

旧家电回收为何总是被“一口价”估值?

一台尚能正常使用的冰箱,无论品牌、品相、使用年限,回收时往往是“一口价”60元,而油烟机、灶具更是一概0元,相当于“白送”。

新一轮家电以旧换新正如火如荼进行,在此过程中,旧家电如何估值作价,是绕不开的话题,也直接关系到消费者的换新体验。记者在采访中发现,不少消费者反映目前旧家电的估值偏低,获得感不强、吸引力不足在一定程度上影响到人们换新的意愿。

现状:使用年限不同但回收都是60元

李女士家中目前使用的冰箱是2014年装修房子时买的,当时一台300多升的三门冰箱花了她大几千元。10年过去,老冰箱整体功能还算正常,但偶尔也会闹点“小脾气”,尤其是在夜深人静时,“嗡嗡”的工作响声着实有点吵人。

李女士一查,原来,这台老冰箱已到了“退役”之年。根据国家家用电器协会相关标准,家用洗衣机、吸油烟机的安全使用年限一般为8年,家用电冰箱、房间空调器安全使用年限为10年。

“要不换一台新的吧。”最近国家推出家电以旧换新的政策,各种补贴和优惠让她动了念头。按照家电销售企业推出的以旧换新方案,旧家电可以作价回收,相当于抵扣一部分新家电的价格,更优惠了。

李女士在门店看了一圈,对几款新冰箱都挺满意:不仅容量大、外观时尚,还可以智能联网,工作时也更节能“静音”。不过,当她听说一台旧冰箱在以旧换新时仅仅能作价60元时,多少还是有些意外:回收价咋这么低?

“旧冰箱如果坏了也就算了,现在还能正常使用而且外观保养得也不差,再怎么着也值上百元吧,现在这价格不就等于白扔吗?”如此低的回收价格令李女士感到不值,思考一番后,她决定先“凑合”一阵再做打算。

即便没有“超期服役”,旧家电的价格同样也上不去。感觉制冷效果有些不如以前,赵女士将用了5年的冰箱拿去以旧换新,旧冰箱回收价也只有区区60元。

以旧换新过程中,旧家电因回收价格太低而被“吐槽”,并非个案。有的消费者抱怨“买家电的时候是一笔巨款,卖的时候感觉‘一文不值’”,没有获得感;有的消费者质疑“为何用一年跟用十年一个价”,没啥吸引力。

体验:冰箱洗衣机电视都是“一口价”

记者发现,从主流平台企业回收旧家电的标准来看,偏低的回收价格是目前存在的普遍问题。大家电如空调、冰箱、洗衣机、电视等,不论使用年限、品牌、品相相等,往往都是“一口价”回收。除空调能

给出“3位数”的报价外,其他大家电多在30多元至60元之间。

“免费上门拆卸搬运,不论品牌,不论好坏。”苏宁易购近期正在全面推进家电以旧换新。记者在官方网站上查询发现,空调是大家电里评估值最高的,其中挂机空调为220元,柜机空调为400元。20寸以上的老式电视和32英寸以上液晶电视回收价格均为35元;冰箱虽按照100升以上单门、双门、三门、对开门、多门及冷柜等类型分类,但评估价格都是60元。洗衣机大体类似,4公斤以上的滚筒、波轮均作价为50元,而双缸洗衣机更低一些,只有38元。

另一家京东平台的情况也类似。记者对旧家电进行价格评估后发现,以空调柜机为例,不论何种品牌均估价为400元,挂机价格为220元;4公斤以上的波轮、滚筒洗衣机均为50元;100升以上的冰箱均为60元;32英寸以上液晶电视35元,老式显像管电视35元。

