

目前,我国已建成5G基站超过115万个,占全球70%以上,全国所有地级市城区、超过97%的县城城区和40%的乡镇镇区实现5G网络覆盖;5G终端用户达到4.5亿户,占全球80%以上。越来越多的消费者换上5G手机,你用了吗?



在漳州碧湖万达广场的华为授权体验店,消费者正在试用5G手机。林露摄

5G手机成主流,你用了吗?

5G手机成主流 3000元以内受欢迎

国内市场5G手机热度持续上涨。据中国信通院发布的数据显示,在上市机型数量上,今年第三季度,国内手机上市新机型141款,同比增长0.7%,其中5G手机62款,同比增长1.6%。在销售数据上,5G手机依旧抢眼。今年第三季度,国内市场手机总体出货量累计7442.2万部,同比增长2.6%。其中5G手机出货量5564.0万部,同比增长26.3%,占同期手机出货量的74.8%。

“目前市区手机市场,5G手机是主流。

Redmi Note 11 Pro、vivo X70 Pro、荣耀Magic 3、iPhone 13等近段时间上市的新机型,颇受消费者关注。”市区南昌路一手机店的陈小姐告诉记者,店内销售的vivo、荣耀、iPhone、小米、OPPO等品牌的手机基本都是5G手机。其中,3000元以内价位的手机颇受欢迎,比如可极速快充、电池容量大、高像素摄像头的Redmi Note 11 Pro等。“目前店内售有小米11 Pro、小米11 Ultra、Redmi Note 10 Pro等机型,除了Redmi Note 9的4G版是4G手机,其他的几乎是5G手机。”小米之家(漳州碧湖万达广场)的工作人员告诉记者。

“双十一”京东手机销量排行榜显示,排名前十的销量从高到低依次为Redmi K40、

iPhone 13、Redmi 9A、iPhone 12、荣耀Play 5T、realme Q3s、Redmi Note 9、Redmi Note 9 Pro、荣耀畅玩20、Redmi Note 10 Pro,其中5G手机占据了7个名额。记者对比发现,5G手机中,包括第一名在内的有5款是价位3000元以内的手机,而价位5000元以上的有2款。

配置越来越高 大屏又轻薄是趋势

手机5G技术在加速普及的同时,其他相关技术也突飞猛进发展。据中国信通院的数据显示,2021年第三季度,我国手机大屏化、高分辨率化、高像素摄像头配置等特点集中在5G手机产品。手机技术提高的同时,重量也越来越轻,轻薄手机受到越来越多消费者特别是女性朋友的青睐。

“有些手机裸机就220克,甚至更多,只要加上手机壳和装饰等,妥妥的是‘半斤机’,拿着打游戏很容易手酸。”喜欢轻薄手机的市民小周表示,“每次网上挑选手机,不只要看性能,还要看重量。最近新出了几款‘轻量型’手机,很适合女性。”

小米之家(漳州碧湖万达广场)的工作人员介绍,近期推出的几款5G手机十分轻薄。比如9月上市的旗舰机小米civi,屏幕尺寸6.55英寸,拥有高像素摄像头,搭载4500mAh大电池等,号称自拍“神器”,机身重量仅166克。4月上市的小米11青春版采用了开创性轻薄结构,屏幕尺寸6.55英寸,重量仅159克,厚度为6.81毫米,是目前店内最轻的手机。

除了小米,各大手机品牌也接连发布“轻量型”5G手机。如今年9月,苹果上市的iPhone 13,6.1英寸的屏幕,机身重量173克;拥有5.4英寸屏幕的iPhone 13 mini,机身重量仅140克。今年11月,荣耀上市了屏幕尺寸为6.7英寸的X30i,机身重量175克。今年11月,vivo上市了Y76s,配备了一块6.58英寸的屏幕,重量也做到了175克。

■本报记者 林露

5G手机哪家强? 看看这个评测

如今,5G手机越来越多,选购一部适合自己的5G手机成为一门技术活。日前,中国移动发布《中国移动2021年智能硬件质量报告》(以下简称:《报告》),对5G芯片、摄像头、游戏性能等几个方面进行评测。一起来看看,哪些5G手机性价比更高。

