

# 珍珠价格疯涨，“真火”还是“泡沫”？



“要多少点位的？”“这几条是我挑出来最好的，基本没什么瑕疵。”在某家有一千多人观看的珍珠直播间内，主播只用不到十分钟的时间，便完成了一笔4680元的订单。而在该名消费者挑选珍珠时，直播间内还有至少七八人明确在排队，主播需要一一记下ID才不至于弄错顺序。

曾经被视为“妈妈款”的珍珠这两年却开始被年轻群体追捧，价格一路疯涨的背景下，“抢珍珠”继“黄金热”后成为新浪潮。

## 海水、淡水珍珠价格齐涨一倍

尽管“年年涨”是不少珠宝的常态，但今年珍珠的涨幅让不少商家也直呼“太离谱”。

据中国珠宝玉石首饰行业协会统计，2022年中国珠宝玉石首饰产业市场规模约7190亿元，与上一年基本持平。其中，珍珠市场实现两位数增长。

一名消费者告诉记者，海水珍珠早在年初已开始大涨。“去年我花9500元买到一条8.5-9mm的rose级别Akoya珍珠项链，而今年一条7.5-8mm的海水珍珠项链已经要12万元了。单珠好看的，甚至涨了一倍还不止。”

随着海水珍珠价格水涨船高，近期淡水珍珠也应声齐涨。

“因为海水珍珠涨了1-1.5倍，不少人选择买淡水珍珠替代，结果淡水珍珠也开始疯涨，现在高品质涨得比海水珍珠还多。”经常出没珍珠直播间的小岑(化名)表示，“一条淡水无核珍珠一个月前还是4000元，现在涨到了6000元，直播间主播还说在诸暨的拿货价要7500元。”

除高品质珍珠价格大涨外，低端珍珠的价格也

乘上了“火箭”。

从事淡水珍珠批发的李丽(化名)告诉记者，自己经常给一些珍珠卖家供货。“前不久原本打算不干了，所以清过一次仓，结果发现当初的卖出价已经买不起现在的珍珠了。”

“去年批发价50-60元左右的小米珠项链，现在进货要100多元。”她说。

## 消费者为何愈涨愈买？

珍珠涨幅为何如此“夸张”？

从事珠宝直播的赵莹(化名)认为，珍珠整体涨价是受多重因素影响。其中，国内珍珠养殖规模缩减是淡水珍珠价格暴涨的主要原因。

“以前很多珍珠养殖户会大量投喂肥料，污染水体。为保护生态环境，一些地区陆续开始对珍珠

养殖进行限制和规范，养殖户的数量下降，导致整体成本上升。”她说。

公开资料显示，中国是全球最大的淡水珍珠生产国，有“中国珍珠之都”之称的浙江省诸暨市山下湖镇拥有全球最大的淡水珍珠交易市场，占世界淡水珍珠总产量的73%，全中国淡水珍珠总产量的80%。不过伴随一批不符合生态标准的养殖场被关停，珍珠产量也随之下降。浙江省珍珠行业协会数据显示，2019年全国珍珠产量为120万公斤，到2020年下降到100万公斤，2021年为80万公斤。

与之形成对比的是，消费者对珍珠的需求逐年上升。

“近年来，明星屡屡戴珍珠出镜，不少人开始争相购买明星同款。以前大众觉得上了年纪的人才佩戴珍珠，但现在发现珍珠尤其是巴洛克珍珠(异形珍珠)也可以戴出时尚感。”赵莹说。

另一方面，日本核污水排海也进一步激发人们对珍珠的购买欲。不少消费者担心海水珍珠品质会受到影响，开始提前自己购买珍珠的计划。而在海水珍珠价格大涨后，寻求“平替”的消费者最终也助推了淡水珍珠走热。

小卢(化名)向记者表示，自己已观望了很久珍珠市场，在日本核污水排海后，自己终于决定买几条珍珠项链“囤着”。“为保险起见，就怕以后想买的时候买不了了。”她开玩笑说道，“在社交软件上私信了专卖珍珠的卖家，结果回复得很慢，可能现在的珍珠不愁卖。”

