

“电商专供”商品被指质量缩水

业内:线上线下确有差别供货 律师:模糊参数差别侵犯知情权

又快到“双11”电商狂欢的日子,一大波低价促销产品早已填满了“剁手党”的购物车,不过,消费者在支付定金的时候一定要冷静,要看清网上两三折促销的产品是不是“电商专供款”。此前不少市民反映,自己在网上买到过“不是假货,却是‘质量缩水’的电商专供产品”。北京晨报记者调查了解到,“电商专供”产品与实体店确有差别。

业内专家表示,为了避免线上线下两个渠道的利润互搏,不少厂家生产专供电商渠道销售的“专供款”早已成为业内的“常识”。同时,还有一部分商品,如化妆品、进口尿不湿等,大都由经销商供货,还存在“真假掺售”的情况,消费者在网上购物时切忌一味相信“低价”,还是要尽量选择大平台,货比三家,谨慎购买。



A

【现象】

“电商专供”质量缩水

北京市民陈女士是一位不折不扣的网购达人,大到家用电器、小到米面油盐,她基本上都在网购平台上搞定。当然,在购物过程中,她也常买到“电商专供款”。“印象最深的是在天猫商城购买了一款卫生纸,价格比超市便宜近一半,一高兴买了两大箱。但收到货后,质量比超市里卖的缩水不少。”陈女士说,这款“电商专供”的卫生纸,每包价格才198元,但超市里卖的每包要30多元。买回来之后她发现,手感明显要轻很多,也薄很多,后来她专门又去超市买单卷的对比,“电商专供”在不显眼的位置上对克数有标注,比超市货要轻很多。

而北京市民郭女士也经常在网上买高档内衣和服装,她也表示,线上渠道买到的产品,质量比实体店的专柜要差一些。“不是假货,但明显拿到手上就能感觉到差别”。郭女士介绍,有一些服装线上线下的差别在新旧款,还有一些质量就明显不一样。有一次她在某电商网站购买了某品牌的羊绒保暖衣,促销价格仅为实体店的三折,结果买到手之后发现,实体店内的含绒量显示是70%,这款促销产品只有30%含绒量。当她与店主交涉时,客服人员明确表示,“这是网络专供款,所以才会打三折”。

B

【调查】

差别供货已成公开秘密

北京晨报记者在某电商平台上发现,标注“电商专供”的商品还真不少,小到日化用品、服装鞋帽,大到彩电空调等家用电器。北京某服装企业业务经理程先生向记者介绍,“企业会根据市场分线上线下两条渠道销售,比如今年新上市的同款女士大衣,实体店含羊毛70%,电商款可能含羊毛30%-50%。再减去实体店的租金和人工成本,电商自然就便宜,但不能说这衣服就是假货”。

记者了解到,在电商平台上,尤其是大型家电,“差别供货”早已不是秘密。针对一款“电商专供”的品牌空调,记者咨询客服人员了解到,这款冷暖空调就是商家特殊定制的,是该平台“专门代理”商品,在其他平台没有售卖。但这款空调的质量和售后与实体店商品一样,并没有任何区别。对此,某知名品牌空调代理商介绍,电商促销大都以“打价格战”为主,厂家对不同的电商渠道单独定制“专供机型”在行业内已是公开的秘密。“网上卖的型号线下都没有,就是要区别线上和线下。另外,京东也要最低价,苏宁也要最低价,那就做两款不同型号的商品,价格就没法进行对比了”。而且,厂家也有明确规定,专供款不允许在正价的实体店销售。

这位代理商表示,线上专供版本与线下销售的版本虽然功能与质量上差别不大,但是在成本和用料上也不完全相同。“价格相差几百元,肯定里面有一些东西的材质会有一点差距,但差距并不大”。

C

【业内】

快消品存“真假掺售”现象

对此,业内人士奥思电子商务总经理刘彬表示,原本不同地域的经销商渠道,商品的价格就会有差异,最初京东、天猫都是卖线下商品,他们可以通过全国的线下经销商进货。一些商品卖得很便宜,甚至是亏本促销,厂家是很难管控的,当出现低价促销时,厂家就会面临着产品滞销,所以厂家会从压缩产品成本上来想办法专攻这些渠道。“为了避开实体店和电商两个销售渠道的利润互搏,近几年开始出现专供商品,针对不同的消费群体进行差异化经营,已经成为不少企业的选择”。同时,厂家为了对线下经销商和电商平台进行很好的控制,就会规定电商不允许卖线下的产品,线下渠道也不允许卖电商专供产品。

刘彬介绍,绝大部分的专供商品质量还是有保障的。但有一些快消商品,比如化妆品、进口尿不湿等产品,一是电商平台很难和厂家合作,只能与经销商对接;二是这类商品还没有明确的国家标准,平台也很难区分,目前确实存在有的经销商在供货的过程中“真假掺售”。这类产品只能是随着平台管控力度的加强,逐渐减少在线上出现。

某知名电商平台一位不愿透露姓名的高管向记者介绍,与平台合作推出线上专供商品,基本上质量都不会太次,尤其是大企业生产的,都能够得到保障。“电商专供产品出现质量问题,与平台的采购方没有关系,大多问题都出在供货商上”。像他们平台上出现问题较多的就是尿不湿。

D

【律师】

“专供”商品应延长无理由退货时间

上述不愿透露姓名的电商平台高管介绍,一些商品会直接标明是专供款,但也有一部分则是混在普通商品中一起销售。尤其是电器,线上专供产品和线下产品外观几乎完全相似,为了避免混淆,一般都是通过型号来区分。

对此,北京诺恒律师事务所律师林梧江表示,“电商专供”商品是在节约成本的前提下做出的改动,所以存在偷工减料、以次充好的现象,且比较突出。一来电商惯用的手法就是“打价格战”,因此“电商专供”商品大都限价生产。厂家为保证利润,就会在商品的材质上压缩成本,导致“电商专供”商品质量与实体店同类产品相差较远。二来由于“电商专供”商品的成本低于实体店商品,部分不法商家为提高自身利润,将“电商专供”商品当成实体店商品对外销售。

林梧江表示,如果在不低于国家标准的前提下,“电商专供”产品是在型号上做出改动的。但商家如忽略介绍商品的差别参数,则侵犯了消费者的知情权。“电商专供”商品通常是在不起眼的参数或指标上做改动,由于商家没有正常履行告知义务,消费者仅仅凭借电商网站上的图片和说明很难发现其中的差别,特别是家电行业里的内置元器件,以至于消费者在拿到货后仍然无法察觉。因此商家不能打“擦边球”,要在显眼位置明示电商专供商品与线下商品的区别,消费者有权知道自己“低价”买到的商品的性能、构成和注意事项等。

此外,由于“电商专供”商品与线下商品的细微差别需要较长的使用时间才能被察觉,虽然新《消法》明确了消费者网购时的“后悔权”,但往往消费者发现差别后已经过了7天内无理由退换货的期限。因此林梧江建议对“电商专供”商品,应该延长其无理由退换货的时间。

(陈琳)