

剁手一时爽,岂知套路深 电商专供款,下单须辨清

专家指出,关于产品差异店家应事先明确告知消费者

亲,我们这是电商专供款,和实体店有细微差别,但绝对是正品。

本报记者 俞任飞

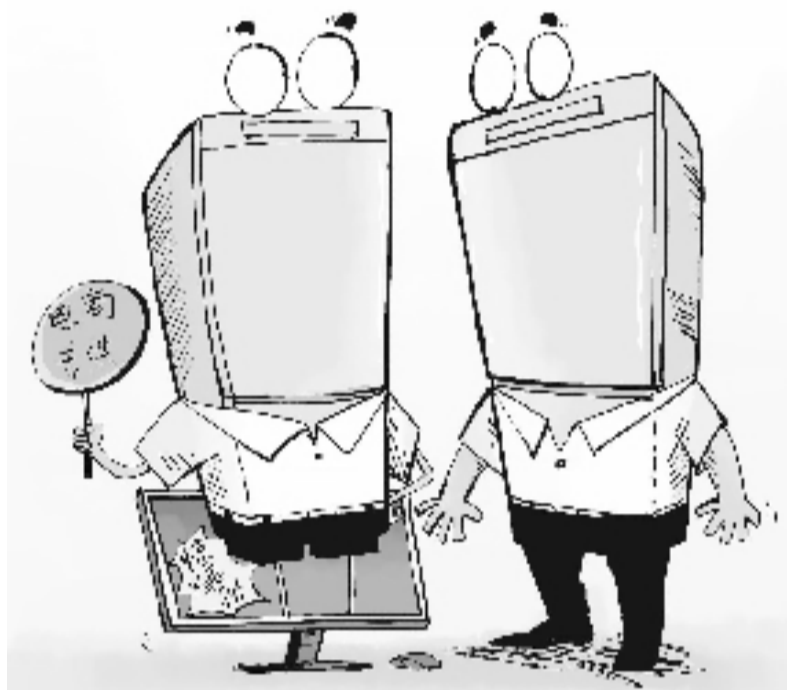
刚刚过去的618,再度刷新了消费者的“剁手”热潮。

据第三方数据公司统计,6月1日-18日,七大主流电商平台的销售额总计高达3180.75亿元。

“买买买”之际,记者调查发现,网上不少商品与实体店相比尽管价格便宜不少,但存在“同款不同质”的情况。有人指出,这些款式外观看似与线下商品并无二致的“电商专供”,在产品规格、售后服务等方面却大相径庭。

据悉,这种“电商专供”模式,是近年来为平衡线上线下销售渠道,在服装、电器、日化等领域逐渐流行的。

近日,针对“电商专供”质量缩水现象,记者进行了调查采访。



视觉中国供图

网购的正品鞋和实体店不一样 消费者投诉,店家称是电商专供款

今年618,北京人刘廷(化名)没有在网上购物,他解释说,自己是被“电商专供”坑怕了。

去年,他在某电商平台看中了某品牌的经典款“大黄靴”,“一套折扣下来,原价1300多元的鞋子,最后只要800元。”刘廷觉得优惠力度不错,没成想付款后拿到手的鞋子,质量并不如意。

“穿了没几天,我就觉得挤脚。”原本就对质量存疑的他,在实体店验证了自己的想法。“和店里同款一对比,明显不一样。”鞋侧缝线、装饰铜片、鞋内式样……刘廷一下举出了数处差异。

刘廷觉得自己受了骗,要求店家退货。

“亲,我们这是‘电商专供款’,和实体店有细微差别,但绝对是正品。”尽管客服承认了两双鞋的区别,但拒绝退货。对此,刘廷表示无法接受,“我根本没有在网店的任何一个页面,看到‘电商专供’的标识。”

在黑猫投诉平台上,类似刘廷的例子还有不少,多数投诉者都认为厂商没有明确告知线上产品与线下产品的区别。

此前,相关部门也曾做过有关线上产品与线下产品的对比调查。

去年3月,宁波市市场监督管理局和消保委通过线上线下不同渠道,购买了40组对比样品,结果发现“电商专供”商品普遍存在猫腻:不同渠道购买的同款电磁炉,网购款比线下款少了一些电器元件;同型号的吸尘器,网购的吸尘器吸口比线下的小10毫米。

2017年6月,中国消费者协会曾发布《部分商品线上线下质量、价格调整报告》。报告选取了62对124件样本,发现线上与线下样品价格差越大,线上样品越容易出现质量问题。而在检测出质量问题的5对样品中,有3对的线上线下价格差在30%以上。

