



珠宝直播走俏，年轻人热衷“云鉴宝”——

别让珠宝电商直播“雾里看花”

中青报·中青网记者 张敏 实习生 费思岚

近年来，凭借直观的产品展示和实时互动优势，珠宝直播带货迅速崛起，成为电商领域的新风口。

今年3月，中国珠宝玉石首饰行业协会发布《2024年中国珠宝行业发展报告》，其中援引商务部数据显示，2024年按绝对值计算，我国珠宝电商零售额约为2982.6亿元，在商务部监测的18类商品中，金银珠宝类商品增幅位居第三位。

然而，在珠宝电商直播旺销景象中，也存在着夸大营销、以次充好、伪造证书等乱象。消费者和从业者呼吁规范珠宝直播，别让珠宝电商直播“雾里看花、水中望月”，让消费者线上选购珠宝更安心、放心。

年轻消费者锁定专属“珠宝时光”

在快速增长的珠宝饰品市场中，年轻消费群体成为推动珠宝电商发展的重要驱动力。

33岁的珠宝爱好者王知是珠宝视频直播的忠实观众和消费者。她的消费记录显示，近两年在直播平台上的珠宝消费超过12万元，其中包括一条成交价3.6万元的海水珍珠项链，以及多件和田玉、彩色宝石和黄金手镯等。“每晚8点到10点是我的专属‘珠宝时光’。”王知说。

珠宝首饰这一传统消费品类，如今搭乘电商直播快车迎来新的发展机遇。第三方电商数据服务网站蝉妈妈2024年12月发布的《2024抖音电商珠宝饰品行业分析报告》显示，4年来抖音电商平台珠宝饰品行业整体呈上升趋势，年均增速达到54%。其中，24岁-30岁女性是黄金饰品消费主力，30岁-40岁女性主导珍珠消费，银制品消费者集中在24岁-30岁。

作为珠宝爱好者，35岁的吴敏经常通过线上渠道选购珠宝首饰。她的微信关注了多个珠宝商的直播账号，“有几家店铺的直播我几乎场场不落，有喜欢的首饰就先买回来，可以在鉴赏期（指商家为消费者提供的商品鉴赏与鉴定时限，时限内可以退货——记者注）内考虑是否购买”。

在年轻消费群体中，不少00后对水晶饰品尤为青睐。云丹霏向记者展示了她的收藏品——近20条风格各异的水晶手链。在她看来，“直播间的款式时尚新颖，价格亲民。每款水晶都有特别寓意”。

最近，观看珠宝直播成为云丹霏每天早上的固定节目。无暇观看视频时，她也会开着直播间听介绍，确保不错过心仪的新品发布。

珍珠行业从业者朱琳（化名）观察到，直播间消费群体以年轻人居多，其中30岁-40岁女性是消费主力，为传统珠宝行业注入新的活力。“销量上有非常大的提升。在大型珍珠直播专场活动中，单场直播可实现100万元销售额”。

直播让买珠宝“触手可及”

为什么不少人喜欢在电商平台购买珠宝？王知的答案是“直观、便捷，选择面广”。她平时工作繁忙，在直播间购买珠宝成为一种放松方



人机协同生成

式。“在直播间购物能实时与主播互动，了解产品情况，有时我也会看看他人留言，帮助判断是否要下单”。

吴敏介绍，她关注的多个主播深耕某一品类，经常举办“珠宝溯源”（通过直播将商品的产地、生产、包装及加工等全过程呈现给消费者——记者注）专场活动，“这种‘溯源’模式很吸引我，能够了解到珠宝生产、加工过程，省去了中间商加价环节，能用合适的价格买到心仪的产品”。

业内分析显示，珠宝饰品行业中垂直类账号表现优异，展示内容从源头产地、批发市场到原料工厂，能真实直观地展示产品，为消费者传递“无中间商赚差价”理念，增强可信度。

90后王雅洁喜欢在直播间购买珠宝，是被新穎设计所吸引。她尤其关注年轻珠宝设计师主播，“这些饰品追求创新，造型新颖，价格适中，适合日常佩戴”。

朱琳经营的个人账户目前已积累5万多名粉丝。她毕业于中国地质大学，因为热爱珠宝行业，选择在电商平台从事珠宝销售。她销售的产品多为自主设计，受到不少粉丝喜爱。朱琳说，以前她主要通过传统电商平台销售，自从开始直播后，销售额和粉丝数持续上涨，“我们分析发现，主播对设计理念的讲解和珠宝知识的普及，对年轻消费者具

有很强的吸引力”。

某珍珠品牌创始人、主播乔森认为，直播间搭建起商家与消费者的沟通桥梁，让商家能更精准地把握消费需求，捕捉到行情变化和市场发展潜力。“直播电商让更多消费者意识到，珠宝并非遥不可及的高价品，由此降低消费门槛，也为珠宝从业者创造了更多就业机会”。

