

前沿

名贵钟表鉴定师迎来千亿市场新机遇



名贵钟表鉴定师是经国家批准的职业工种。在中国,这是名贵钟表鉴定师首次被以国家职业资格形式确立。此前,行业内并不存在这样一个正式岗位



鉴定师正在检查机械手表部件。

德勤 2024 年 12 月发布的研究报告 Swiss Watch Industry Insights 2024 (《2024 钟表行业洞察》)显示,自 2020 年以来,全球消费者购买二手奢侈品手表的兴趣翻倍,这一市场潜力仍在持续扩大。

二手奢侈品手表流通市场鱼龙混杂、真假难辨,相关从业人员掌握一定的专业技术就显得尤为必要。

人才缺口不低于 10 万
“在中国,这是名贵钟表鉴定师首次被以国家职业资格形式确立。此前,行业内并不存在这样一个正式岗位。”中国钟表协会理事长张宏光向记者表示,在《国家职业标准开发计划》中,名贵钟表鉴

定师后用括号标注了“工种”二字,而这一工种的编号为 41-05-05-02,含义是名贵钟表鉴定师是隶属于“鉴定估价师”职业下的一个工种。

这一工种获得正式认定并非易事,回顾名贵钟表鉴定师职业资格诞生的历史沿革,张宏光说:“中国钟表协会于 2013 年首次向人力资源和社会保障部申报了名贵钟表鉴定师新职业,2015 年,名贵钟表鉴定师被纳入《国家职业分类大典》,标志着该工种获得官方认可。”

“从从业人员规模上看,回顾 2013 年申报名贵钟表鉴定师新职业时,协会仅依据当时可查的专职人员数量,上报了 1.2 万人。如今看来,这一数字显然比较保

守。经过十多年的市场扩张,协会重新测算发现,目前实际从事或需要掌握该技能的人数已不低于 10 万人。其中,既包括专职从业者,也包括大量‘非典型’需求方。”张宏光说。

除了这些典型场景之外,二手手表交易的爆发式增长,也成为推动这一职业迅速扩容的最大变量。张宏光向记者表示,2023 年,中国二手手表年交易额已突破千亿元,与一手手表市场规模旗鼓相当。

从业两极分化待破局

张宏光还表示,目前行业从业者呈现“两极并存”特征:一方面,一批从业数十年的顶尖专家已具备最高等级水准,却因培训

与认证体系尚未完备而无证可循;另一方面,部分能力不足者却持各类非国家证书上岗。协会正加速推进国家职业标准落地,计划通过国家认可的培训与评价机制,为前者“补证”,为后者“提质”。

在名贵钟表鉴定师被正式列入国家职业分类之前,中国并不存在针对这一高级技能岗位的统一标准。“而名贵钟表鉴定师正是典型的高级技能岗位——仅凭课堂讲授远远不够,学员必须掌握大量实操技能,亲手拆解大量实物腕表……”张宏光说。

“许多人为了就业,会交一笔不菲的报名费去拿不正规的证书。我曾经参观过某个私人培训中心,共有 6 层楼。里面一边在培训,一边在直播卖货,卖的全是二手箱包、二手鞋、二手手表,货品的证上都挂着‘奢侈品鉴定认可书’,这些认可书缺乏法律效力,有些甚至没有公章。所以名贵钟表鉴定职业标准也事关行业的正规性。统一国家职业标准、规范鉴定流程,不仅能抑制劣币驱逐良币,更能为中国高端消费、二手流通、司法判例提供可靠技术支撑。”张宏光表示。

目前,这一国家职业标准正在紧锣密鼓地制订中。

□ 赵曦 唐瑞
《消费日报》8 月 11 日

预警

警惕线上减肥产品营销陷阱

近期,网络直播间减肥产品销售乱象频发,虚假宣传、违规导流等问题突出。黑龙江省消费者协会调查发现,部分直播间存在伪造国家机关背书、私域诱导消费等违法违规行为,严重侵害消费者权益。针对减肥直播间的各类违法违规乱象,黑龙江省消协近日发布消费警示,提醒广大消费者警惕减肥直播的“官方”噱头与私域营销套路。

一是明辨“官方背书”噱头,谨防误导。要主动核验注册信息,登录市场监管总局官方网站的“特殊食品信息查询平台”,输入产品标注的注册号(如国食健字 G/J××××),仔细核验其真实性、有效性及对应产品信息是否与直播间所售完全一致,严防“伪造批号”或“张冠李戴”;要准确理解注册含义,保健食品注册/备案号仅代表最低限度的安全性与基本功能,声称“有助于减少体内脂肪”等并不是注册号的“效果认证”或“官方推荐”,对直播间营造的“政府背书”假象保持高度警惕。