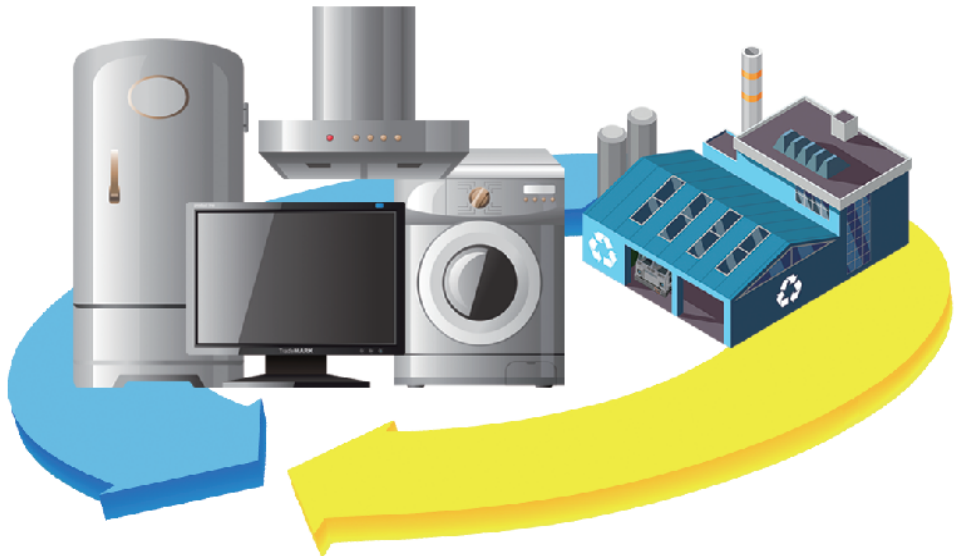
而像油烟机、灶具等厨卫家电大多数更是“无残值”,也就是0元。以燃气灶为例,在平台参与以旧换新时,就会显示“无残值,代处置”,即可以免费上门拆机搬运,但无旧机款发放。

记者又来到南三环附近的一家家电门店探访,发现线下卖场对旧机的估值与线上基本一致。比如某品牌一款标价4799元的1.5P新款挂机空调,换新补贴再加上门店的各种优惠,可将价格降到3799元。“家里如果有旧空调,折日还能让您再少掏200多元。”空调销售人员说,因为空调里面有铜管,所以折日价会高一些,但其他像冰箱、洗衣机等家电回收基本不能讨价,“也就几十元钱的事儿”。

探因:近八成旧家电被直接拆解

用了一年的家电和用了十年的家电,怎么就会出现“一口价”?旧家电的回收价格为何上不去?业内人士将症结归结于渠道,目前旧家电回收渠道太过单一,大部分用于直接拆解,这就很难让回收的家电拥有更高的价值,自然也就难以“高价”回收。

“从材料看,空调含有铜、铁、铝等金属,回收时相对来说更值钱一些,而像冰箱、洗衣机、电视等家电,这样的金属含量相对较少,所以残值较低,也就



是常说的不值钱。”北京苏宁帮客售后运营中心总监赵丙华告诉记者。

在残值本就不高的情况下,大部分旧家电由于没有流通过二手市场的价值,回收时自然抬不上价。赵丙华介绍,从目前回收旧家电的处理情况看,有80%进入拆解环节,包括冰箱、电视等大家电以及油烟机、燃气灶等,从消费者手中回收后最终就是送到拆解公司。只有大约20%通过合作的回收商进入二级市场,主要集中在空调、洗衣机领域。

据了解,回收的洗衣机、空调经过清洗、消毒之后有可能被二次利用。挂机空调回收价目前大概为220元一台,经过整修后,二手市场价可卖到大约450元,成色好的能卖到500元,这中间会让回收商有一定利润。冰箱则有所不同,虽然有的功能正常仍可使用,但被二次利用的机会其实很低。这一方面是由于旧冰箱很难除味,另一方面则是涉及食品,很多人在心理上并不接受旧冰箱。