综合能力

Redmi、realme、荣耀性价比高

在5G手机方面,《报告》选取了2020年12月至2021年6月上市的5G手机,涉及三星、小米、OPPO、vivo、荣耀、Redmi、realme、一加等11个品牌的43款手机,对通信能力、多媒体能力、产品可用性、用户口碑四个维度以及数据传输性能、语音通话质量、屏幕展示能力、摄像头拍照能力、功耗续航、发热表现、整机稳定性、用户满意度等15个关键指标和100项测试指标展开综合能力评测。

《报告》显示,5G终端性能持续升级,通信性能、功耗续航、发热等不断优化。在通信能力方面,一加、OPPO、三星手机最佳;在用户口碑方面,OPPO、荣耀、vivo手机最佳,Redmi、realme、荣耀产品性价比得到用户较高认可。

在四个价位段上,三星S21 Ultra斩获4500元以上价位段第一;OPPO Find X3获得3500~4500元价位段第一;荣耀50斩获2500~3500元价位段第一;而2500元以下价位段第一为Redmi K40游戏版。

摄像头

小米11 Ultra和三星S21 Ultra表现较好

生活中,消费者经常拍照片、拍视频……这时候手机摄像头作用至关重要。本次手机摄像头评测通过多场景、多素材对手机拍照和拍vlog的效果进行专业评测。在完善评测体系上,新增灰阶、对焦速度、畸变、亮度均匀性、紫边、视场角、分辨率、白平衡等八大客观指标的50个分项,同时优化了89个主观场景。

在拍照方面,综合评价前三名从高到低依次为三星S21 Ultra、小米11 Ultra、vivo X60 Pro+。高品质摄像头不仅提升了图像清晰度及夜景拍照水平,还带来了更多功能,例如三星S21 Ultra 10倍光学变焦、vivo X60 Pro+长焦人像背景虚化、OPPO Find X3 Pro显微镜模式等。

在拍摄视频方面,视频拍摄防抖稳定性有所优化,流畅性不断改善,画面质量提升明显。综合评价前三名从高到低依次为小米11 Ultra、三星S21 Ultra、OPPO Find X3 Pro。其中,小

米11 Ultra在长焦、夜景、超慢帧等多场景综合最佳;三星S21 Ultra在视频稳定、流畅、防抖表现最好;OPPO Find X3 Pro、一加9 Pro的广角场景及人像背景虚化效果出色。

游戏性能

联想拯救者电竞手机2 Pro综合评价最佳

在手机游戏性能方面,评测机型选取了联想、红魔、华硕、小米、黑鲨等品牌的8款主流电竞及旗舰手机,通过热门ARPG游戏,从流畅性、反应速度、续航、发热及多媒体效果五大维度展开评测。

评测结果显示,综合评价从高到低依次为联想拯救者电竞手机2 Pro、红魔6 Pro、华硕ROG Phone 5、小米11 Pro、黑鲨4 Pro、vivo iQOO7、OPPO Find X3、一加9。其中,联想拯救者电竞手机2 Pro游戏全程稳定运行无卡顿,沉浸式立体音效,带来友好的游戏体验。红魔6 Pro内置风扇散热效果好,温度体验优秀,游戏运行流畅,画面、音效、续航表现不俗。华硕ROG Phone 5游戏运行稳定流畅,游戏加载及触控反应速度快,整体体验较好。

手机游戏的评测负责人提到,在本次硬件评测中,针对游戏手机这一品类,其评测维度有了较大变化。硬件方面,主要加入了流畅度测试及发热和续航实测,此类问题往往关乎用户最直接的使用体验;而游戏选择方面,加入了热门的《原神》和《和平精英》等内容的测试,也更贴合年轻用户群体的使用习惯,让数据更具参考性。新款热门游戏虽带来了良好的操控、视听享受,但图像渲染方面的性能压力对手机流畅性、发热等方面带来较大挑战,部分手机出现降频、卡顿、温度过高等体验问题。

芯片

联发科技天玑1200与高通骁龙888最为出色

5G芯片方面,《报告》选用联发科技天玑1200、高通骁龙888、三星Exynos1080三大商用芯片,从高速下载、高速上传、高清语音通话、超低功耗四大维度,细化到16个应用场景、69项指标来开展性能考察。

从报告公布的结果来看,联发科技天玑1200与高通骁龙888在5G性能表现上都得到了5颗星,表现最为出色,三星Exynos1080得到了4颗星。另外值得关注的是,在功耗性能方面,联发科技天玑1200功耗表现突出,三星Exynos1080和高通骁龙888均有进步。

■本报记者 林露

“双十一”结束后一些消费者发现:

预售比现买还贵,保价售后套路多

一年一度的“双十一”正式落下帷幕。虽然销售总量依旧火爆,但今年各大电商平台纷纷推出的预售模式却引发了不小争议。

“新华视点”记者调查发现,预售引发大量吐槽。有不少消费者反映,付完尾款后发现,有些号称最低价的预售商品比现买还贵;找商家协商,却发现保价套路多,售后服务混乱。

预售比现买还贵 “尾款人”质疑遭欺詐

自10月下旬以来,各大电商平台纷纷开启预售活动,以最低价、限量款等吸引消费者预付下单。

数据显示,今年“双十一”期间,各大电商平台预售期热度同比大幅增长。10月20日,天猫、京东同时开启“双十一”预售,据淘宝直播数据显示,仅首日,两名头部主播首场直播观看人次均在2亿以上,销售额合计逾200亿元,其中不少是预售商品。11月1日零点后,“尾款人”陆续开始支付。

记者采访发现,很多消费者反映,有的商品预售价高于现售价。

邓邓购买一款品牌手机,原价近4000元,商家称预售可以优惠500元。但付完尾款后几天,邓邓发现该产品以现货方式上架,可优惠700元。邓邓质疑,之前等链接上架、蹲点付款,等了快半个月价格却更贵,那么预售的意义是什么?

天津市民小张也遇到同样情况。熬夜付完一件大衣的尾款,她再进直播间发现,预售总价比直播间现货价贵了100元。“当时问过客服预售价是否是最低价,客服很肯定地承诺,所以我才下单。”

还有消费者发现,需要支付的尾款高于预售时标出的尾款。预售期间,小彭看到一家体育品牌网店打出的优惠:

指定日期时间段下单,算上送定金和符合该商品价格段的满减优惠,一双运动鞋到手价只需268元。等到付尾款,他一步步操作下来需要支付287元。

一位大学生告诉记者,她发现个别商家在“到手价”上做手脚。“消费者通常认为的‘到手价’等于‘定金+尾款’,但有商家故意将‘到手价’解释为‘尾款’,隐蔽地提高了价格。”

在黑猫投诉上,有消费者投诉称,商家承诺预付减双倍定金,结果只减了一倍。某运动品牌被消费者大量投诉,均称商家在承诺预售价为最低价后,放出力度更大的优惠券。

业内人士表示,一些商家标榜的最低预售价高于直接支付价,属于不履行价格承诺,涉嫌虚假宣传。

预售商品想要退款不容易

“7天无理由退换”已成多数网购商品惯例,但不少消费者表示,预售商品想退款却没那么便捷。

记者调查发现,定金是很多消费者对预售吐槽最多的。虽然有些商家承诺可以退还定金,但一些消费者按照预售协议申请时发现困难重重。

天津一位消费者告诉记者,某运动品牌商家曾表示,预售期间前4小时内付定金,后期不满意可以退定金。但后来要退货时商家说,需要等到收货后才能申请退款,结果长时间都无法拿到退款。

一些已经提交退定金申请的消费者还表示,被告知无法退还。“服务助手发来的好几条信息都是‘提交成功、处理中’,但后来就没消息了。几天后再去问客服,对方却表示退定金时间已经过了。”北京的小王告诉记者。

“退起来太复杂了,而且全是机器客服,光是等人工就要等好久。”一位消费

者表示。

许多平台宣传的保价服务也很难实现。小吕发现,某电商推出的保价规则避开了“双十一”当天,还有商家在预售结束时下架商品链接,使该商品无法保价。一位消费者告诉记者,付定金购买某品牌乳液时客服承诺享受保价,等收到货后,却发现无法申请保价。

此外,预售期过长、收货时间晚、无法修改寄送地址等,也是消费者反映比较集中的问题。据黑猫投诉统计,10月20日至11月13日,涉及预售的投诉量达5280条,投诉主要集中在服饰、美妆等。

近日,市场监管总局下发《关于规范“双十一”网络促销经营活动的工作提示》指出,禁止采取“先提价后打折”、虚构原价、不履行价格承诺等违法方式开展促销,杜绝虚假宣传,妥善化解网络消费纠纷。

中国消费者协会也发出消费提示,提醒消费者购买预售产品的,要明确预付款和尾款的支付时间及金额、商家的发货时间、双方的违约责任等重要事项。

针对预售出现的问题,电商平台是否已有监管举措?记者以消费者身份咨询了多家平台的客服,对方均表示注意到今年消费者关于预售的投诉,会向商家发出通知规范相关行为。

如何保障消费者权益?

