

# 线上维修回收市场乱象不断

## 专家支招消费者避坑维权

手机出了毛病,买了新手机后,旧手机想卖掉,很多消费者都会选择线上维修和回收。打开电商平台,能看到各式各样的维修和回收手机的店铺,每家店铺都标榜自己诚信经营。但事实上,“小病大修”“以次充好”“恶意压价”等问题时有发生,消费者稍有不慎就会掉入陷阱,想维权难度又很大。选择线上手机服务时,消费者该注意哪些问题?真遇到了“坑”,又该怎么维权?



新华社资料图

### 手机维修“无中生有”

梁先生的手机外屏有裂痕,图方便就选择了线上维修,商家预估的维修费用是300元,梁先生也去过实体店打听维修价格,开价600元,线上维修可以节省一半,于是他就把手机寄给了网上的手机店,从此,闹心的事就来了。

梁先生说:“店家给我反馈说手机充电接口有问题,另外需要500元费用。我当时感觉不对劲,因为我事先已检查过

手机其他功能,都没问题,于是就叫其退回手机,表示不修了。哪知退回后,我发现手机屏幕黑屏,开不了机,充电接口也是坏的,有时显示充电,有时充不进去,反反复复。”

梁先生再去找店铺沟通,对方表示手机问题并不是他们造成的,手机原本就有问题。

梁先生继续说:“当时对方跟我说过,拆机有一定风险,但是也只是说风险很小,毕竟其

每天维修的机器很多,所以我就没有过多在意,想着能修好就行。没想到现在变成这种局面,原本我的手机只有一个毛病,现在变成毛病一大堆。我找平台客服介入投诉,也没有实质性效果。后来,店铺被平台下架了,我的手机也没有人负责。

最后,还是自己找线下实体店,看着师傅把我的手机给修好的。”

### 回收套路“到手刀”

不少消费者在黑猫投诉平台反映遇到了“恶意压价”。廖女士在网上咨询自己的手机回收价格后,对方报价2900元,商家收到手机后直接压价到500元。

廖女士说:“我在网上搜上门回收的商家,显示有家店排名靠前,我就跟商家说了手机的情况。当时,对方报价2900元,我感觉价格挺高,就问他原因,商家说我的手机没什么问题,值这个价。等我寄过去后,商家说手机经检测有问题,只值500元。我立即表示不同意,让其寄回手机,商家只是转了500块钱而没选择给我寄回手机。”

实在没办法,廖女士只能选择平台介入并报了警,而这家公司为“专业回收 诚信经营”的店铺选择直接注销了网店。

许先生从事二手手机业务,他说,因为市场不规范,手机维修和回收确实有一些套路,私下拆机拿零件、人为制造故障都是常见的手段。

许先生具体介绍说:“也就

是我们常说的‘狸猫换太子’。比如,有很多商家在修手机外屏时,会偷偷把内屏一起换掉,又或者故意把手机某些功能弄坏,告诉客户手机在拿过来之前本身就是坏的。上门或者网上维修虽然听起来方便,但是手机经历了什么,客户根本没法看到。很容易手机没修好,还要倒贴更多的维修费。就算发现了问题也没证据,没办法,找有关部门投诉也没用,很多人就只能自认倒霉。”

在上海市消保委副秘书长唐健盛看来,如果消费者没有亲眼所见手机维修和回收的整个过程,就会给不良商家以可乘之机,消费者维权的成本太高,很多时候就会妥协。

唐健盛认为,这些事情看似不大,但影响恶劣。“这类不诚信的做法不断上演,不良商家会不停地侵害不同的消费者,因为通过网络获客方便,并且消费者来自全国各地,不明真相。这危害非常大。我们建议,消费者尽可能到品牌授权的一些维修点维

