

市市场监管局公布贵金属首饰监督抽查情况：

“南非甄钻”挂件等抽查不合格

□ 见习记者 王葳然

从黄金到白银，从钻石到珍珠，琳琅满目的商品满足了消费者的多样化需求。然而，随之而来的问题也不容忽视，特别是关于贵金属首饰的标识、质量等问题。近期，上海市市场监管局对浦东新区、青浦、普陀、松江、黄浦、金山、静安、徐汇、奉贤九个区域和天猫、抖音两家网络平台47家企业销售的42个品牌80批次贵金属首饰进行了监督抽查，本次检测项目涉及贵金属纯度（含量）、质量、标识（标签、印记）3项，不合格项目为标识（标签、印记）。

不合格检出率为8.8%

根据相关标准要求，标签命名内容只能包括纯度、材料、宝石名称和首饰品种。命名名称前、后不得再有其他内容；印记内容应包括：厂家代号、材料、纯度以及镶嵌首饰主钻石（0.1克拉以上）的质量。

经检测，有7批次不合格，不合格检出率为8.8%。其中4批次标签中包含不符合标准要求的字样，6批次印记缺少厂家代号。

如上海市金山区甄钻珠宝店在万达广场（金山店）销售的标称由上海甄钻珠宝有限公司生产（或供货）的足金3D硬金挂件，贵金属首饰命名名称中包含“3D硬金”字样，另外，该批次未标注厂家代号，均与国家强制性标准不符。

上海璨玺珠宝首饰有限公司在天猫拜廷旗舰店销售的标称由其生产（或供货）的足金耳饰（型号规格：约1.26g金含量999‰），未标注厂家代号，与国家强制性标准要求不符，并且标识不合格，消费者无法准确了解产品的真实情况，影响消费者正确选购。

近日，市市场监督管理局还公布了珠宝玉石市场监督抽查情况的

公告。本次共对卡地亚、宝格丽、老凤祥、老庙、周大福、潘多拉等58家企业59个品牌100批次珠宝玉石进行了监督抽查。经检验，有16批次不合格，不合格检出率为16%。检测项目涉及放大检查、折射率、红外光谱、紫外可见光谱等10个项目。本次不合格项目是名称、标识2项。

如奈盛贸易（上海）有限公司在小红书销售的标称由其生产（或供货）的S925银/合成立方氧化锆耳环（型号规格：02390785-658-TU；生产日期/批号：3661266737863），企业标称为“合成立方氧化锆”，实测为“玻璃”。国家标准要求，珠宝玉石定名应按照定名规则进行确定，不同品类的珠宝玉石市场价值不同，定名不准确，容易误导消费。

已责令停止销售

根据相关抽查结果，市场监管部门已责令相关经营者立即停止销售不合格产品，对库存产品、在售产品进行全面清理，按照相关法律法规要求主动采取措施，保护消费者合法权益，并对生产、销售不合格产品的经营者移送所在地市场监管部门依法调查处理。

市市场监管部门提醒消费者，在选购贵金属首饰时，应注意以下几点：消费者应向商家索要销售票据及证书，并要求商家在发票上标明产品的具体名称。如果旅游途中购买了当地的金银珠宝，一定要及时向商家索要销售发票，一旦发生质量纠纷，可以维护自己的合法权益。如果配备检测证书，可查询CMA标识或查询检测机构官网、电话咨询等方式，查验产品证书的真实性，确认信息与实物是否匹配。市市场监管部门建议消费者选择明确标注贵金属纯度的产品。购买贵金属时，消费者应检查印记是否正确、完整，印记应至少包括厂家代号、材料及纯度。

消保委关注



金饰可以用“一口价”销售吗？

□ 记者 章炜

近日，有打假“网红”质疑部分知名黄金珠宝品牌“一口价”销售模式构成欺诈，引起了广泛热议。那么，到底什么是黄金珠宝的“一口价”销售？“一口价”销售又是否侵害了消费者权益呢？对于消费者的这些疑问，近日，上海市消保委黄金珠宝专业办进行了解答。

