

闲置物品再盘活 旧货回收换家用

社区供需服务傻瓜化, 兑换超市成“再生银行”



二手寄售店交易场景。

以往,对旧报纸、废铜烂铁等物品,有的居民嫌麻烦索性随手丢弃,有的选择拿到废品回收站卖钱。然而,一些废品也会因分类受限,遭回收站工作人员婉拒。随着互联网+带动全新的产业生态发展,循环经济备受关注,不仅推动了再生资源的回收利用,也为社区经济带来了新的发展契机。

记者 应柳依

案例一： 寄售店瞄准她经济

走,一起去 不知道 瞧瞧! 15日,市民俏俏兴冲冲地带着堆闲置衣物来到闹市中的一隅,原来不知道是一家60余㎡的二手寄售店店名。

推门入店,只见彩色的复古衫、雍容的皮草、时尚的包包 约有200余件杂货琳琅满目地陈列着。

本店最大的特色是所有商品均为二手闲置品,顾客可带物品来寄售,也可在店里挑选其他顾客的寄售商品。店主吕楚冰和程亚卡是两位年轻女孩,小店虽开业不久,但引来了不少街坊邻里、同学老友,更有不少慕名前来的 观光客。

世界上没有垃圾,只有错放的老古董。程亚卡一边整理近期收来的衣物一边感慨,搭档吕楚冰帮忙挂烫。在她们看来,寄售商店能为无用之物找到真正的归属,发挥新价值,这也是开店的初衷。不过,尽管闲置物品多种多样,但为了对买家负责,她们对寄售物品有相应的要求,不收脏乱的衣服鞋子、难以辨别的药品化妆品、掉色的包及过于破旧的商品等。

价格你看着标吧,回收的钱就当店里的流动资金。刚拿了几件衣服来寄售的市民王女士已是老顾客,实体寄卖盘活旧物的形式不错,比网上交易能更直观地比货出价,对买卖双方都更有保障。

案例二： 兑换超市以物换物

废纸、废铁、旧电器 只要是废旧物品,都可以来店兑换商品,废纸箱、易拉罐等按单位千克计算,而电器等大件物品回收根据市场行

情 按货论价。e家鑫再生资源兑换超市负责人唐中贤介绍,居民可以将家中的闲置物、废旧物带到兑换超市称重计量,按市场价计算金额,再兑换商品或货币,实现再生资源的回收利用,而被收购的废品将交由超市工作人员负责分类运往合作厂家回收分解。

值得称道的是,除了能回收废旧物品外,厨余垃圾也可被回收利用。残羹剩饭乱丢乱弃会造成污染,我们自建了处理中心,可以将其合成有机肥。唐中贤说。

这样的便利店真好,随手把家里的垃圾处理掉了,又能换回自己要用的商品,还能保护环境。市民胡宇翔忍不住给再生资源兑换超市点赞。

发展： 建立循环服务系统

那么,这家多样化服务的超市还有什么其它绝活呢?锦绣江南小区的业主们给出了答案:e家鑫不仅回收废旧物资,还与众多商家联盟合作,提供多种便民增值服务。

因为只针对社区居民服务,所以超市的定位就是每户家庭的 私人大管家。为了更好地服务于居民,该超市签约了众多工作人员、维修人员、废品回收员,不仅柴米油盐、果蔬生鲜、生活用品能一一供应,马桶不通也有专人修理,下雨天还提供雨伞免费租赁,甚至只买一瓶平价的矿泉水,工作人员也会送货上门。

超市还创新销售模式,开通了微信服务,社区居民通过微信预约,选择微信支付或者货到付款,所有的商品和服务就可以送货上门。同时,面对未来的发展趋势,唐中贤表示,还会不断引入有机绿色生态果蔬的CSA(社区支持农业)模式,为发展绿色经济作出积极地探索。

互联网+ 时代下,不同城市间的商品流通和服务更方便了,但是扎根社区的服务和商品并没多大变化,其实社区经济蕴含大量商机。唐中贤认为,低下头来,深入社区,为居民服务,同样 钱 景无限。

从闲置品寄售店到可再生资源兑换超市正猛的发展势头似乎不难看出,互联网+ 带给服务业的最大影响是把很多碎片化的需求和碎片化的供给结合在一起,其背后是一个共享的概念。未来,不管是O2O还是B2B,都可以从分享经济中寻求实现经济效益的新机遇。