夸大、虚假宣传让消费者“踩雷”

不容忽视的是，当前珠宝电商直播良莠不齐，亮眼的销售数据背后暗藏行业乱象，一些低质直播间夸大甚至虚假宣传、以次充好、诱导消费，影响行业健康发展。

今年4月，国家市场监督管理总局发布10起直播电商领域典型案例，其中两例涉及珠宝直播以假充真、虚假宣传。在一个案例中，新疆和田某公司在直播前事先将玉石埋入挖掘机铲子内，直播时雇佣人员伪装从铲子内挖出玉石并递给主播，主播在直播间宣称玉石为现场挖掘所得，以此吸引人气。

另一案例中，阮某在某平台直播销售时，将仿珍珠产品和仿珍珠项链冒充真珍珠售卖，配套的珍珠鉴定证书均为伪造。当事人违法销售金额共计59.97万元。国家市场监督管理总局通报其行为违反《中华人民共和国产品质量法》第三十九条规定，属于销售以假充真产品的行为。今年3月，浙江省诸暨市市场监管局依法将案件移送公安机关。

不少消费者有在直播间“踩雷”的经历。云丹霏曾在某直播间下单购买多款手链。到货后的实物令她大失所望：水晶手链黯淡无光，触感如同廉价塑料制品，也没有承诺的鉴定证书。云丹霏质疑，商家以“直播专供”“特价商品概不退换”等推卸售后责任。她要求退货，商家提出苛刻的退货条件：须提供官方材质检测报告，并自行承担退货运费。面对价格不低的鉴定费用和繁琐的退货流程，云丹霏无奈地放弃维权。

王知在直播间购买了一条号称“天然真多麻海水珍珠”的项链，经过鉴定，该条项链的珍珠经过人工优化，且电商商家提供的证书涉嫌伪造。她试图联系商家售后时，发现店铺已注销。

在北京二环某珠宝城经营彩色宝石店铺的唐磊（化名）表示，人工优化工艺在珠宝行业的确存在：“以彩色宝石为例，会通过高温热处理提升宝石净度，并采用灌胶工艺增强宝石稳定性，或

是运用浸渍技术修复细微裂纹。在向消费者售卖产品时，我们会如实告知消费者这款产品是否采用优化工艺，不能用优化产品冒充天然宝石。”

对于证书造假问题，珠宝销售商黄彦音直言，当前珠宝行业存在假证、套证等情况。“套证是指证书本身是真的，但实际商品与证书描述不符，消费者很难分辨。”他解释说，市场上还出现了非专业检测机构出具证书的情况。“一些消费者不了解内幕，以为有证书就能保真，很容易上当、踩坑”。

记者在多家电商平台上检索发现，多个店铺提供“珠宝鉴定证书定制”服务，商家宣称“5元-10元即可办理，无须实物检测就能出具权威证书”。记者咨询了一名商家，对方表示，提供产品照片和信息就能制作证书，单价低至1元/张，通常当日就可完成，且支持扫码验证。该商家还声称，各类珠宝玉石都可制作证书。

珠宝国检集团新闻发言人、品牌建设与市场部主任孟晓璐表示，证书造假问题源于利益驱动下的不正当竞争、消费者认知不足等多重因素。她指出，“部分伪造证书不仅外观几可乱真，还配套搭建虚假查询网站和认证公众号，普通消费者很难辨别真伪。消费者在购买珠宝首饰时，可通过扫描证书上的二维码、登录质检单位官方网站或全国珠宝玉石首饰检测查询平台等多种方式核验证书真伪”。

一名珠宝电商从业者表示，不良商家恶意竞争、欺骗消费者的行为让正规从业者深受其害，希望能够有更加规范的直播环境，不要让“劣币驱逐良币”。

规范珠宝电商发展环境、促进珠宝电商消费越来越受到重视。2024年11月，深圳市场监督管理局发布《珠宝贵金属产品直播营销管理要求》，对直播术语、直播平台管理者、直播间运营者以及商家、供应链提出了具体要求。

今年2月，作为翡翠主要市场之一的云南省瑞丽市市场监督管理局发布《珠宝翡翠直播商家“黑榜”名单》，提醒消费者购买珠宝翡翠产品、翡翠原石时，特别是通过直播小程序等网络线上平台进行交易时，务必谨慎，切忌在非正规平台进行交易，只在正规平台上和证照齐全的商家开展交易活动等。

孟晓璐建议，消费者应当选择正规销售渠道购买珠宝首饰产品，并向商家索要购物发票。她提醒消费者树立理性的珠宝消费理念。“在购买珠宝玉石时，尤其对高价产品要摒弃‘捡漏’心态，通过正规渠道购买，规避消费风险。”