记者在采访中也发现,相较于以旧换新,消费者如果只是想要卖旧,以一台旧冰箱为例,甚至连60元的报价也拿不到。

不少回收人员就表示,由于运输成本和人工成本都较高,还得从楼上搬运下来,如果单独回收这些旧家电,回收成本可能比回收价值还要高,他们并不愿去。

举个例子来说,按目前情况,一台热水器、燃气灶具的拆机成本在二三十元,运输成本大概是四十元一件。旧家电回收当天一般是无法直接送到拆解公司,这就需要租仓库暂时存放。人工、拆机、运输、仓储等成本全部算下来,分摊到每件旧家电的回收成本可能超100元,这比一台旧家电回收的价格高出一倍不止。

赵丙华介绍,为此家电平台企业甚至要拿出一部分资金用于补贴旧家电回收,覆盖拆机费、运输

费、租仓库的费用等一系列回收成本。

建议:让旧家电“转”起来

“卖房子老破小和次新房价格还不一样呢,具体情况也得具体分析吧。”对于旧家电在以旧换新时的低估价痛点,不少消费者呼吁,希望能结合家电的品牌、品相和功能完好情况等因素,进行更加精细的估值,让保存好的旧家电更值钱点。

日前,国务院印发的《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》中提出,加快“换新+回收”物流体系和新模式发展,支持耐用消费品生产、销售企业建设逆向物流体系或与专业回收企业合作,上门回收废旧消费品。

要破解回收渠道单一的难题,就需要建立高效顺畅的旧家电循环体系,打通消费者以旧换新的“最后一公里”,更大程度保留旧家电的价值,才能进一步提升旧家电回收的价格,让以旧换新更有吸引力。

“以旧换新的旧家电收购价低,是因为现在对旧家电的使用方式还非常粗放。”商务部研究院研究员周密表示,一方面,对旧家电回收不光要回收铜、铁等金属以及玻璃、塑料的回收,还要进行一些贵金属等元素的回收。未来,对旧家电的回收如果能够更加精细化,将会提供更高的价值。

另一方面,旧家电回收的价值也并不一定要完全要通过报废拆解和原材料回收来实现。对于那些有市场需求的旧家电,在消毒并保证其正常功能的情况下,可以去满足一部分农村等特定下沉市场的需求,这样就可以继续发挥它的作用。周密表示,“拆解与再利用应该有效结合起来,但目前存在的问题是信息渠道还不畅通,回收渠道也非常有限。”

据《北京日报》孙杰/文

注销手机号:销号容易消除“隐私”难

自从电话号码“落户”到个人名下,销号就变成每一个号码被放弃前的最后动作。然而,实名制不只是出现在通信领域。随着全网纷杂的账户陆续要求用户绑定电话号码,销号就意味着要大量更换或解绑相关信息。

近日,安徽省铜陵市公安局民警在社交媒体账号发布的一则科普视频引发轩然大波,“注销手机号等于出卖自己”的说法在社交媒体上受到广泛关注。

为了弄清注销后的号码是怎样流转到下一位客户,以及随意注销号码有哪些风险、如何规避,4月7日至4月8日,记者实地走访了十余家运营商线下营业厅及分销商门店。据记者走访了解到的情况,目前市面上已经有三至四年时间没有新号段放出,流通的号码大多是被“多手”使用过的。运营商将注销号码回收后,会有几个月至几年不等的“冷冻期”,随后号码才会被投放至市场。不过,运营商不具备解绑或抹平使用痕迹的权利,需消费者自行操作。

根据分销商介绍,通常来说,优惠力度较大的各类“大王卡”、从事销售类行业、有频繁拨打电话需求的用户往往是注销的频发区。记者走访发现,虽然线下门店已经停售有通话时长的大流量卡,但仍有不可接打电话的流量卡出售。

已有三四年未出新号段

“新用户入网需(须)知:本厅所有号码为信用号码,号码均为重启号码,如遇收到前客(用)户预留业务的电话或信息,应立即明确告知来电方此号码客户已注销,现在是我本人使用,停止一切关于前客户办理业务方的电话或短信骚扰。”“因号码资源有限,您购买的号码可能为重启号码。若无法用该号码注册第三方服务,请您及时与第三方企业沟通处理。”

