元,同比多增1.3万亿元。其中,居民存款减少1.11万亿元,同比多减7800亿元;非银行业金融机构存款则大幅增加2.14万亿元,同比多增1.39万亿元。

非银行业金融机构存款,是指除商业银行、政策性银行等存款类机构外,其他金融机构存放在银行体系的资金,包括证券公司客户交易结算资金、保险公司保费暂存及准备金账户、信托公司资金、基金公司资金、金融租赁公司存款、期货公司保证金账户等。

这一数字大增,在很大程度上反映了居民资金的“搬家”,推动因素主要是此轮股市行情中,居民风险偏好明显抬升。一位私募基金宏观分析师表示,居民将资金通过银证转账划入证券账户,就会导致银行存款减少而非银行业金融机构存款增加;购买基金、理财等同样会增加非银行业金融机构存款。

“换句话说,可以把2.14万亿元视为居民存款直接或间接进入资本市场。这一资金流向与7月A股持续上涨的行情形成了相互印证。”上述分析师说。

中金公司认为,金融投资活跃或是非银行业金融机构存款大幅多增的重要支撑因素。“这反映出在存款利率下降的背景下,私人部门的金融投资愈加活跃。考虑到7月国债收益率上升、利率债价格下降,固定收益资产的相对吸引力偏弱,相关资金有可能更多流向股票市场。”中金公司称。

浙商证券首席经济学家李超表示,资本市场回暖与利率下行共同推动居民“存款搬家”,居民存款与非银行业金融机构存款呈现此消彼长的结构性特征。今年前7个月,非银行业金融机构存款累计多增4.69万亿元,较去年同期多增1.73万亿元,其中7月这一趋势进一步放大。

回顾过去一年,非银行业金融机构存款的增长与股市上涨节奏高度同步:2024年9月,在政策推动下,资本市场迎来回暖,当月非银行业金融机构存款增加9100亿元,同比多增1.6万亿元;2025年4月,单月非银行业金融机构存款增加1.57万亿元,同比多增1.9万亿元。其间,在海外经济波动加剧的背景下,A股表现出较强韧性,居民“存款搬家”入市现象更为明显。(上证)

声明

我公司承建的石狮市红塔湾旅游公路(一标段)已施工完毕,经公司内部财务核算所有劳务款和材料款已全部付清,如还有材料供应商以及劳务分包单位的款项没有付清,请于登报之日起60日内联系我,逾期视为自动放弃债权。联系人:黄荷,联系电话:18569034944,特此声明。
湖南省第四工程有限公司
2025年8月16日

下沉、“胖改”、硬折扣 商超零售企业转型发展各显神通

今年上半年,在“以旧换新”“国补”等政策带动下,家电、文化办公用品、通信器材等相关品类的销售额实现快速增长,但商超零售行业面临的发展压力未减。中国连锁经营协会数据显示,2025上半年,连锁超市企业销售表现分化,不到一半的超市销售总额实现同比增长。

记者梳理发现,在已披露2025年半年报或上半年业绩预告的商超零售上市公司中,包括红旗连锁、步步高以及港股上市公司联华超市等实现了净利润增长。同时,也有多家公司业绩预亏。在“强者愈强,弱者愈弱”的行业格局下,面对即时零售、硬折扣等新消费趋势,不少公司选择开辟新赛道、开启调改等方式,探索向品质零售转型。

近年来,以山姆、开市客为代表的会员制商店,以胖东来为代表的现象级超市,都为业内提供了可借鉴的路径。去年以来,多家商超零售企业通过深度调改,谋求转型中破局。经过一年多的市场检验,许多公司已进入收获期。

8月8日,红旗连锁发布2025年半年报:公司上半年实现营收48.08亿元,同比下降7.30%,归属于上市公司股东的净利润2.81亿元,同比增长5.33%。报告期内,公司经营产生的现金流量净额为

转型有一个过程,甚至需要经历阵痛期。从已披露的部分上市公司业绩预告看,包括师承胖东来的永辉超市和中百集团等在内,仍在寻找破局的方法。

永辉超市7月15日发布公告,经初步测算,预计上半年归母净利润为亏损2.4亿元。公司称,2024年下半年开启整体战略与经营的深度转型工作,2025年是公司转型的深水期和持续阵痛期。

据披露,2025年上半年,永辉超市共调改开业93家门店,截至6月30日调改门店总数达124家。门店调改需经历装修、新设备投入、旧资产报废、重开业支出、人员技能爬坡等大量必要过

重塑竞争力 多家企业在调改中破局

4.14亿元。良性的供销循环,出色的利润质量,为公司经营储备了充足的现金流。

红旗连锁认为,得益于公司优化门店结构、提质增效,虽然短期内对营收规模略有影响,但优化调整带来了成本费用节约,进而带动了经营利润的增长。同时,公司通过优化资源配置等方式,降低了经营成本。报告期内,公司三

“胖改”进行时 部分企业仍在摸索中向前

程。同时,公司在报告期内共关闭227家长期亏损的门店,产生一定的租赁赔偿、人员赔偿、商品出清和资产报废等成本费用。公司还对商品供应链进行了大刀阔斧的改革,完成了大量供应商和商品的升级换代。

尽管上述因素给永辉超市的营收和利润带来较大的短期影响,但其调改战略仍在持续推进。据公司7月31日公告,拟通过定增募资不超过39.92亿元,主要用于对298家门店进行深度调改升级。

项期间费用同比下降6.5%,实现了“以费用节约对冲毛利压力”的目标。

最早接受“胖东来爆改”的步步高,同样成功破局。7月11日,步步高披露2025年半年度业绩预告,得益于公司大刀阔斧的重整举措与胖东来的深度帮扶,确认了大额重整收益,同时持续深化经营策略,聚焦核心优势区域,并通过优

化门店布局、提升运营效率等措施,有效提升了整体门店效能和盈利能力,预计2025年上半年实现归母净利润1.8亿元到2.2亿元,同比扭亏为盈。

被证明可行的路径,也吸引了后来者的跟进。7月29日,武商集团旗下首家WS江豚会员店开业,从一开始就明确提出对标山姆、开市客、胖东来,并结合本土需求进行务实创新的武商会员制商店,开业当天部分商品出现了“4小时补货6次”的火爆场景。

以来,中百集团也尝试在主打食品、折扣等新业态上的突破,已先后在武汉开设了中百“foodmart”超市和小百惠折扣店,并计划年内开设3至5家食品超市,落地5家折扣店门店。

“想在这个时代赢,最好的办法就是与时俱进。”中国政法大学特许经营研究中心主任李维华认为,当前,传统商超的每个产品品类,几乎都被细分成不同的赛道,企业要在介入新赛道前了解其优势,并结合自身特点做出特色,才能取得良好的效果。从长远看,企业需对人才、产供销、前中后台的整个体系进行重构,才能获得可持续性的竞争优势。(上证)