

收藏市场套路多样谨防上当受骗

前不久,一则“上海阿姨花900多万元买假古董”的消息颇受关注。这已不是收藏市场第一次“爆雷”,假古董、假纪念币、假工艺品等被不法商人鼓吹成具有极高价值或极大升值空间的“收藏品”,欺骗消费者。

直播间里的各种“纪念币”、自称收藏机构发送的“赠礼”短信,都能相信吗?记者调查发现,随着社交平台、直播电商等新兴渠道兴起,“收藏”市场套路越发多样,消费者要擦亮眼睛,相关部门也要予以关注。

一字之差,偷梁换柱

“为纪念十二生肖金币发行40周年,特发行《传世财富·生肖聚福》圆形纪念一套”“一次性收齐央行十二生肖纪念币”“中国第一套生肖金币,生肖珍藏的龙头经典”……金光闪闪的硬币,配合如此宣传,有的甚至带有“央行发行公告”等“红头文件”,是不是可信度很高?

然而,这些商品与央行发行的纪念币,有天壤之别。

记者调查多个主打“收藏”的网店账号发现,很多商家故意混淆“纪念章”与“纪念币”的区别,甚至假借央行名目误导公众。

根据我国人民币管理条例规定,纪念币由央行发行,其主题、面额、图案、材质、式样、规格、发行数量、发行时间等,均由央行确定并会公示。

业内人士解释,央行发行的纪念币分为“普通纪念币”与“贵金属纪念币”两种。其中,普通纪念币包括普通金属纪念币和纪念钞,它们的材质是用于印刷钞票的纸张或铸造普通硬币的金属,面额表明其法定价值。这些纪念币发行后,可以与其他流通人民币等值流通。贵金属纪念币包括金币、银币等贵金属或其合金铸造的纪念币,同样有面额,但面额是象征性的货币符号,并不表明其真实价值,不能流通。

在线上,很多商家兜售的其实是“纪念章”。别看“纪念章”与“纪念币”仅一字之差,价值却完全不同。简单来说,“纪念章”是商家自行设计制造的商品,与央行没有关系,所谓的“藏品价值”或“升值潜力”很有水分。

但不少商家利用信息不对称,误导消费者。比如,产品文字说明不出现“纪念章”三字,而是用“纪念一套”“纪念金币”等替代;主播在介绍产品时,也不说“纪念币”或“纪念章”,而是以“这套”“全套”等指代。

此外,还有一种误导消费者的做法是使用央行发行的纪念币图案,并称由“中国人民银行行政授权发行”。比如,某主播吆喝一款纯银版“千禧龙钞”,声称是2000年“千禧龙钞”发行后的升级打造,而且“同号钞、豹子号、顺子号在人民币收藏中属极为罕见稀缺”,但该“龙钞”没有货币单位,而在主播介绍开头一晃而过的画面中,能看到“中国人民银行图样许可”的字样。

业内人士提醒,“央行图样许可”与“央行发行”完全不同,消费者要当心部分商家将两者混为一谈。

人民币图样使用管理办法规定,符合条件的法人、其他组织及自然人以展示人民币设计艺术、促进钱币文化健康发展等为目的,可以申请使用人民币图样;但是,使用人民币图样制作商品时,不得使用“中国人民银行”行名和货币单位。

可见,“图样行政许可”只是表示央行同意相关单位在产品上使用人民币图样,并不代表产品由央行

发行。

对公众来说,要区别是“央行发行”还是“商家生产”其实不复杂,一是可以通过央行官网查看每年发行的普通纪念币和贵金属纪念币项目;二是看纪念币或纪念钞是否有面额或货币单位,哪怕有货币单位,只要不是“元”,同样不是央行发行。

收到伴手礼,就能买到“藏品”?