中青报·中青网见习记者

刘胤衡

记者 陈晓

AI换脸、跨平台引流 反诈防线如何“破壁升级”

“‘客服’能准确报出我身份证前几位，还催着要银行卡号……”6月10日，作为反诈大使的演员朱时茂讲述了自己曾遭遇电信诈骗的惊险一幕，引发现场观众的共鸣。

当天，北京市委网信办、北京市通信管理局、北京市反诈中心与抖音启动“抖音反诈联盟”线上活动，用户可通过签署倡议书、拍摄反诈科普视频、参与直播间答题等方式参与反诈宣传。

北京市委网信办副主任郭玉松会上表示，电信网络诈骗是社会高度关注的焦点问题。当前，诈骗呈现技术智能化、组织产业化、链条跨境化特征，反诈面临新挑战。因此，要筑牢网站平台安全防线，强化技术赋能，增强公民反诈意识，形成治理合力，“反诈是系统工程，需要多部门协同多领域联动，网信部门将继续深化跨部门跨行业协作，健全长效机制”。

骗子如何联系上受害者？通信网络是关键环节。

信息通信行业反诈中心专家崔现东表示，针对诈骗技术对抗升级（如利用AI深度伪造、大模型批量生成涉诈App）及犯罪新态势，行业整合推出多项关键技术治理工具，例如，首创App反诈电子标识认证，通过打“可信标签”显著遏制仿冒App诈骗，试点中涉案量最高降幅达九成；推广“反诈名片”服务，为公安机关劝阻电话提供权威标识。目前，公安机关反诈电话日均提醒量55万次。此外，精准打击为诈骗提供通信支持的黑灰产设备。这些是信息通信行业筑牢反诈通信屏障、支撑“天下无诈”目标的核心力量。

中国政法大学刑事司法学院教授谢澍表示，互联网“互联互通”的本质便利了人们的生活，也被一些专业化、模块化的诈骗分子所利用。

公安部刑侦局反诈专家郑桐嘉介绍，“刷单返利”“虚假网贷”“虚假理财”“冒充公检法”“冒充客服”是5类主要高发诈骗形式。在应对策略上，公安机关坚持“打击（以打开路）、防范（源头阻断）、治理（清除行业风险）、宣传（凝聚社会共识）”四位一体综合发力，旨在通过多层次手段降低发案、遏制蔓延。

近日，多地高考学生家长收到冒充省级“教育考试院”发送的短信，声称“监测到考试违规行为需申诉”。此类精准利用高考节点、假冒官方身份实施的诈骗，引起社会广泛关注。随着高考、中考在6月相继举行，针对考生及家庭的所谓“招生录取”“查分改分”“内部名额”等各类升学类诈骗，也进入高发期。

抖音风控专家刘一方表示，平台在2025年监测到的诈骗手法呈现高度多样化态势，识别出超过100种不同类型的诈骗案例。这些诈骗手法表现出显著的季节性变化规律，比如在夏季，以色情诱骗为由头、诱导受害者进行虚假购物充值的诈骗类型，往往呈现高发态势。

谢澍指出，当前电信诈骗犯罪团伙不再是小规模“全包揽”，而是形成跨平台分工链条，在A平台精准引流，再将“潜在受害人”作为商品售卖给B平台上的实施团伙。犯罪分子利用平台间的信息差、时间差与监管差异实施犯罪，这一趋势对跨平台协同治理提出了新要求。

针对此类跨平台欺诈，刘一方表示，抖音风险治理团队运用用户文本、图片、视频等多维度信息，自研构建多模态大模型，在此基础上搭建AI智能体，提升治理效率，并持续加强对用户反诈提醒。目前，抖音每日封禁涉诈账号超8万个，有效拦截异常投稿/评论超400万条，发送站内信提醒700万条。

平台技术人员发现，AI技术正被黑灰产滥用。诈骗者利用AI内容生成技术，批量产出高度逼真的文本、图像甚至实施深度伪造（如换脸换声），传统识别模型难以应对。与此同时，黑灰产借助大模型能力，可在短时间内批量生成大量涉诈应用或虚假程序，提高欺诈的效率和迷惑性，给平台风控带来严峻挑战。

北京市公安局东城分局刑侦支队副支队长张超在一线观察到，诈骗目标人群呈现“全年跨段覆盖”的新特点。实施“百万保障”类骗局的诈骗分子，通过假冒“平台客服”身份，使受害群体从老年人扩展至年轻人。

抖音反诈专项负责人张莹介绍，平台主要通过加强反诈提醒和宣传、完善客服验证工具帮助用户抵抗风险。用户可直接拨打抖音官方客服95152核实信息，还能在抖音App搜索“验证助手”输入相关内容核验。2025年，抖音陆续新增“客服联系记录”“动态验证码口令”等功能。截至目前，抖音日均保护潜在受害人超5万功能。

