



预估价被砍掉1500元,想取消订单又反转 手机以旧换新 遭遇高价预估低价收购

手机 iPhone 15 Pro Max

预估价: ¥4488

最终质检价: ¥3017



主评估为机身外观完好,无使用痕迹

安先生手机预估价及最终质检价

预估回收价4500元,寄给对方后又被直接砍掉1500元,您在网络平台手机以旧换新的时候,有没有过类似的遭遇?进入平台以旧换新页面,填写自己手机的情况,平台会给出一个收购价格,您如果同意这个价格会将手机寄给平台回收商。

这看起来是个公平交易,但是当平台收到手机后,却开始讨价还价,甚至恶意压价,这也引起了消费者的不满,一起来看两个案例。

旧手机回收遭遇平台恶意压价

今年10月,大连的安先生在购物平台以旧换新购买了一个新手机,并将自己正在用的手机卖给了平台。当时平台给出的手机回收价格为4488元。安先生接受了这个价格,随后将手机寄给了平台。然而平台收到手机后,给出的二次报价让他无法接受。

安先生介绍:“对方说我的手机有明显的磕碰、划痕和掉漆,回收价从原来的4488元变成3017元。我打开检测报告里的图,没有看到值1500元的磕碰掉漆划痕。”

随后几天,安先生一直在联系购物平台和回收方客服,要求提供清晰照片,等到的是可以将回收价格提高到3200元的短信通知。在3天后终于联系到人工客服,给出的答案,让安先生更加不能接受。

回收平台客服说:“放大看,按键右侧有两个白点,应该是磨损的颜色变浅。”

安先生并未从对方提供的照片上找到这两个白点,安先生要求对方把手机退回,取消这笔订单。之后事情迎来了反转,平台开始主动联系安先生,逐渐提高回收价格,从3400元开始一路涨到了4200元。见安先生依然要求退回手机,最后竟然同意以最初的报价4488元回收手机。安先生没有同意对方报价,最终坚持退回了手机。

与安先生有相同经历的还有广东的曹先生,同样是以旧换新卖出旧手机,平台给出的预估价格为3810元,在10月24日平台收到手

机后给的质检价格为2851元。砍掉了近千元,且给出的理由还是手机有明显的磕碰、划痕和掉漆。

曹先生说:“回收商收到后,提供了质检报告,只有两张图片,一张是后盖的图片,一张是侧边框的图片。侧边框的图片有反光和指纹,没有具体指明哪里有磕碰,但是我寄之前完整验过一遍,是没有磕碰的。”

多次沟通无果后,11月1日,曹先生要求取消订单,让对方把手机退回给他,之后反转发生了。

曹先生介绍:“他说可以按照预估质检金额,即3810元给我,第二天上午10时跟我协商一起处理完毕并支付宝打款给我。”

“高价预估低价收购”投诉达九成

记者在黑猫消费者服务平台查询,涉及以旧换新的消费者投诉多达3.2万多条,其中涉及手机回收的达到了1.4万多条,且90%投诉集中在“高价预估低价收购”上。

手机以旧换新涉及三个主体:消费者、购物平台,以及与平台合作的手机回收商。针对这一现象,手机回收平台是如何回应的呢?

回收平台客服称:“我估算了下,至少有百分之三四十左右的压价额度。像这种情况,其实属于异常情况,确实是平台的问题。”

涉嫌侵犯消费者公平交易权

消费者参与以旧换新购买手机,前提是买到了新的手机。但是当消费者把旧手机寄出后,面对商家的大幅降低收购价,消费者处境就很被动,是要求寄回还是委屈地接受二次报价贱卖掉自己的手

机?针对平台的这种交易行为,是合理买卖过程中的讨价还价?还是利用主导地位,恶意对消费者进行压价?来看专家的解读。

中国社会科学院大学互联网法治研究中心主任刘晓春介绍:“首先我们看它一开始根据消费者陈述的手机性状给出的估价,虽然只是初步的估价,但是也应该对平台有一定的约束力,也就是说在手机的实际情况跟消费者提供的状况保持一致的情况下,就应该用这样的价格来收购消费者的旧手机。”

法律专家表示,消费者之所以同意这笔交易,是基于认同商家开出的预估价格。然而当消费者寄出手机后,商家单方面大幅调低价格,却又不肯提供相应的依据,是侵犯了消费者知情权和公平交易权。

中国政法大学副教授朱巍表示:“商家让消费者把手机邮寄到平台那去,实际是把消费者的公平交易的权利给矮化了之后,才进行所谓的磋商,这种磋商都是在压榨消费者的利润空间,它实际上是侵害了消费者的知情权、公平交易权。”

刘晓春说:“如果要给出更低的报价,商家甚至应该主动去向消费者提供比较明确的、清晰的图片视频。同时最好还能有比较权威的解读。现在如果消费者找他们要了,他们提供的证据不仅不清楚,而且很多信息提供不出来,推三阻四。这个情况是很难证明平台有诚信行为。”

法律专家表示,平台二次报价后,经讨价还价,最终仍以最初价格成交来看,这里存在平台利用主导地位恶意压价行为。这恰恰也说明了,实际上一开始的估价是有它的合理依据,中间进行了大规模的压价行为,本身也是缺乏合理性的,是存在一定恶意的。