浙江珍珠行业协会曾在文章中指出，据中国珠宝行业发展报告的数据，中国和日本占海水珍珠总产量的95%以上。而日本盛产的Akoya珍珠也是极具代表性的高品质海水珍珠，占据一定的市场份额。

记者注意到，如今不少珍珠商家表示自己手中的海水珍珠还是去年的囤货。而谈及日本排海的影响，不少珍珠商家表示尚不清楚：“具体情况还不知道，但未来可能会对消费者购买造成影响。”

## 二手珍珠在市场流通性较弱

在众多消费者抢购珍珠的同时，也有人选择了观望，甚至是“泼冷水”。

“实在是太贵了，随缘买吧。”小岑表示，自己已放弃购买大珠链，转而蹲守价格合适的对珠精品。

在赵莹看来，尽管如今珍珠大热，但自己仍不看好珍珠的长期走势。“说到底，珍珠是有机宝石，有大量成熟的养殖户，属于可再生资源。目前珍珠的价格已经涨到脱离实际了，还是建议理性消费。”

她向记者表示，与红蓝宝等彩宝相比，珍珠养护较为麻烦，一些珍珠佩戴久了光泽会变差，白色珍珠甚至会泛黄，因此在二手市场上的流通性较差。

另有业内人士认为，珍珠价格难以降回几年前的价格，但未来可能会有小幅度的上下调整。“等需求减少的时候，泡沫就结束了。”

来源：中国新闻网

# 借贷入口泛滥各大App 网友：买根葱都会被诱导贷款

“在网上买根葱都要我开通贷款”“买份早饭被分了36期支付”……这不仅网友简单的吐槽，更是当前各类App花式“求借钱”的写照。

在我们日常使用的各种软件中，可能藏着数十个网贷业务的入口，通过优惠支付、赠送会员、默认选择等方式引导消费者选择借贷服务，而用户稍不留神就可能“被套路”。

## 互联网软件平台尽头是借贷？

记者下载了20款常用App，涵盖了从外卖到购物，从出行到社交等各个品类，经实测发现，这些软件均设置了借贷功能。

其中，有的软件还会将借贷服务入口放在明显位置。例如，看似和金融“八竿子打不着”的美颜软件——美图秀秀和美图相机，将“借钱”入口置于首页热门修图功能之间，十分显眼。

而饿了么、美团则选择在用户个人主页“我的-我的钱包”将借款功能做重点展示。“每次点外卖看到‘我的钱包’里的红色小气泡总忍不住想点进去，看起来太像未读消息了。点击进去之后才发现是让我申请贷款额度的。烦人的是，退出之后，过阵子红色小气泡又会继续出现。”网友陶女士说。

另一位用户则表示，自己在点外卖时被优惠信息引导开通了月付功能，一种类似于花呗的“先用后付”服务。“开通之后App还会出现弹窗，用无门槛优惠券引导开启月付优先付款。”

记者发现，使用“蜜糖攻势”吸引用户借贷的软件不在少数。例如，携程的机票购买界面会出现“您有30元机票立减券待领取”的活动字样，点进去实际是借款服务；爱奇艺和芒果TV均打出了“免费送视频会员”的广告，百度网盘则称“网盘VIP免费送”，这些所谓“赠送”的会员服务，往往以首次获得额度并使用借款功能为门槛，用户可享受有会员权益的时间为一至六个月不等。

在某消费者投诉平台上，不少网友投诉称自己经历了“诱导式网贷”。其中一位表示，“每次打开视频App进去就有消息推送领VIP年卡，点进去就让你贷款首次取才有得领，这不是明摆着坑人吗？”

为何各类App“扎堆”推出借贷服务，花式“求借钱”？浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林认为，其实这是数字金融的大趋势。数字金融的本质就是“无处不在的金融”，将金融功能嵌入到各类应用场景当中。

“对于App来说，其动机在于利用金融营销来实现流量变现，而对于金融机构来说，其动机在于利用App流量来获取客户。只不过，这种推介往往会出现过度、虚假等问题。”盘和林说。