分析： 垃圾 事业前景可期

二手商品实体寄卖到底有没有市场?可再生资源兑换模式有没有发展空间?对于吕楚冰、程亚卡、唐中贤来说,趋势已渐渐明朗。

我们事先会收取10元左右的保管费,针对大体积和易碎品则会不固定加收。吕楚冰说寄售客户越来越多,为了保证寄卖商品的可靠性,她会先对寄卖方的身份进行登记,再利用实体店、网络等宣传销售,等商品以双方约定价出售后,再扣除寄卖行的20%服务费,剩余的金额就是寄卖方所得的实际款项。

随着互联网+ 推动,这种绿色经济发展体量渐增。虽看似 垃圾 事业,但我觉得前景大好,在国外甚至有很多 再生银行,就是将垃圾分类再次利用,收效也不错。我们公司会坚持做下去,收获经济效益的同时衍生出环境效益,甚至更好的社会效益。唐中贤说。

时下,这种再生资源兑换超市在我市尚属 新兴产业。目前,在金色港湾、金水湾、溪心小区、锦绣江南等小区已有连锁模式,唐中贤表示,下一步,将争取服务到我市的每一个社区居民,方便他们的生活。

商品界限难厘清 买家吐槽退货频受阻 七天无理由退货 重新划定责任线

记者 应柳依

本报讯 网购时遇到不满意的商品,到底哪些商品不在 七天无理由退货 的适用范围内?日前,国家工商总局公布了《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》(以下简称《办法》),定于3月15日起正式施行,其中,对不宜退货的商品范围、商品完好的标准等都做了细化规定。今后,市民网购退货将更有底气。

现象：七天退货并非无理由

喜欢就买,反正可以退。随着网购退换货制度的不断健全,七天无理由退换货 已成为消费者手中的一柄 尚方宝剑。不过,最近,市民裘女士反映,在网上买了床品四件套,想退货却遭店主百般推诿,被告知 包装已拆封,无质量问题不得退款退货。

裘女士的情况屡见不鲜,虽然不少电商大打 七天无理由退货 的招牌,但前提是未拆封、未使用,引来买家的集体吐槽。对此,做了6年服装生意的网店店主周女士表示,七天无理由退货 是消费者的 护身符,但无形中增加了电商的成本压力。她透露,目前大多电商都坚守着 退货不影响二次销售 的底线。

对服装业来说,7天太长,甚至有人买大衣回去只穿几天过瘾,虽已有明显穿着痕迹,但因吊牌未剪还坚持要退货。有时我们也为了避免差评纠纷,只能同意退货息事宁人。周女士坦言,原有的 七天无理由退货 虽已实行,但责任、细节并未厘清,存在不少漏洞。

记者发现,在拆封商品能不能退货方面,电子产品可谓 重灾区。对于这类商品,消费者必须打开甚至试用后,才可判断有没有问题。然而,恰恰就有卖家以 已拆封 为理由,拒绝退货。

新规：商家不得拖延拒绝

面对买卖双方的各有说辞,《办法》中第八条规定正式对 已拆封不得作为拒绝退货理由 做出了全面解读:经营者采用网络、电视、电话、邮购等方式销售商品,应当依照法律规定承担无理由退货义务,不得故意拖延或者无理拒绝。

《办法》明确了如什么样的产品属于完好、什么产品基于商品的性质不属于 七天无理由退货 的范畴等内容。从规定中不难看出,对超出查验和确认商品品质、功能需要而使用商品,导致商品价值贬损较大的,视为商品不完好。在家电产品方面,具体表现为,进行未经授权的维修、改动,破坏、涂改强制性产品认证标志、指示标贴、机器序列号等,有难以恢复原状的外观类使用痕迹,或者产生激活、授权信息、不合理的个人使用数据留存等数据类使用痕迹。

对此,相关人士认为,《办法》实际上是对电商 倒逼,让他们能够顺应新规,杜绝通过 花式 招数躲避消费者的退货要求,而对规范经营的商家来说,更像一颗定心丸,可以有效减少网购因退换货而产生的纠纷,买卖双方的责任和权益都得到相应的保障。