二是抵制私域营销诱导,保护个人信息。慎加陌生微信,不轻易扫描来源不明的二维码添加私人或企业微信,私域空间脱离平台监管,虚假宣传、价格欺诈、信息骚扰风险极高,易

陷入持续性营销陷阱;质疑“效果证据”,对经营者私域提供的任何“效果对比照片”“成功案例”等要持质疑态度,可要求其提供经具有法定资质的第三方检测机构出具的检测报告,或真实消费者完整的、可验证的使用记录,切勿轻信“无效退款”“绝对安全”等无法保障的空头承诺;拒绝非理性搭配建议,对私域客服推荐的“搭配服用”“组合增效”等建议,务必保持高度审慎,必要时咨询专业医师或药师意见,确认无禁忌及健康风险后再做决定。拒绝任何形式的强制搭售或诱导过量购买。

三是聚焦产品安全,留存维权凭证。仔细查看产品成分,购买前务必详细查阅产品标签、说明书上的成分表,抵制国家明令禁止添加的违禁药物成分的减肥产品,避免给自己造成不可逆的健康损害;理性消费,留存证据,根据自身实际需求购买,警惕“多买多送”“套餐更有效”等促销话术诱导的冲动消费和囤积行为。交易过程中,务必妥善保存完整的购买凭证,如订单截图、支付记录、直播间宣传录屏、聊天记录、快递单据、产品实物及包装照片等。

□ 刘传江
《中国消费者报》8 月 8 日

经世评谭

母婴产品谨防『借政策割韭菜』涨价行为

近日,有媒体发现,不少家长在社交平台发帖称,奶粉、纸尿裤和辅食等母婴产品纷纷涨价。针对国家育儿补贴政策发布后母婴产品涨价的消息,不少品牌否认了这一情况,有客服解释为“618 大促结束恢复原价”或“平台活动差异”。

日前,育儿补贴、学前教育“逐步免费”两项民生政策相继推出,真金白银的惠民补贴实实在在地拿到手里,花在刀刃上,母婴产品却突然涨价,是不是借着政策窗口期“哄抬物价”?

就国补套现而言,“先涨价后打折”的价格违法行为较为清晰可查,但具体到此次母婴产品疑似涨价的风波,还是需要更谨慎地研判。毕竟,面对网络流传的涨价消息,多家企业迅速作出澄清并未涨价,但消费者购买的同一商品价格上涨是客观现实,且并非仅存在于某个品牌或某个产品中。

面对可能存在的“借政策割韭菜”的涨价行为,尤须做到防微杜渐、未雨绸缪。有关部门也可联合平台做好价格监控,及时调查相关商家异常的涨价行为,对借机哄抬物价者严格查处、开出“罚单”。

长远来看,母婴行业的价格体系也需更规范,企业在加强对各渠道管理监督的同时,也要做到价格统一透明。说到底,惠民政策的善意决不容被消减,必须让政策的受益者安心踏实地用好这笔“奶粉钱”。商家对政策补贴动歪心思是“玩火自焚”,尤须守好底线、切莫试探。(本版有删节)

《南方都市报》8 月 11 日

消费·指难

假农技专家直播坑农乱象频仍



近日,记者接到不少农民朋友的反映,他们在网上遇到了一批假冒的农技专家,坑农害农的骗局正在发生。

记者以“农业”作为关键词在各大短视频平台进行搜索,随即弹出不少所谓农业主播、助农专家的短视频。这些网络主播看起来非常专业,为农民解决各类农业种植遇到的问题。还有身着白大褂坐在研究院的专家型主播在短视频平台上为大家讲解农业知识。

在这些农业专家达人的短视频作品中,不仅有虚假宣传违规销售肥料、农药的内容,还有很多是分享农技“小妙招”的。

尽管这些“专家达人”的身份不同,分享的“小妙招”配方也不同,但视频的整体文案

和拍摄风格却高度雷同。

他们都会用大段篇幅渲染“不用就亏了”“农资店绝不会告诉你”之类的话术,最后推翻之前分享的“小妙招”,用一个更为真诚负责的语态,转而推荐自己的农资产品进行销售。

这些专家达人橱窗中推荐的产品,大多挂在一家名为“祥禾农资总店”的店铺中。

根据“祥禾农资总店”登记的地址,记者来到河南省濮阳市范县教场村。刚到村口,记者就看到,临街的一家店铺门口,条幅上面赫然印着“农多乐农资销售店”几个大字。

但当记者走近,却发现这家农资店大门紧锁,透过窗户往里看,屋内布满灰尘,杂物随意堆放,丝毫没有一家农资店的样子。

通过调查发现,同样以“祥

禾农业”为头像标识,并且虚假宣传销售“科沃华 花生膨大粒粒饱”的抖音账号“史老师说农业”,出镜者竟然和另一个名为“河南维欧主持培训”的账号出镜者是同一个人。

在这个账号里,“说农业的史老师”摇身一变“帽子哥”,成了一名专业主持培训老师,点进账号主页,可以看到简介明确写着“帽子哥 25 年主持口才教学经验、弟子 700+ 学员上万”。