本次活动邀请朱时茂、董浩等8位创作者担任抖音反诈大使，向公众传播反诈知识，提升用户反诈意识。此外，北京、上海、四川、山东、河南、广西等多地户外大屏和地铁、高铁同步开展反诈宣传。

“平台将持续优化反诈技术、加强跨行业协作，并通过创新形式提升公众防骗能力。”抖音集团副总裁张辅平表示，希望更多人了解、参与反诈工作，多方共建，共同筑牢网络安全防线。

北京市通信管理局网络安全管理处副处长张志明表示，防范治理电信网络诈骗是通信管理部门的法定职责和重要使命。北京通管局联合公安、网信等部门提升反诈全链条打击效能，“防范诈骗是一场持久战、攻坚战，需要政府监管、企业履责、行业自律和用户参与同向发力”。



网上商家声称一元可定制珠宝鉴定证书，支持扫码查询。



网络截图

中青报·中青网记者 张敏

信息不对称、投诉多、退货难——

多方合力让珠宝电商直播清朗健康

诺“无美颜无滤镜”，但她收到的手镯与直播间展示的效果相差很大。当这位消费者与商家协商退款时，商家却表示“是灯光不同造成的”，并以“定制商品不退换”为由拒绝退款。还有一位消费者要求退货时，被商家直接拉黑。

北京互联网法院审判员、四级高级法官封瑜在接受中青报·中青网记者采访时说，当前珠宝直播销售的风险在于“即时性”。主播在直播中的话术、商品展示等无法像传统电商页面一样生成交易快照。消费者若未全程录像，很难证明商家当时的宣传内容与实际商品不符。“现实中，有消费者因举证困难而放弃维权，像商家辩称‘灯光差异导致色差’，消费者若无专业鉴定报告，难以证明商品存在问题”。

封瑜分析指出，当前珠宝直播间乱象由多重因素导致：一是低质商家“换马甲”成本低。部分不良商家在被投诉后，会注销原有店铺，换个身份重新开张。由于目前缺乏统一的线上经营者信用档案，消费者难以查询商家的违规记录。二是平台监管动力不足。封瑜表示，电子商务法要求平台审核商家资质，但在实际操作中，存在部分平台更注重吸引商家入驻以求盈利，而忽视风险管控。三是消费者“冲动消费”。封瑜观察

到，珠宝直播间的下单高峰多集中在夜晚，消费者在主播话术影响下容易冲动购买高价商品，花高价买到以次充好的货品，无法退货。

营造良好的网络交易环境和消费环境，保护消费者和经营者合法权益，是当前提振消费的题中应有之义。

《直播电商监督管理办法（征求意见稿）》中对直播电商活动的管辖适用、协同监管、监督检查、信用监管、约谈与整改等方面内容进行了规定。其中，明确直播电商平台经营者在违规处置、资质核验、信息报送、培训机制、分级管理、动态管控、信息公示等方面的责任，明确了直播间运营者和直播营销人员服务机构、直播营销人员的责任和义务，强化了监督管理手段，强调不履行法定义务应当承担的法律责任。

北京阳光消费大数据研究院执行院长、中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江认为，应强化电商平台对珠宝网络直播的依法依规管理，加强对网络直播间等的检查和抽检。

珠宝国检集团新闻发言人、品牌建设与市场部主任孟晓璐建议，电商平台应主动构建防伪机制。由行业协会和龙头企业组建专家委员会，制定严格

的商家准入标准。监管部门要完善考核体系，将平台质量管理纳入监管评估指标，压实平台主体责任；同时建立证书联网核验系统，实施常态化抽检制度。要强化执法惩戒力度，将售假商家立即关停并列入黑名单；提高巡查频次，加大行政处罚力度；建立违法线索快速移送机制，依法追究制假售假者的法律责任。

封瑜认为要多方合力规范珠宝直播行业。她提示，消费者要提高警惕，注意留存证据，选择信誉良好的平台购物，避免通过私信或线下转账交易。平台方要加强审核与数据留存，如建立商家信用档案，对多次违规的经营者采取封禁措施；延长直播数据保存期限，便于纠纷处理时调取证据等。监管部门要完善市场准入与信用体系，加强对鉴定机构的监管，打击伪造证书行为，并对直播电商设定更严格的数据留存要求，确保交易可追溯。

“法律是事后救济，关键在于事前防范。”封瑜强调，珠宝直播行业要实现健康发展，需要平台、监管部门和消费者共同努力。“对于消费者而言，理性购物、留存证据是有效的自我保护手段；平台、直播行业要提高门槛、加强监管，让珠宝直播电商走得更远”。