数据显示,今年“双十一”期间,天猫及京东平台预售成交总额高达1863亿元,同比增长34.4%。

记者发现,预售不仅是“双十一”促销手段,其实早已存在于电商日常销售中,其中尤其以服装类居多。不少小的服装品牌常年就是付款后7天发货、14天发货,有的甚至45天发货。

业内人士表示,对消费者而言,电商

平台往往会对预售商品给予一定的价格优惠;对商家而言,通过预售可以事先锁定部分用户,从而对销售额有更准确的预判及准备,备货也更加从容。表面上看,这应该是一种消费者和商家双赢的方式,因此在电商平台竞争日趋激烈的背景下,吸引了不少商家参与。但由于相关规则不够完善,易给消费者带来不满意体验。

“一些预售商品的供应周期可能无法保证,或者出现产品质量差、交货时间长,甚至有的订单无法交付,损害消费者的利益。”资深互联网行业专家尹生分析说。

中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江认为,商家采用预售经营时,必须遵守消费者权益保护法、电子商务法等法律法规。预售制让消费者付预收款到商家发货有一个时间差,这段时间如果商家出现经营不善或遇到其他问题,导致无法正常履行订单义务,有的甚至可能关门跑路。如果出现类似情况,消费者往往很难维权。

受访专家认为,从长远来看,不规范的预售将逐渐透支消费者的信赖。陈音江认为,商家首先要诚信守法经营,制定公平合理的预售规则,并且事先有效告知消费者,尤其是预售规则中一些限消费者的有重要关系的信息,要以醒目方式有效告知,兑现预售规则和双方约定的有关承诺,确保产品质量和售后服务等。

北京云嘉律师事务所律师赵占领建议,电商平台应建立更有效的内部监管机制,加强对商家经营行为的监督,督促商家及时履约或退款,对预售欺诈行为及时采取制止措施,必要时可直接取消电商入驻资格或要求其承担赔偿责。市场监管部门应加强监管,一旦发现违法违规或者损害消费者权益的行为,要及时依法查处。

(据新华社电)

据国家邮政局网站消息,国家邮政局监测数据显示,今年“双十一”期间(11月1日~16日),全国邮政、快递企业共揽收快递包裹68亿件,同比增长18.2%;共投递快递包裹63亿件,同比增长16.2%。

由于今年电商平台促销模式和节奏发生变化,从往年在11月11日单轮促销变成了在11月1日和11月11日两轮促销,导致今年整个促销期内快递业务量从“单高峰”变为“双高峰”。其中,第一个高峰出现在11月11日,当日全国共揽收快递包裹5.69亿件,同比增长28.5%,超过今年前9个月日均业务量1倍以上;第二个高峰是11月11日,当天全国共揽收快递包裹6.96亿件,稳中有升,再创历史新高。

面对促销周期延长、战线提前并拉长的新考验,邮政快递业不断加强加强与电商平台信息对接,共同落实“错峰发货、均衡推进”核心机制,同时在场地、车辆、分拣设备、信息系统等方面进行了扩容和升级,对人员进行了储备和培训,大幅提升行业的承载能力和运行效率,全力做好今年旺季服务保障工作,努力打造安全旺季、畅通旺季、暖心旺季,以满足人民日益增长的更好用邮需要。国家邮政局邮政业安全中心数据管理处副处长许良锋表示,主要快递企业上市之后,整体能力大幅提升,特别是在信息化方面,极大地提升了处理效率,即便是业务量急速增长,也不会造成大的拥堵。“邮政快递业以前是让电商推着滚动,现在是自我能力驱动。随着能力提升,以前需要3天甚至是5天去消化‘双十一’的订单量,现在用时大幅压缩。”

自11月6日起,我国多地出现雨雪天气,部分地区出现积雪,给邮政快递业生产运行造成不同程度的影响。各地邮政管理部门及时发布消费提示,请消费者注意了解本地区快递公司有关服务提醒,呼吁包容理解快递小哥,并引导各寄递企业根据实际情况,积极调配车辆和人员资源,合理安排快件投送频次,及时转运和派送,在确保安全生产的基础上做好服务。

■钟新

国家邮政局:『双十一』全国快递业务量六十八亿件