据这位史老师介绍,祥禾农业是以签约、孵化农业达人,从而达到销售农资目的的农业电商团队,而自己就是祥禾农业团队的创始人之一。通过团队的运营,每个账号的变现能力都很高。

史老师坦言,在祥禾农业的 1000 多个账号中实际出镜、运营的工作人员都没有任何农业教育背景,甚至大多数人完全不懂农业知识。

谈到祥禾农业旗下的专家达人们,祥禾农业电商团队的负责人同样坦言,无论是研究院专家、还是农大学生,这些身份都是虚假的。是否了解农业知识不重要,带货挣钱才是唯一目的。

央视新闻客户端 8 月 10 日

理财天地

“假冒支付宝招商”骗局涉案千万



从去年开始,支付宝在全国范围内大力推广“碰一碰”支付技术,然而,不少公司假冒支付宝官方,以“独家代理”“区域招商”等名义骗取商户高额代理费和保证金,随后卷款跑路。

记者调查发现,此类骗局已导致全国多地商户受骗,单个受害者损失超过万元,累计涉案金额超千万元。

这些骗子公司往往在招商阶段精心包装,以极具诱惑性的话术吸引投资者入局。他们不仅划分出市代 6 万元、省代 12 万元、国代 25 万元等不同层级的代理模式,更信誓旦旦地承诺“投资越大回报越高”,甚至夸下海口保证投资者能够“年入百万”。

为了增强可信度,这些公司的会场布置高度模仿真实品牌活动,甚至使用平台 Logo 和宣传物料增强可信度。在会议过程中,工作人员会刻意安

排“托儿”混入参会者中,监视真实客户反应,并通过激昂演讲、音乐干扰等手段制造紧迫感,诱导现场签约交费。

值得注意的是,这种骗局并非首次出现,记者调查发现,利用此套路行骗的公司不仅会假冒支付宝,还会以小红书代运营、美团闪购、京东秒送、抖音电商的名义进行招商。他们主要瞄准那些小商户,用会销的形式吸纳投资。

关于支付宝碰一碰项目,支付宝官方热线工作人员表示,支付宝不会授权任何第三方以官方名义去招商或者诱导商家交费加盟,如果遇到这种情况需提高警惕,大概率是骗局。

早在 2024 年 12 月,支付宝官方就发出《关于打击假冒支付宝工作人员推广支付服务的公告》。公告称,近期接到反馈,有相关人员身穿印有“支付宝”字样的马甲或工装,冒充支付宝官方工作人员在线下推广“碰一下”支付机具时收取高额设备押金。另外,还有机构以支付宝官方代理、独家代理的名义办展会、招收加盟商,收取加盟费用。支付宝还表示,将联合相关部门对这些不法行为进行打击。

□ 陆鹏鹏

蓝鲸新闻 8 月 10 日

生活小贴士

车停地库被淹,物业能赔吗

遭遇暴雨,住宅小区地下车库灌水可能导致车辆被淹,此时可以向小区物业主张赔偿吗?北京市密云区人民法院立案庭副庭长王宁解释,依据民法典相关规定,因不可抗力不能履行民事义务的,不承担民事责任。若物业公司疏于防范,并未尽到最大努力避免暴雨损害后果的发生,没有尽到必要的注意、安全提示或者管理义务,那么不可抗力无法成立,物业公司仍应承担一定责任。

法官提醒,物业公司作为提供物业服务方,在应对暴雨等极端天气时,应当进行广泛预警,采取预防措施,对地下车库抽水系统及时检修维护,事故发生后进行积极有效的施救,尽最大努力降低或者避免不必要的损失。作为车主,也要有一定自我保护义务,比如,关注天气预报,购买相应保险,及时转移车辆等。

□ 张蕾 魏欢欢

《北京晚报》8 月 9 日

职业经纬

AI 人才供给紧缺 大厂开启“抢人大战”

近日,互联网大厂纷纷开启了 2026 届校园招聘,均加大了对人工智能(AI)相关岗位的招聘力度,一场针对 2026 届毕业生的 AI 人才争夺战再度拉开帷幕。

在风云变幻的 AI 产业浪潮之中,位于金字塔塔尖的顶尖人才成为备受追捧的“香饽

饽”,但在一派烈火烹油的热闹景象之下,却是位于金字塔塔底的广大普通求职者的激烈“厮杀”。

数据显示,作为近年来最火的专业之一,我国目前已有 621 所普通高校成功备案人工智能本科专业,但专业设置的快速扩张,依然难掩人才结构

的深层次矛盾。

作为新兴产业人才供需失衡现状或只是暂时的困局,随着行业的发展与教育体系的完善,“用工荒”与“求职难”的鸿沟或将逐渐得到缓解,驱动产业创新行稳致远。

□ 周春媚

《证券时报》8 月 12 日