DCCI互联网研究院院长刘兴亮提出了四个关键因素，“第一是盈利驱动，放贷是一种可以获得高利润的业务，通过收取利息和服务费，App可以获得额外的收入。第二是用户黏性，提供贷款或分期付款等功能，可以增加用户对应用程序的依赖，提高用户活跃度和停留时间。第三是跨界合作，许多App与金融机构合作，共同推广相关服务，实现双赢。第四是数据收集，放贷也允许App收集用户的财

务信息，这对于数据驱动的业务模型是有价值的。”

## 隐私泄露、过度负债等风险暗涌

“无处不在的金融”大大降低了借钱周转的门槛，但在“满屏皆是金融App”的当下，隐私泄露、过度负债等风险暗涌，引起公众关注。

平台诱导贷款的“连环call”就是让部分消费者头疼的问题之一。例如，有哈啰单车的用户表示，经常收到平台电话邀请自己贷款，且每次的来电号码和IP地址均不同。“对方是机器人，无法与他进行沟通，已经影响了我的生活日常。”

记者在实测某视频软件借贷功能时，平台提示需要扫描身份证照片，由于当时身份证不在身边而选择了退出借贷界面。随后，记者接到了号码开头为“171”、地址为河南平顶山的电话，对方详细介绍了上述借贷产品。经沟通发现，来电电话方为AI，其大部分时间都在“自说自话”。记者多次尝试回拨，该号码却无法接通。

还有一些纠纷则涉及到分期付款的服务费问题。常见的投诉集中于平台诱导用户进行分期付款，并收取分期服务费，而提前结束分期也将收取相应服务费。

记者实测发现，相关平台在诱导用户开通借款额度、使用分期付款方式时，通常对优惠信息及开通按钮作突出展示，如标红、闪动等，但未对服务费做重点说明，服务费相关规定需要点入具体的服务协议中方可查看。

值得注意的是，用户在开通借贷功能时，“同意协议”的选项往往为一键勾选或一键点击，但实际包含征信授权、信用付款、个人信息授权等多个协议，例如携程“拿去花”需要用户“打包式同意”8个协议，开通京东白条涉及的用户协议数量为5个，而关于服务费的相关规定就位于这些繁复的协议文本之中，难以快速察觉。

“App诱导式网贷的风险在于金融信贷产品本身，有隐私风险、诱导客户盲目借款的风险，还有虚假宣传、虚假承诺、误导客户的风险。”盘和林表示，“当然，也要看到，并不只是App渠道有此类风险，银行柜台同样也可能出现问题。只不过，App在用户面前展现更加频繁，其风险更加显性。”

刘兴亮指出，一些不正规的App可能会滥用或非法出售用户数据，导致用户隐私泄露。同时，由于贷款易于获得，消费者可能会过度借款，导致负

债累累。

“高利率和隐藏费用、不明确的条款也值得注意。一些贷款产品可能带有高额的利率或难以察觉的费用，诱导式广告可能会隐藏重要的合同条款，导致消费者陷入不利的情况。”刘兴亮说。

北京大成律师事务所高级合伙人肖飒表示，针对网贷市场的种种乱象，中国银保监会去年发布了《关于警惕过度借贷营销诱导的风险提示》，其中就提出了网贷平台所存在的诸如诱导消费者办理贷款、信用卡分期等业务，诱导消费者超前消费等行为。

“结合实践，网贷如果在营销过程中存在着混淆、诱导消费者办理贷款、信用卡分期等业务的行为，将有可能侵害消费者知情权和自主选择权。此外，网络平台的网贷还可能存在着过度收集、滥用客户信息的行为，比如不当获取消费者外部信息，使得消费者的信息安全权置于极大风险。”肖飒进一步补充。

值得一提的是，今年8月，默安科技创始人兼CTO@安全\_云舒曾在社交媒体上透露，自己在携程购票时莫名其妙被选择贷款服务，并在未被通知的情况下导致1000元的贷款逾期。随后，其删除了相关内容。但记者搜索发现，在社交媒体上，用户吐槽自己被引导贷款且未收到充分告知的情况并非个例，不止携程，其他平台也存在此类问题。