线上的“收藏币”令人眼花缭乱,线下的“藏品”同样参差不齐。有消费者反映,某机构发送的赠礼短信称,凭该短信可免费参观国礼展并领取包含各国纸币在内的伴手礼。社交平台上,既有网友发帖称“已领到伴手礼,是真的”,也有网友询问“是不是有套路”。事实究竟如何?记者进行了实地调查。

根据短信里的地址,记者来到了这家工艺品商店。店员表示,参观者登记完姓名、电话号码等个人信息后,便可由专人陪同参观讲解。紧接着,对方开始为记者讲解店内的展品。在他的描述下,这些工艺品价值极高,其中不少是国礼的复制品,价格则令人咋舌,从几万元到十几万元不等。

或是看记者经济实力有限,工作人员并未极力劝说选购,只是在参观结束后,拿出一本人民币纪念册,里面有百元、五十元、二十元等不同面额的人民币,称可等额兑换“豹子号”纸币(即编号后三位相同),具有一定的收藏价值;或者缴纳上千元费用后成为会员,获得价值5000元的德化瓷杯、建盏等“入会礼”。记者表示都不感兴趣后,对方很快收起了册子,并在记者离开前给了伴手礼。

虽然记者没有兑换或入会,但被纪念册、工艺品等吸引的老年人不在少数。虽说纪念册是等额兑换,但并非一次性交给兑换者,而是要求兑换者每月来店里一次,领取指定面额的纸钞。

再看记者拿到的“伴手礼”,包括1枚10元面额的普通生肖纪念币、几张5角连号钞和1角连号钞、部分外国纸币。据收藏爱好者鉴定,价值在三四十元左右。部分参观者人会获得的“德化瓷杯”“建盏”等,市场价格只有一两百元,与商家宣称的数千元相差甚远。

收藏市场“水很深”,谨防上当受骗

不论是线上形形色色的“纪念章套装”,还是线下几十元的伴手礼乃至号称数千元的“入会礼”,根本目的都是增加商家所售商品的“收藏价值”。但对普通人来说,如何区别普通工艺品与收藏品并不容易。

以下几种“收藏”套路需要提高警惕:一是高价回购。销售收藏品的商家称,可以与买家签订合同,约定一段时间后高价回购所谓的收藏品。二是定期返利,虚假宣传投资些收藏品将获得高额返息销售的分成等,诱骗投资。三是代为拍卖。故意夸大消费者手中“收藏品”“工艺品”的价值,以召开拍卖会、展览会等名义骗取鉴定费、展览费、拍卖预收费等费用。

在这些套路中,中老年群体上当受骗较多。所以,警方多次提醒,中老年群体有一定的经济基础,资金支配自由自主,部分中老年人对收藏抱有“捡漏”“升值”等心态。正因为此,极易陷入商家的套路里。所以,中老年群体对涉及钱财的陌生来电、短信、短视频、直播等,都要提高警惕。进行投资前,或询问专业人士、子女等,不要被所谓的“升值前景”所诱惑。

本报综合消息

双11预售尾款被指偷偷涨价

一年一度的消费盛典“双11”已拉开了大幕。各大电商平台纷纷推出各项优惠活动,其中天猫重启预售模式,这种先付定金、再付尾款的模式由于优惠力度大,受到不少消费者青睐。

然而有不少用户反映,支付定金购买预售商品后,竟然发现尾款悄悄涨价,“一觉醒来都变贵了,平台一会儿说是商

家改了价格,一会儿说是系统计算问题,最终也没解决。”还有不少用户反映称,预售下定金时商家设置了大额优惠券,然而支付尾款时优惠券就会过期,导致价格上涨。

此外,还有用户发现,平台发放的品类购物券预售期间会发生变化,“前一天能使用的优惠券,隔一天就被取消。”



支付定金后,“一觉醒来全都涨价了”

用户晓月是天猫88VIP用户。10月14日天猫“双11”首轮预售活动开启当晚,晓月就通过主播李佳琦直播间“超级美妆节”下单5个预售商品,并支付了定金。

“当时我面膜买太多了,就想和小姐妹拼单,于是付完定金我就把购物车里显示的‘券后价’截了图。”让晓月没想到的是,第二天早上她再次查看购物车时,发现前一天晚上下单购买的商品全部涨价了,“一觉醒来价格就动了,我没做任何操作。”

根据晓月提供的截图付完定金后,购物车内已付定金的商品都会显示“券后价”,这是天猫根据用户账户中现有的优惠券、红包等计算出的预计到手价。其中,10月14日晚她购买的面膜券后价为309.92元,但到了10月15日,券后价就变成了363.55元。而沐浴露套装的券后价更是从之前的59.92元,变成了113.55元。