据披露,以冰箱为例,“电商专供”款就存在保温材料、面板、背板、电源线等方面缩水。以成本较高的发泡层来说,电商专供款发泡层厚度仅3.5厘米,线下版则是5厘米,而这1厘米多的差距,将导致冰箱的保温性能天差地别。

热衷网购的买家透露 厂家线上线下“差别供货”不是秘密

据相关资料显示,自2014年起,出于价格战和平衡销售渠道的需要,“电商专供”应运而生,并在之后逐步流行到服装、电器、日化、箱包等行业。

这两年,随着媒体曝光的增多,“电商专供”似乎正藏得越来越深。

在几大电商平台输入“电商专供”等搜索词,不会跳出任何商品名录。但在网络搜索中输入电商专供加上相应类型后,仍能跳出不少“电商专供”产品。钱江晚报记者随机比对了一款“卷纸”产品,“电商专供”卷纸虽然价格便宜十多元,但是每卷克数比标准版少5克,纸巾的层数也由4层减到2层。

事实上,为避“电商专供”之嫌,化名为“线上定制”“尊享专款”等噱头开始变多。

打开某电商平台,一款无线充电器正以“联合定制”的旗号进行促销。乍一看,这款外形稍作变化的充电器,其主要配置与标准款几乎一致,只是型号后缀多了2个字母,而价格却只有标准款的一半。但记者仔细对比发现,标准版的锂聚合物电池,被定制版替换成了锂电池。业内人士告诉记者,尽管名称类似,但两种电池的原材料都不一样,而前者价格明显高得多。

还有不少商家采用偷梁换柱的办法,区分线下产品与“电商专供”。

在一些品牌旗舰店,都能在商品标签中看到“商场同款”“专柜同款”等字眼。而当记者问起“没有该说明的商品是否是电商专供”时,客服明确答复“是的”。

“你要便宜,我只能压低成本。”一位热衷网购的买家透露,厂家为线上线下两条销售渠道“差别供货”,早已不是秘密。

消费者调侃,保修年限缩短 未来维修费可能远高于这一单的优惠

除了用料缩水,质量下降,甚至有的“电商专供”连售后也与线下不同。

刘先生今年在网上购买了一台燃气灶与洗碗机。“货到就发现做工和实体店不一样,开口全是毛刺,气门开关还少了两个气垫。”更令他气愤的是,洗碗机才第一次使用,排水泵就出现了问题。

直到维修时,刘先生才发现,自己的网购产品,保修年限只有3年,而线下门店购买,则享受8年的质保年限。“这些产品一般都是时间越久,问题越多。”这意味着,未来他因维修产生的费用,可能远比网购带来的优惠要多。

同品牌的商品,只因销售渠道之分,就能产生巨大差别。“线上肯定比线下成本低,都卖一样的东西,实体店的经销商怎么会乐意?”一名从事电商多年的业内人士告诉记者,为了避免产生同品牌的利益互搏,厂家肯定要区别化生产产品。

新闻+

专家:莫让“电商专供”沦为“电商专坑”

相关专家表示,很多商品为品牌的“电商专供”款,“电商专供”商品并非假货,但部分商品存在“低价劣质”等问题,而消费者在标识不明的情况下,容易被“电商专供”商品“套路”。

中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江表示,“电商专供”不应是“低价劣质”的代名词,“电商专供”商品同样应该是具有商品使用性能的合格产品。

北京盈科(杭州)律师事务所甘海滨律师表示,如果遇到“电商专供”声称与实体店“同款”,但实际不一致的情况,其行为构成虚假陈述或欺诈。对于此类“电商专供”的欺诈行为,根据电子商务法的规定,电子商务平台经营者应及时断开相关链接、并责令其改进,并不得删除消费者对平台内销售的商品或者提供的服务进行的评价。否则电子商务平台经营者将承担相关责任。

陈音江表示,如果“电商专供”商品与线下同型号商品存在差异,尤其是存在减配或少量问题,经营者要事先明确告知消费者,充分保障消费者的知情权和选择权。同时,他建议消费者网购时,一定要理性消费,不要盲目追求低价,要仔细看清楚商品的配置、数量等具体信息。

“消费者买到不合格的商品,或在不知情的情况下购买到‘低价劣质’的电商款商品,要保存好相关购物凭证和证据,与商家协商解决。如果协商不成,可以向消费者协会或市场监管部门投诉,依法维护自己的合法权益。”陈音江说。 据新华社