专家建议 售前谈好价格 遭侵权可投诉

目前我国尚未出台关于二手商品回收的相关法律法规。在此前提下,消费者应该如何进行网络的手机回收等电子交易呢?专家表示,在商品寄出前必须要做到价格清晰,不容更改,如果遇到商家侵权行为,应及时投诉。

中国政法大学副教授朱巍表示:“应当是一对一的,对手机的价格进行评估,

而且评估的价格不应跟最终的成交价格上下超过10%或15%,不应该有巨大差额,现在的这种差距太大了。”

专家表示,消费者如果在商品以旧换新的过程中认为受到了不公平待遇,可以向商家侵害消费者知情权等名义,向相关部门进行投诉。

据央视新闻



“液体口罩”能防流感? 医生:涉嫌虚假宣传

“往鼻子里喷一喷,阻隔病毒细菌”“孩子戴‘液体口罩’上学,家长更放心”……最近,一种名为“液体口罩”的鼻喷剂在电商平台卖得火热,甚至有产品年销量超100万瓶。可以说在冬季呼吸道传染病高发的当下,收获了一波市场红利。

据一些商家描述,此类喷雾剂只需往鼻腔里喷一喷,就能形成“物理隔断”,并宣称能“阻隔阻冠”,且“阻断率99.9%”。

这个“液体口罩”究竟是什么来头?它真能“一喷就灵”吗?又能否替代我们戴了多年的传统口罩?解放军总医院第五医学中心感染病医学部呼吸与危重症医学科副主任医师张大伟为您解答。

“液体口罩”真能防病毒?

根据商品描述,“液体口罩”产品通常以喷雾(少数为凝胶)的形式存在,其原理及宣传效果主要为:通过成膜技术在鼻腔黏膜上形成物理屏障,隔离外界病原微生物和过敏原等。

①使用的效果存疑

张大伟表示,所谓“液体口罩”的作用机制是否足够有效,需满足与鼻黏膜充分接触、防护膜持续有效等多个条件。

首先,它没有经过临床验证,预防效果到底如何目前还没有相关研究数据支持,其保护效果仅在实验室里“有效”,这与真实复杂的人体环境相差甚远。

其次,鼻腔不像水管一样直,它是一



某“液体口罩”宣传页截图

个立体结构,“液体口罩”无法全方位、无死角覆盖。那么,一些没有被喷到的鼻黏膜,遇到病原体仍可能被感染。

此外,现实生活中这层薄膜很难做到持续有效。张大伟举例,当我们扼鼻子、打喷嚏、擤鼻涕时,“液体口罩”在鼻腔内形成的薄膜会被破坏,所以它即使有效,持续时间也不稳定。

②能否替代传统口罩

传统口罩,特别是医用外科口罩主要通过物理阻隔机制,减少呼吸道病原体和颗粒物的传播与吸入,其功能具有明确的技术标准支撑。

而所谓的“液体口罩”产品大多既非药品也非医疗器械,而是“日用品”。其能“99.9%阻隔病毒”的宣传语,实属夸张,甚至涉嫌虚假宣传。

③长期使用的隐忧

尽管“液体口罩”是日用品,长期使用也有健康隐患。张大伟举例,过敏性鼻炎或过敏性哮喘患者,若对里面的物质过敏,反而会影响健康。

④残留成分副作用

“液体口罩”残留成分是否影响鼻黏膜健康,是否影响鼻用激素、鼻用抗过敏药等其他药物使用疗效等问题,目前尚无系统评估。

这些防护方法真有用吗?

除了前文中提到的“液体口罩”,近期还有多种“亲测有效”的呼吸道传染病防护方法在社交平台广泛传播。这些方法究竟是否科学有效?张大伟对此进行了解读。

①早晚用盐水漱口

该方法只能作为缓解轻微咽喉不适的辅助手段,不能替代戴口罩、打疫苗等有效预防手段。

②服用维C补充剂

健康人群服用并不能降低呼吸道感染发生率,过量服用还可能引起胃肠不适、结石或药物性肝损伤等。

③小柴胡剂防病毒

盲目服用不仅无效,还可能延误病情或引起药物不良反应。

戴口罩是最简单有效的防护

在病毒活跃的季节,个人日常防护的每一处细节都在为守护健康助力,外出正确佩戴口罩就是其中最简单有效的方法之一。

张大伟建议,戴口罩前先洗手,并确保口罩四周充分贴合面部,覆盖口、鼻、下颌。一般连续佩戴4小时或出现破损、松散时应更换口罩。

被水汽、鼻涕浸湿也应更换,因为口罩中间的熔喷层一旦受潮,静电吸附作用会大幅下降,影响飞沫阻隔率。

正值冬季,流感病毒、呼吸道合胞病毒、鼻病毒等多种呼吸道病原体活跃,公众应科学应对,警惕夸张宣传、勿蜂拥购买非正规的“替代品”。

预防呼吸道传染病,最有效的方式仍是接种疫苗。公共场所应佩戴好口罩,日常勤洗手、多通风,提升免疫力。综合防控、多措并举,确保健康过冬。 据央视新闻