

网购特供家电功能缩水 服务滞后易酿消费纠纷

近来,在网络上购置家电愈发普遍。但网络购置家电真的安全省心吗?据了解,网购家电一直是消费者投诉的重灾区,不仅质量问题严重、山寨普遍,还存在着售后服务难、维修费用高等问题。与此同时,网络特供家电在外观上与线下产品一模一样,价格虽然便宜,但功能却缩减不少,消费者需对网络特供产品保持理性的消费心态。



网络特供家电功能“缩水”

近两年随着家电电商的迅猛发展,以及消费者网络消费热情的提高,网购家电不再是一件新鲜事,但是网购家电也蕴藏着质量风险。市民苏小姐在网络上购置了一台消毒柜,可是碗柜的门有质量问题,无法正常关上,而苏小姐一直与卖家协商无果,遭遇了维权难的尴尬。

网购家电质量问题屡见不鲜,而网络特供家电逐渐引起了消费者的注意。市民徐小姐表示,线上线下外观一模一样的产品但线上产品在功能上却缺斤短两。业内人士表示,徐小姐可能遭遇了网络定制版产

品。他解释道,“同一个厂家生产的平板电视、冰箱、洗衣机等产品,供应给实体卖场和电商渠道的货并不一样。即使是同一款式的产品,‘电商版’在外观设计、液晶屏类型、底座选材、能效等级、具体型号的尾数上也都会有不小差距。”

2014年12月底,央视《每周质量报道》的一期《看不懂的网购之惑》让苏宁、联想陷入了“报废门”。据央视报道,宁波的消费者张先生于去年7月底从苏宁易购上购买了一台联想笔记本电脑,但随后在拆机加内存时发现机器内部藏着一张报废单。联想企业对此的解



释是,涉事产品是根据订单进行生产的新品,也就是所谓的渠道“特供”商品。此新闻一出,消费者对这类商家为让价格更具竞争力、针对网络平台生产的特定型号产品吐槽逐渐增多,网络“特供”产品是不是靠谱再度引发了消费者的质疑和讨论。

亟待制定“特供”服务标准



中国消费者协会发布的2015年一季度小家电投诉情况报告显示,一季度全国消协组织共受理消费者投诉112118件,其中质量问题占45.0%,是投诉的重灾区。随着消费者“触网”的深入,如何保障消费者的合法权益成了至关重要的课题。就家电市场而言,不仅需要提高产品的质量,还要在“特供”上明辨概念,勿让消费者糊里糊涂地消费。

首先,明晰“特供”概念。鉴于大多数消费者对“网络特供”概念颇为模糊,因此,商家需在页面或产品外包装上标识以明示,如将功能、尺寸等参数、型号明确告知,让消费者明白消费,以减少售后纠纷。同时,商家应改善售后服务,让消费者的投诉及时得到反馈,利于快速解决纠纷。而电商平台应该加大对名下商户的监管力度,遇到消费纠纷时,要积极协调解决。

其次,相关部门应当制定相应的法律法规对网络“特供”的概念、范围、服务标准予以规范,做到有法可依,杜绝给予卖家“钻空子”的机会。

作为消费链上的重要一环,消费者在买前需要线上线下货比三家,尤其是购买电子产品,应该对产品的质量以及各项参数有所了解,而不仅仅是关注产品的价格。同时,在电商渠道购买产品,消费者需要将聊天记录、付款证明等信息予以保存,以便日后遇到消费纠纷时,可以作为证据以维护自己的合法权益。

一言以蔽之,“网络特供”不应该是粗制滥造、产品低质,甚至是各类山寨产品的代名词,否则商家只能是失了民心,搬起石头砸自己的脚,不利于企业自身的长远发展。
(据中国新闻网)

网络特供存误导消费嫌疑

网络特供产品与线下产品质量不尽相同,甚至“偷工减料”,其实是市场环境所致。

其一,在当下竞争日益激烈的电商市场,价格战成为了主旋律,而家电市场利润薄,如何省成本成为了电商头疼的问题。从其他品类产品来说,“专特供”会给人一种“质量更好,档次更高”的印象。但家电网络市场恰恰相反,也就是说,电商模糊了概念,让消费者误以为是线上比线下“差别供货”。

据了解,厂家为爱打价格战的电商渠道单独定制“专供机型”在行业内已是公开的秘密。厂家表示,“他们(电商)订货时往往直接给我们限定价格,直接就说你给我造出多少钱一台的电视或者冰箱。”

其二,对家电“特供”概念

不明了的消费者,在不注意商品细节的情况下就会被电商忽悠。据了解,多数消费者在网购家电时,多关注产品外观,很少会注意产品的各项参数。更别提拿实体渠道与电商渠道的商品货比三家。消费者在被网络的优惠价格吸引下,只要看包装一样,就会觉得“网购真便宜”,愉快地下单。

其三,大多数消费者没有养成网购收货时先验货的习

惯,这就给电商留下了“钻空子”的空间。当消费者指出特供商品质量存在缺陷,或是功能“偷工减料”,此时,电商就会理直气壮地指出,“我们又没讲商品型号与实体渠道一样,重量尺寸等细节都是标明的嘛。”将责任推给消费者。

网络特供商品虽与实体店专卖的不一样,虽然是正品,价格也较为优惠,但质量的确会低一个档次,消费者要慎重。