修,但必须指明一点,不管是授权维修还是非授权维修,商家都应有能力自证清白,即消费者质疑‘小病大修’时,商家应能提供证据证明自己没有。”唐健盛进一步补充道。

现在,电子产品的不少服务都在向互联网平台转移,对于目前线上服务出现的各种陷阱,律师吴振华建议,平台方不能摆脱责任,要加强对入驻商家的审查并且加大处罚力度。

吴振华说:“事前监管、事中监管和事后监管,这三个步骤可以形成一个体系。像互联网协会这样的组织可以进行行业自律,要求互联网机构、平台进行严加审查等一系列流程,选择更多有资质、正规、讲诚信的企业入驻。从消费者本身的维权角度来讲,平台以及商家,这两者其实都可以作为共同被告被诉讼,从社会效应来讲,这类诉讼也可以引起大家的重视和关注,也有利于推动相关部门管理调整。”

(央广)

## 快递行业隐私运单日均量突破2.5亿

### 个人信息更安全

当前,我国日均快递业务量已超3.3亿件,由此产生的大量寄递数据,给个人信息保护带来严峻挑战。为此,快递行业正加快推广应用隐私运单,通过加密处理等技术手段,给快递个人信息加把“安全锁”。

### 快递运单能泄露多少个人信息

有调查显示,通过快递运单上显示的姓名、手机号和地址,能还原出90%的个人信息。尤其是通过手机号,可查到绑定的微信、支付宝等平台账号,进而了解个人兴趣爱好和消费习惯等。

给快递贴上隐私运单,让个人信息“藏起来”。前不久,国家邮政局、中央网信办、公安部3部门联合召开推进会,深入推广应用隐私运单,给快递个人信息加把“安全锁”。

所谓隐私运单,就是通过运用虚拟号码等去标识化技术,对快递运单上收寄件人姓名、联系方式、地址等个人信息进行加密处理,快递员只能通过特定App联系收件人,不能直接识别手机号码。

“推广应用隐私运单是保障寄递用户个人信息安全的有效举措。”北京邮电大学邮政发展研究中心主任赵国君说,当前我国日均快递业务量超过3.3亿件,寄递服务已覆盖经济社会各个领域,由此产生了大量寄递数据信息,这些信息呈现出主体多、链条长、涉及面广、数据量大等特点,极易被不法分子窃取、利用。

“以消费者在电商平台下单为例,在电商或仓储平台打印快递运单后,包裹需经商家贴单、仓储分单、揽件分包、中转派件、末端驿站等多个操作环节,才能到达消费者手里,过程中极易发生信息泄露。”中通快递信息安全部高级经理马辰说。

国家邮政局有关负责人介绍,截至今年9月上旬,除法律法规另有规定及用户特殊要求以外,全行业隐私运单日均使用量突破2.5亿单,基本实现邮件快件隐私运单“应用尽用”目标。

### 实际推广应用仍存薄弱环节

“当前,各寄递企业和电商平台已按照标准,及时进行技术调试,推动隐私运单全面铺开、深入推进。”国家邮政局有关负责人表示,与此同时,由于新国标是非强制性标准,在隐私运单实际推广应用中仍存在一些薄弱环节。

一方面,应用隐私运单,会影响一些末端派送环节的便捷性。

“快递员在投递过程中,必须使用手持终端扫描具体信息后才能进行投递。当消费者选择隐藏信息后,隐私运单的虚拟号码常常会出现被屏蔽或拒接,导致联系不上收件人的情况,在一定程度上影响了配送效率。”赵国君说,同时,部分快递柜和快递驿站尚未完全应用兼容虚拟号功能,无法对使用隐私运单的快递进行分类存放,增加了末端配送的难度。

另一方面,上下游信息壁垒尚未完全打通,制约隐私运单推广。

“当前,快递业上下游企业对各自掌握的用户数据共享不够,电商平台与寄递企业、寄递企业与驿站之间存在一定信息壁垒。”赵国君解释,当采用隐私运单隐藏个人信息后,需要通过系统对接获取联系方式以保障包裹顺利派送以及后续客户服务。上下游环节间只有实现数据互联互通,才可以最大程度减少信息壁垒,提高快递作业效率与服务品质。

下一步,国家邮政局将和中央网信办、公安部密切联系,加大邮政快递领域涉个人信息安全违法违规行为的查处力度,集中治理信息安全风险管控方面存在的隐患和薄弱环节,从技术、制度、管理层面加强信息安全风险管控。(人民日报)