

3C周刊

特斯拉“拒交门”持续发酵

法律人士建议消费者起诉维权

特斯拉拒绝向拼多多团购车主交付车辆一事，持续发酵。8月16日，有来自上海的拼多多团购车主表示，已经成功提车，并已为车辆办理保险。8月17日，因参加拼多多团购特斯拉活动而被特斯拉拒绝交车并取消订单的武汉准车主，作出了起诉特斯拉的决定。拼多多和特斯拉两家各执一词，都认为对方损害了消费者的合法权益。但多位法律人士还原事件经过后都认为，特斯拉的做法或构成合同违约，法院大概率会支持消费者维权。

■新快报记者 郑志辉

“神仙打架”一个月，消费者受累

7月20日，拼多多平台宜买车汽车旗舰店推出了“特斯拉中国Model3”万人团购活动，万人团价251800元。而特斯拉官网上该款车的起售价为291800元。也就是说，消费者如果拼成功，一辆特斯拉可以省4万块钱。

但活动上线首日，特斯拉就发布声明，“我司未与宜买车或拼多多就该团购活动有任何合作，如消费者因上述团购活动产生任何争议或权益受损，我司不承担任何责任。”随后，拼多多方面也回应称，已经与商家核实，车子是正品的特斯拉，补贴也是真的。

由于之前拼多多有拼凯迪拉克的经历，让不少消费者毫不犹豫选择下单购买。8月14日，临近特斯拉交付时间，一位在拼多多上购买了特斯拉的武汉车主提车被拒，并被特斯拉强行取消订单。与这位武汉车主遭遇形成鲜明对比的是，8月16日，有位来自上海的拼多多团购车主表示，已经成功提车，并已为车辆办理保险。17日，武汉准车主决定起诉特斯拉。

法律人士：特斯拉或构成合同违约

根据目前媒体披露的信息，车辆是



由消费者在特斯拉官网下单，购车合同是由消费者与特斯拉签订，拼多多和经销商宜买车仅在支付环节为消费者提供补贴。值得注意的是，特斯拉的订购条款并未禁止消费者购车时找第三方代付。

就此，知名科技行业律师赵占领认为，消费者自己在特斯拉官网下单购买，在最后付款环节由拼多多或平台商家代付，这并不能认定为违反了特斯拉订购条款的转卖行为。“只要消费者下单并完成支付，特斯拉就理应履行约

定，取消订单、拒绝交付车辆做法没有法律依据，构成合同违约。”赵占领表示。

上海大邦律师事务所高级合伙人游云庭表示，判断消费者在特斯拉官网下单是否有效，还要看特斯拉订购条款的具体内容。订购条款显示，特斯拉对“转卖行为”的认定主要有两个方面：构成转卖，或者认定为其他非善意目的的订单。“此次事件中，是消费者本人直接在特斯拉官网下单，没有任何证据证明这是‘转卖行为’。”游云庭说。

而“其他非善意目的订单”，则解释的弹性较大。游云庭表示，虽然特斯拉可以给出很多非善意的说法，但特斯拉需要证明，这个订单给特斯拉的利益造成了重大损害，“这个难度是相当高的，我觉得法院不会支持特斯拉的主张”，“如果消费者起诉特斯拉，要求其继续履行合同的并承担违约损失的，法院大概率会支持”。

消费者该如何维权？

那么，因为这两大“神仙打架”而受累的消费者该如何维权呢？

对此，中国消费者协会专家委员会专家邱宝昌表示，拼多多和消费者之间的关系不是特斯拉汽车买卖关系，双方是委托支付价款行为，拼多多受消费者委托代为支付汽车价款。接下来，消费者可以和特斯拉协商解决，也可向消费者保护组织、市场监督管理部门投诉，也可向法院提起诉讼。“建议特斯拉，应该要公平竞争，要充分保障消费者权益。”

邱宝昌还特别指出，赢得消费者的信任才能赢得市场。“希望我们的平台经营者、电子商务经营者和消费者都应该按照法律的规定去享有权利履行义务，不能因为市场销量可能很好，独家销售，就通过格式条款去限定消费者的利益，得消费者得天下。”

