淇河晨报

商家发布广告首选媒体 百姓衣食住行消费指南

2012/5

农历壬辰年四月廿七

总第 119 期

标价近两百万元的翡翠不值百元

专家提醒:在不规范的展会、跳蚤市场、旅游景点等场所慎购首饰



山西省金银珠宝玉石质量协 会受山西省质监部门委托开展的 金银珠宝玉石行业定期监督抽查 结果显示,该省金银珠宝玉石产品 合格率已由 2007 年的 78%上升至 2012年的88%, 提高了10个百分 点。但是,该协会近期也受理了多 起个人委托的检验业务和消费者 投诉,发现情况并不乐观,不少消 费者购买的产品存在以次充好、以 假乱真的问题。该协会近日发布消 费警示,提醒消费者应选择到有信 誉、有资质,售后有保障的商家购 买珠宝玉石产品。



案例-

被骗金额越来越大

日前,太原市消费者王女士拿了一只翡翠 镯子来到山西省金银珠宝玉石质量协会请专家 进行鉴定。王女士说,那只镯子是她不久前在一 个大型博览会上买的,标价几十万元,商家称是 A货,经过几番讨价还价,最后只花了6万元买 下了。专家看了看镯子,觉得成色和水头都不 错,颜色也很自然,但拿到阳光下反复查看后发 现,镯子内部有加工处理的痕迹。再用专业仪器 进行检测,发现镯子内有人工填充物。专家最后 评估,该镯子顶多值几千元。

山西省珠宝玉石质量协会会长孙桂芳还向 记者讲述了另外一个案例。在该省去年举行的 一次国际珠宝展销会上,一位消费者购买了一 只标价近200万元最后5万元成交的翡翠首饰, 当时消费者感觉捡了个大便宜,后来送至该协 会被鉴定为合成品,价值不足百元,等再去找销 售商时,对方已踪迹全无。

孙桂芳告诉记者,近年来,金银珠宝玉石行 业消费者投诉有明显增多的趋势,投诉消费者 1/3。

被骗金额越来越大。

问题-以次充好以假乱真

记者从山西省金银珠宝玉石质量协会了解

到,该协会汇总分析受理的投诉案例发现,目前 珠宝消费领域以次充好、以假乱真的现象比较

随着人工合成的技术水平越来越高,目前 一些人工合成珠宝已无法通过肉眼区分,只有 经过仪器检测才能辨别真假。比如,人工合成的 水晶饰品因为品质好、价格低,成为一些商家替 代天然水晶的最佳选择。人工合成水晶的工艺 制作原理并不复杂,主要是通过对天然水晶原 料进行高温熔解后,除去原料当中的杂质重新 结晶,质地非常干净而且没有气泡。如果天然水 晶中含有包裹体的话,还好区分二者,但如果天 然水晶的质地也非常透明、干净的话,就需要通 过仪器进行光谱检测才能进行区分。记者了解 到,人工合成水晶的价格只为天然水晶价格的

对于造假最多的翡翠,目前一种"高B 货"的翡翠开始成为一些不法商家充当天然翡 翠的替代品。在行业中,翡翠被分为A货、B 货, A 货翡翠就是未经任何加工的天然翡翠, 而 B 货翡翠是将翡翠中不好的原料进行加工, 在酸性溶液中去除杂质,从而提高翡翠的品 相,但行家往往能一眼看出"AB 之别"。而高 B 货翡翠就是通过使用特殊工艺对 B 货翡翠进 行加工后的产品,其使用的一种用肉眼难以识 别的胶, 只有通过仪器分析其结构才能分辨出 来。这种造假是获利最高的,最高能达几百

由于价格偏高,所以市面上的人工合成钻 石并不多,但"冒充"钻石的石头却有不少。孙桂 芳介绍说,有3种石头是"伪装"钻石的"高手", 它们分别是合成立方氧化锆、无色透明蓝宝石、 合成碳硅石,但在专业人士看来,通过颜色、光 泽度、色散以及棱线等方面,仍能卸下其"伪 装"。据悉,这3种石头的价格都不高,尤其是立 方氧化锆,如果想模仿30分的钻石,只需要十 几元钱的成本,而合成碳硅石属于三者中比较 难辨别的种类,价格也只是钻石价格的30%到

起点科技有限公司

0392-2103721

选择诚信专卖店

针对珠宝消费投诉多发的现象, 山西省金 银珠宝玉石质量协会近日发出消费警示, 提醒 消费者在选购珠宝首饰产品的时候注意以下几 点:购买珠宝首饰产品不要盲从、跟风,要根据 自身需要进行理性选择;要选择有信誉、有资 质,售后有保障的商家;购买时千万不能只看折 扣,还应该注重产品本身的品质,市场上一些标 价 10 万元的饰品,可能花 50 元就能买到;注意 索取有检验资质的合法机构出具的饰品证书; 注意查看标识标签和贵金属上面的印记, 要注 意商品标签上的产品名称是否清晰明确;不要 有图便宜的侥幸思想,须明白一分价钱一分货。

山西省金银珠宝玉石质量协会同时特别提 醒消费者,因为珠宝玉石的专业性极强,普通消 费者很难鉴定其真假和品质,在购买珠宝玉石 时,尽量不要购买不规范的各类展会、跳蚤市 场、旅游景点、网上和电视购物以及"游击队"等 销售的无售后保障的珠宝玉石,远离"重灾区"

(据《中国消费者报》)







优秀导购员2名,大专以上学历

地 址: 新区新世纪广场东区甲7号 联系电话: 15939248805