什么是“一口价”销售

引起争议的“一口价”销售，实际上指的是一种黄金珠宝首饰的计价方式。黄金珠宝首饰零售主要采取两种计价方式：一种是以克计价，就是产品上既标注克重，也标上工费，消费者购买时，先按克重乘以当日金价，再加上工费得出产品售价；另一种是按件计价，也就是“一口价”销售，即产品直接标明售价，至于克重等只是作为辅助信息，并不直接影响售价变化。

近几年来，古法金、5D硬金等黄金首饰制造工艺不断提升，贝母、珉琅等其他材质的组合应用层出不穷，热门IP、国潮联名等文化概念也融入首饰设计，像蒂芙尼、卡地亚等高档珠宝品牌，大多采用“一口价”销售模式进行计价。而在国内黄金珠宝首饰市场，目前则既有按件计价，又有以克计价的产品。

消保委表示，对于近年来较为火爆的黄金镶嵌其他材质的新产品，以克计价的传统模式可能导致价格较为低廉的贝母、珉琅等其他材质卖出了金价，侵害了消费者的权益，因此“一口价”销售模式应用在这类饰品中，倒也不失为一种更合理的计价方式。

侵害了消费者权益吗？

不同的黄金珠宝首饰，是否有相对应的不同计价方式？由于并没

有相关的规定限制经营者采用何种计价方式，因此，黄金珠宝门店大多自行规划自家金饰的计价方式。

消保委指出，《消费者权益保护法》规定，消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的知情权、享有自主选择商品或者服务的选择权。

“克重”是国内消费者购买黄金饰品最为关注的点之一，因此，经营者在销售弱化黄金材质属性的“一口价”金饰时，应当以显著标识标明克重等信息，并避免与其他黄金饰品混淆销售，同时需主动告知消费者“一口价”金饰的售后限制条件等，减少消费者因不知情购买而引发纠纷。

从过往的“一口价”金饰消费争议看，以材质为主要卖点的传统观念与近年来不断上涨的金价导致消费者对“一口价”销售的排斥，而门店避重就轻的宣传手段、不规范的营销方式，更是加剧了消费者的误解。

消保委提醒，作为经营者，应当通过“明码标价”明确标示消费者最在意的金饰克重、纯度等信息，通过合理解释帮助消费者理解黄金珠宝首饰的文化、款式、工艺等附加价值，扭转过往以“保值”作为主要目的的黄金饰品消费思维定式；作为消费者，则要特别关注标识标签、核实克重纯度、确认售后规则，才能挑选到价格合理、符合心意的首饰。



按件计价（“一口价”）金饰标签

上海市市场监督管理局2024年贵金属首饰监督抽查不合格情况表

序号	被抽检人	被抽检人所在商场/平台	商品名称	标称商标或品牌	型号规格	标称生产企业或供货	不合格项目
1	上海市金山区甄钻珠宝店	万达广场（金山店）	足金3D硬金挂件	南非甄钻	1.12g	上海甄钻珠宝有限公司	标识（标签、印记）
2	上海市金山区甄钻珠宝店	万达广场（金山店）	银999手镯	/	-	上海甄钻珠宝有限公司	标识（标签、印记）
3	上海奥美商贸有限公司	天猫	3毫米平面戒指	奥美	活口可调节	上海奥美商贸有限公司	标识（标签）
4	上海基路伯礼品有限公司	天猫	P1950白金0字链	/	重量：2.37克	上海基路伯礼品有限公司	标识（印记）
5	上海超鸣贸易有限公司	天猫	18K金手链	LEYUN JEWELRY	克重：2.00g	上海超鸣贸易有限公司	标识（印记）
6	上海帝普珠宝有限公司	天猫	18K金精品戒指	Deep 帝普	13号	上海帝普珠宝有限公司	标识（标签、印记）
7	上海璨玺珠宝首饰有限公司	天猫	足金耳饰	璨玺珠宝	约1.26g 金含量999‰	上海璨玺珠宝首饰有限公司	标识（印记）