全球首款透明电视发布 非家庭电视首选

新快报讯 记者陈学东报道 雷军在小米十周年公开演讲上发布了多款十周年高端新品。其中，小米透明电视作为小米电视大师系列第二款超高端产品，凭借令人惊艳叫绝的神奇形态，成为全场焦点。

“透明显示”让人眼前一亮，这是一个很好的品牌名片。但是，就如同彩电历史上很多创新，3D电视、曲面电视、卷曲电视等并没有“最终赢得市场”，透明OLED电视前景如何依然未知数。

售价远高于普通OLED电视

按照小米官方介绍，小米透明电视为全球首款量产透明电视，显示部分采用了一整块透明形态OLED自发光屏幕，让科幻电影中才能看到的未来屏幕走进了现实，画面宛若悬浮空中。

据悉，小米透明电视采用一块55英寸透明OLED屏幕，拥有150000:1的高对比度，DCI-P3色域达到93%，支持10.7亿原色显示，同时拥有120Hz刷新率和120Hz MEMC运动补偿。在其他硬件配置上，该电视搭载MTK 9650定制高端电视芯片，拥有3GB+32GB存储。

其实，“透明电视”概念并不是第一次出现。早在2014年，LGD就成功研发出18英寸的柔性与透明OLED面板。当时，业内就开始猜测电视机市

场何时会出现“透明电视”的身影。据悉，小米此次采用的LGD面板的透明OLED电视是与市面上展出的透明电视概念机不同，量产意味着它已经通过一系列的认证测试，被获批上市。

据悉，此次小米发布的透明OLED电视为55英寸，售价49999元，市场价格远高于同尺寸的普通OLED电视。对比7月2日，小米刚刚发布的65英寸大师系列OLED电视，其售价仅为1.3万元。

并非家庭电视最优选择

事实上，国内生产OLED电视的品牌众多，为何那些已经推出OLED电视几年之久，技术更成熟的企业没有率先量产透明OLED电视，反而让今年刚刚布局OLED电视的小米抢得先机呢？

LGD方面表示，目前透明OLED面板的最大透明度是40%，而透明度越高分辨率越低是事实，因为如果分辨率太高，就会降低屏幕的透光度。



“我们也一直在思考如何能在技术层面上同时提高分辨率和透明度。”

可以看出，如今透明OLED电视还不是家庭电视终端的最优选择。“其实，透明显示除了应用于电视外，将更被广泛用在透明广告牌、橱窗显示等商用领域。未来在汽车、飞机、地铁、高铁和智能家电、家具、家居的智能显示玻璃上，以及建筑物外部玻璃、商场和高级零售店的橱窗等显示区域，透明OLED面板都能发挥其潜在价值。”LGD方面表示。

群智咨询认为，虽然透明OLED面板目前确实存在的亮度不足、对比度低等饱受诟病的问题，但随着透明基板技术、透明阴极技术的进一步完善，辅之以更多透明材料的出现，这些技术上的难题会逐一得到解决。

京东推家庭医生服务

新快报讯 “未来5年，京东健康的家庭医生要服务5000万个家庭。”8月18日，京东健康发布全新服务产品“京东家医”，京东健康CEO辛利军为这个战略级新产品定下了一个中长期目标。

据介绍，在疫情常态化的当下，用户签约京东家医后，最多8名家庭成员能拥有专属健康档案；用户通过图文、视频、电话等方式，享受全科室医生7×24小时在线问诊，以及48小时内专家团队在线会诊等服务，服务涵盖日常咨询、专科问诊、疑难重症、健康管理等场景。对于有更复杂诊疗需求的用户，可帮助找到各个疾病领域的名医，通过二次诊疗来针对性优化治疗方案，从而改善治疗效果或节省医疗成本。而对于孕妇、减肥人群、糖尿病患者等有特定需求的用户，能帮助制定个性化健康计划或慢病管理方案。

另据悉，京东互联网医院现有超过5万名点执业医师入驻，日均问诊量超过10万人次；京东健康拥有近300名全职医生，他们将作为提供家庭医生服务的核心团队。此外，京东健康平台上还有超过22万种包括OTC、慢病用药、医疗器械、滋补保健在内的医药健康商品，能为用户带来一站式“就医+购药”体验。

(郑志辉)