记者走访发现,多家门店张贴了诸如此类的提示。业务办理窗口上张贴的通知有时错漏频出,在一墙的广告中显得并不起眼,而这样的信息已难以推断张贴的时间。

溯源门店提示时间很难,重启号码被大众舆论热议的时间却很清楚。

今年“清明”假期期间,一则“注销手机号等于出卖自己”的视频在社交媒体上刷屏。随后,在媒体和社会舆论的关注之下,中国移动、中国电信、中国联通官方客服都回应了重启注销手机号码一事。

中国移动官方客服称,移动号码销户后存在90天“冷冻期”,“冷冻期”过后,号码会再次进入号码库用于后续向市场投放。中国联通客服也表示,注销后的号码确实会被重新投放进“号码池”,但被投

放时间无法确定。中国电信客服人员则表示,用户的手机号注销后会有90天的冻结期限,此后才可能被重新投入市场,至于后续是否会被投放、有没有投放,暂无法确定。

4月8日,记者走访运营商线下门店。据北京某电信营业厅工作人员透露,注销的号码回到号码池后至少要半年至一年的时间才会发放给下一位用户。记者通过电话追问能否买到首次使用的号码时,该客服称“无法保证”。不过,她也建议,有这类需求的消费者可前往营业厅办理号码并提出开新号的要求,具体需看营业厅如何处理。

“其实别人用过的,收回来的号码,(使用上)也是没有什么影响的”。据该客服介绍,虽然比例不高,但若用户屡次接到此前用户未解绑或换绑手机号导致的骚扰电话,可通过下载相关软件尝试拦截。

从走访情况来看,对业内来说,运营商回收号码和再次销售确实是事实,而且很常见。消费者如果对此心存顾虑,该如何分辨重启号码?销售多家运营商电话卡的分销商刘心告诉记者,要分辨这类号码很难。

运营商无权解绑或“抹除痕迹”

其实,“二次放号”甚至“多次放号”由来已久,此次引发网友热烈讨论,还是与近年来大量网站、APP、金融账户均需绑定手机账号,且可通过手机号码以收验证码的形式登录账户进行更多操作有关。根据多家营业厅工作人员及分销商反馈信息,购买电话号码的消费者拥有号码使用权,一旦将其绑定至APP或账户就属于个人隐私,运营商不具备查询、解绑或抹平使用痕迹的权利。用户可在全国电话卡“一证通查”查询更多的绑定信息,但也无法全面覆盖。

独立电信分析师付亮就指出,目前“一证通查”仅支持16个头部应用。从使用量来看,这16个头部应用几乎可以占到所有APP使用量的95%以上;但这些应用在APP总量中的占比很低。加上很多用户注册某些应用后就几乎很少登录,难以统计个人号码绑定的APP。

付亮进一步分析称,在诸多网络实名制注册工具中,“手机号+验证码”是最容易实现的一个,也是最被广泛使用的一个。需要注意的是,其他公司APP的验证码并不是由电信运营商发出,运营商仅提供了短信通道,也并非所有APP均支持注册用户注销。

至于消费者最担忧的支付环节,据付亮介绍,无论是银行APP还是微信、支付宝等支付工具,都

有比“手机号+验证码”更严格的实名认证环节。若较长时间未使用或更换了使用终端,厂商都会要求使用者重新实名认证。

“这样,获得复用手机号的用户也不能转走原使用者在银行账户中的钱。近几年,在反诈的要求下,支付工具明显提高了支付环节的安全标准,基本上堵住了复用手机号用户接触到原号码主人资金的渠道。”付亮称。

不过,“钱袋子”守得住,个人信息就未必了。在付亮看来,由于大量网站支持“手机号+验证码”的登录方式,获得重启手机号的用户可通过“手机号+验证码”登录之前用户注册的网站。若这些网站存储有个人隐私信息,就可能导致信息泄露。不过他也表示,存储有隐私信息的网站在读取数据时,大多要求提供“姓名+身份证”等升级的安全验证信息,重启手机号的用户并没有这些信息。