晓月非常诧异,随即她就联系了天猫88VIP客服,“一开始他们说是我抢的红包,优惠券分摊完了,最终以实际付款为准。但我购买后没有进行过操作,优惠券怎么会无缘无故消失?”晓月说,再次反映后,天猫88VIP客服经理回电表示,是“商家改了价格,与平台没有关系”。

该说法同样遭到晓月反驳,“购物车的商品价格明确表明,不是商家改了价格,而是优惠发生了变动。”

与天猫多次沟通,晓月的问题均未得到解决,“最后他们又说是系统计算不准,让我到实际付款的时候再看看。”

于是晓月等到10月21日晚支付尾款。当晚她发现“券后价”仍然是上涨后的价格,“我只能以这个尾款的价格再去叠加满减券、88VIP消费券,因为这些东西都是我要用的东西。”

虽然晓月最终还是买下了面膜、沐浴露等商品,但这件事让她对淘宝“双11”活动产生了怀疑,“双11各种优惠券、满减计算方式太复杂了。我们作为用户,只能信任系统在计算了各种优惠后帮我们算出的价格,然后决定买不买。而且我们默认下了定金,购物车的价格就是确定的,后面付尾款可以在这个价格上叠加满减等。但现在系统可以直接改价格了,这让人怎么信任?!连系统都不能相信了,也不知道以后会不会有更多的坑。”

说好的大额优惠券,付尾款时突然过期

用户小梁也遇到了类似的情况。她告诉记者,天猫“双11”首轮预售她购买了一款vivo1手机,定金100元,券后价显示是2798元,尾款支付2698元。“但

在支付尾款时,显示尾款变成了2872.54元,实付款也由此前支付定金时显示的2798元,变成了2972.54元。”

查看订单后,小梁发现此前付定金时商家曾设置了一个大额优惠券,但该优惠券会在支付尾款时过期,“付定金的时候让我们看着价格很便宜,付尾款的时候优惠券无法使用,价格就又变贵了。”小梁说,和商家协商退差价无果后,她只能支付尾款再申请退款。

记者注意到,社交平台上不少用户反映支付定金后,尾款价格突然上涨。有用户称,10月18日通过购物车“价格抢先看”看到系统计算出来的商品总价是5691.26元,到了10月19日,总价就变成了5833.76元。经过对比,商品总价未变,但“购物券”的优惠却减少了150元,88VIP专享9.5折的优惠也减少了7.5元。

值得注意的是,大多数用户反映尾款涨价,问题大多出现在“购物券”变动。该券是天猫针对“双11”活动特别推出的限时发放和使用品类购物券,如美妆惊喜券、家装券等。用户抢到购物券后,如果购物车内有产品可使用该券,结算时会自动计算优惠。但有用户发现,支付尾款时,此前可以使用的购物券突然无法使用,导致价格上涨。

用户提供的截图显示,在发现消费券被取消使用、导致订单尾款涨价后,消费者曾联系天猫客服。对方回应称,“品类购物券是限时发放和使用的,可用的商品范围也会因为售卖情况调整。”

“这意味着,支付定金时可以使用购物券,到了支付尾款时就不可以用。付定金不就是彼此谈好价格才会付,结果付完定金就取消优惠,这不是违约吗?”小梁说。

记者看到,虽然预售商品在“商品尾款”价格后都标注了“实际尾款金额请以支付时页面展示为准”,试图规避尾款价格出现变动时平台的责任,但用户对此并不买单,“下定金的时候用户要签协议,遵守规则,平台调整优惠就可以随心所欲?”

针对上述情况,记者联系了天猫相关人员,他表示,在支付定金后“价格抢先看”以及“尾款价”都是根据当下用户账户里已有的优惠及已知的优惠,进行估算的预计价格,消费者实际支付的尾款会因红包、优惠券时效等问题,可能出现价格波动,具体金额以支付尾款结算时为准。

对于品类购物券是否会在用户支付定金后再进行调整?上述人员称,因为预售时间跨度长,其间有可能出现报名参加品类购物券的商品会变化,优惠也会发生变化,“具体以支付页面展示的为准”。

本报综合消息