若App在用户开通贷款功能后，将贷款支付作为默认付款选项，且未做充分的还款提醒，造成消费者贷款逾期，责任应由谁承担？

肖飒结合《电子商务法》第19条、《消费者权益保护法》第9条分析指出，上述行为涉嫌利用技术手段、格式条款强制交易，侵害了消费者所享有的公平交易权和自主选择权。在合意缺位的情况下，倘若运营方擅自将款项付至用户的账户中，相较于借款，二者更可能形成不当得利的法律关系，用户仅负有返还本金的责任，无需对利息与期限担责任。

## 专家呼吁平台守好营销底线

实际上，早在2020年，中国银保监会会同中国人民银行等部门发布的《网络小额贷款业务管理暂行办法(征求意见稿)》就督促经营网络小额贷款业务的小额贷款公司加强经营管理，“业务办理应当遵循公开透明原则，充分履行告知义务，使借款人明确了解贷款金额、期限、价格、还款方式等内容，并在合同中载明。禁止诱导借款人过度负债。禁

止通过暴力、恐吓、侮辱、诽谤、骚扰方式催收贷款。禁止未经授权或者同意收集、存储、使用客户信息，禁止非法买卖或者泄露客户信息。”

多位受访专家表示，相关平台和机构应守好自身底线，做好消费者权益保护工作。

“相关平台和机构应为用户提供关于贷款风险的教育和资料，同时严格遵守法律法规，做好数据安全保护，避免误导性或过度的营销策略，尊重用户的权利。”刘兴亮说。

肖飒指出，在客户信息安全方面，根据《移动金融客户端应用软件备案管理暂行办法(试行)》，金融机构在客户端软件上架之前，应当办理备案。其次，设置了借款功能的App平台应按照与App收集处理个人信息有关的指引，核查并完善《隐私政策》、《用户协议》等有关个人金融信息的后台处理规则以及前端设置。比如，以字体加粗、标星号等方式显著标识敏感信息类型，明示告知消费者个人信息处理规则等。此外，App应参照《常见类型移动互联网应用程序必要个人信息范围规定》在最小必要范围内收集处理个人金融信息，并在收集处理前获得消费者的同意。

盘和林建议，打通投诉、维权渠道，不能由平台、由金融机构自行解决，监管要直插到底，听到消费者的声音。另外，金融机构要提升透明度，公开借贷资金来源，区分联合贷、助贷、自营贷等。

面对App花式放贷的情况，消费者应如何避坑？

在肖飒看来，首先，消费者要提高保护自身的信息安全意识，认真阅读合同条款，不随意签字授权。其次，消费者应注意保管好个人重要证件、账号密码、验证码、人脸识别等信息。此外，合法的网贷平台应该在中国人民银行备案，消费者在申请贷款的时候，可以通过中国人民银行的官方网站查询平台的备案情况。

“正规的网贷平台都会对借贷者的年龄、个人征信、还款能力和还款意愿等进行合理的风控审核。天下没有免费的午餐，如果仅凭身份证3分钟即可放款或贷款利率过低，那很有可能是贷款骗局。”肖飒提示。

供稿：《21世纪经济报道》

美好时光 “纸”传祝福

新婚祝福 | 爱情祝福 | 升学祝福 | 生日祝福  
纪念日祝福 | 节日祝福

刊登价格	999元/期 (7.2*10cm)
299元/期 (7.2*3cm)	1314元/期 (14.6*6cm)
520元/期 (7.2*5cm)	1999元/期 (14.6*10cm)

祝福启事 咨询热线 0532-83861285

## 高新区文典路施工通告

因高新区文典路(和融路至暖融路之间路段)工程建设需要施工占路，自2023年10月16日至2023年11月15日，该路段实施全封闭施工，沿文典路东西向行驶的车辆可经暖融路—智力岛路—和融路绕行；沿文典路西向东行驶的车辆可经和融路—智力岛路—暖融路绕行。

施工期间带来的不便敬请谅解。

特此通告

青岛市公安局交通警察支队高新区大队  
2023年10月11日