不过也要看到,部分小规格APP对姓名、身份证号、密码等隐私信息的保护力度不够,不法分子拿到这些信息,再加上“手机号+验证码”,就可能登录前主人使用的多个APP。

“但这并不可怕。从用户注销手机号到运营商二次投放市场,有三个月以上的间隔期,间隔期越长,信息的价值越小,因泄密给用户带来的影响也会快速衰减。”

针对这一现象,付亮提出了几点建议:管理部门需充分认识到安全级别的强弱;“手机号+验证码”可用于实名制登录,但不能用于支付环节安全的验证。同时,应强化APP的登录异常判定,减小网络实名制的范围,尽可能避免没有管理能力的团队拿到用户的实名信息。

哪类用户频频注销号码?

其实,自从电话卡进入实名制开卡时代,来自报刊亭、街头小贩或其余渠道的“僵尸卡”明显在减少。营业厅也会反复提示,电信业务经营者应全面落实电话用户实名登记制度,承担对代理商落实实名制的管理责任,明确有关违约处置措施。建立电话用户开卡数量核验机制和风险信息共享机制,不得超出限制规定的数量办理电话卡。

至于具体限制数量,记者在走访中获悉,目前三大运营商对每个用户实名办理电话卡的数量都有一定要求,如每位用户最多同时拥有五张移动电话卡;三大运营商电话卡合计不能超过十张。

为此,哪些号码或用户仍是注销“高频区”?从走访情况来看,“物联网卡”(运营商为物联网服务企业提供的用于智能终端设备联网的,仅面

对企业用户进行批量销售,广泛用于共享单车、移动支付、智能城市、自动售卖机等领域,不面向个人用户)后,优惠力度较大的“大王卡”或“流量卡”(低月租、高流量、部分有合约期且限量上架的电话卡)成为注销频发的场景之一。这类电话卡往往以线上销售为主,凭借较低的资费和大量流量来获取青睐。

以电信“樱桃卡”为例,根据产品介绍,该卡合约期为12个月,月资费为29.9元,含155G的通用流量+30G定向流量+100分钟通话时长。在电信资费易升难降的当下,这样的宣传确实很容易打动消费者的心。然而,这类电话卡也有不少隐藏“套路”,如合约期到期后是否续约还要看运营商政策,网速受限;使用一段时间后套餐价格上涨,网上注册有信息泄露风险,需充值才能使用等。

对消费者来说,一旦套餐涨价不再优惠,或出现其他使用问题,只有携号转网和注销号码两个选择,因此“注销便捷”往往也成为这类电话卡的卖点之一。

值得关注的是,早在2021年,有关部门就曾发布通知,强调凡是实施非法办理、出租、出售、购买和囤积电话卡、物联网卡以及关联互联网账号的相关人员应停止相关行为,并于2021年6月底前主动注销相关电话卡、物联网卡以及关联互联网账号。

去年3月,一张“加强互联网卡销售管控的通知”的截图在“卡贩子”的文案及社交媒体上流传。根据截图内容,去年4月起,优惠后实收不低于29元/月、总流量最高135G(含定向流量)入网预存不低于50元的电话卡成为重点监管对象。

然而,在走访线下电话卡销售门店的过程中,记者看到不少店铺内张贴着广告,涉及有通话时长,可接打电话的大流量卡。虽然进一步询问后被告知这类电话卡目前已经下线,但仍有不可接打电话的流量卡出售。

根据销售人员介绍,这类流量卡的月租价格大多在19元/月至50元/月之间,每月流量基本超过100G或不限,开卡也需实名办理,部分流量卡还会收取一定卡费。

除了流量卡,较为特殊的工种如销售、广告顾问等,也是号码注销较为频繁的用户之一。“他们的号码就使用一个月,甚至用不够俩月就换了,做广告推销用的。”据线下销售介绍,这类用户往往因拨打较多电话被标记或被锁定,一旦被锁定,就要携带本人身份证至营业厅解绑,每人仅可解锁三次。超过规定次数后号码无法解开,需进行销号处理。

供稿:《每日经济新闻》杨卉/文