



变化中的3·15

消费领域、消费结构在变，由此带来法规之变、权责明确之变——不仅上海如此，全国不少地方也是如此。

主笔 | 姜浩峰



夜深人不静。当记者深夜刷 UC 视频的时候，突然跳出来这么一段——“老铁们，翠友们，开始上课了。正宗缅甸翡翠，就看出开出来什么样的了啊……”本以为 UC 浏览器的短视频与抖音不同：如果说抖音短视频以生活类、社会类为主的话，UC 确实请了一些资深评论员入驻，由此也吸引了一些中年男性“粉丝”。随着“粉丝”黏附性的增加，UC 开始与其他短视频平台一样，出现一些带货视频，比如直接开宝的“缅甸翡翠”之类。

岂止 UC？今年春节之后，截至 2 月下旬，光云南瑞丽就有 3 万名翡翠直播行业从业者回岗复工，由此几乎恢复了疫情前珠宝“不夜城”的光景。各类平台都有卖“最贵的地摊货”

的情况。

瑞丽珠宝玉石首饰行业协会秘书长邝山对此表示，目前瑞丽翡翠交易中，80% 左右已经在线上完成。但此前的一些问题，仍令他心有余悸。譬如在短视频平台冒充瑞丽商家进行直播、假货问题凸显等等。“如何维权，不仅成为消费者的烦恼，也成为瑞丽当地售卖正品的商家所忧虑的事！”

“直播带货、盲盒经济、网络游戏、跨境电商，这些都是新消费领域范畴的事。单以我们上海为例，2022 年 7 月 21 日，上海市第十五届人大常委会第四十二次会议修订了《上海市消费者保护条例》。这是上海时隔 8 年再次对该条例进行修订，并于当年 8 月 1 日实施。”上海市消保委副秘书长