

# 警惕！电商网购六大问题！安徽省消保委发布提示

安徽市场监管 2022-03-17 17:54



点击蓝色字关注我们

每当重要节点，各大电商促销战“硝烟弥漫”，各种花式促销、打折让消费者心动不已。电商平台“逢节必促”的做法让消费者习惯性买买买，但是大促背后是否有价格猫腻？产品质量、售后服务是否有保障？为此安徽省消费者权益保护委员会于2022年元旦及春节期间组织开展了电商网购消费体察，涉及京东、淘宝/天猫、拼多多、唯品会、苏宁易购、美团、小红书、快手、抖音10个电商平台，就消费者普遍关心的电商网购商品价格和打折促销、产品质量、广告宣传以及物流快递、售后服务等问题，进行了阶段性价格监测、购物体验和服务评价，发现**隐性涨价、虚标原价、货不对板、虚假宣传、价低质次及售后缺位**等六大问题。



## 01 商品价格总体平稳，不拼手速也能享优惠

本次消费体察价格监测共对上述平台的1055件商品进行了价格跟踪。通过每三天观察并记录商品价格变化情况，整理出连续性有效价格检测信息868条。监测显示，长达40天的监测期内商品价格总体平稳，未出现大幅度涨跌现象，不少平台优惠叠加店铺优惠持续时间长，且前后变化不大。受平台特性影响，直播平台的价格监测信息相对完整度低，近半数商品价格监测信息不完整，多以售罄、下架等因素而被迫中止监测。

值得注意的是，本次体察期结束后，体察志愿者于2月25日-27日对体察商品价格进行了一次“回头看”，结果显示除个别平台商品价格有不同程度下跌外，其他各平台价格走势整体平稳，各类商品未出现较大幅度的价格上扬或下跌现象。其中655件商品因元旦、春节后的持续打折促销，交易价格较平日有所下降，综合占比75.46%；197件商品价格无任何价格变化，占22.70%；16件商品价格出现相对明显的上浮，占1.84%。这也意味着想趁平台年终大促“薅羊毛”的消费者事实上并没有获得多少优惠。

而对各平台已经购买的体察商品进行价格“回头看”中，在某平台购买的68件商品中，竟有半数商品价格出现不同程度的降价，最大降幅甚至达到惊人的87%。

序号	电商平台	监测商家	商品类别	检测数量
1	淘宝/天猫	117	8	159
2	京 东	72	7	109
3	拼 多 多	95	9	132
4	美 团	19	4	70
5	苏宁易购	35	8	95
6	唯 品 会	60	6	85
7	小 红 书	41	5	87
8	抖 音	55	4	78
9	快 手	39	5	53

各平台价格监测统计表

02 购物体察评价总体较高，部分平台表现差强人意

本次消费体察购物环节，志愿者从体察平台共计购买380件商品，有16件商品因疫情、春节放假等因素，在体察截止日尚未收到，有4件商品被通知不能发货，商家要求体察员申请退款或取消订单，其余商品均已收到。

本次消费体察中，体察员从大多数平台所购买的商品质量符合预期和商家宣称的信息。但也有部分平台商品的宣称信息与所购买实物不符，“价低质次”明显。其中某电商平台非自营商家涉嫌销售假货，一款标价898元的皮夹克，标称“绵羊皮”，体察员购买后，发现材质存疑。通过在线客服联系商家，商家承认该商品材质为“皮革”，并非所标称的“绵羊皮”，但仅给予消费者30元补偿，后经平台介入后，商家同意退货的基础上给予200元经济补偿，但对消费者提出的“退一赔三”不予支持。

体察中另有平台商家以“高端定制”为由，明示所售商品不接受七天无理由退货。体察员下单购买两件服装，因服装版型、颜色和合身程度均不满意，申请退货遭拒。商家展示该商品页面有“定制”字样，但该字样仅在电脑版下可见，且该商品并非“消费者定做的商品”，而是按照商家提供的尺寸颜色购买的商品。此外，该商家表示，不接受“七天无理由退货”的殿堂告示，是按照平台规定的“不退不换”条件执行的。

序号	平台	商家数量	购买数量
1	淘宝/天猫	56	89
2	京 东	50	68
3	拼 多 多	42	68
4	美 团	11	52
5	小 红 书	19	27
6	唯 品 会	36	47
7	苏宁易购	44	53
8	抖 音	15	22
9	快 手	14	18

各平台价格监测统计表

### 03 广告宣传问题集中，违法违规行突出

本次消费体察中，不少平台的直播活动都存在对商品夸大宣传、虚假表述问题。个别平台的商家在营养保健食品宣传中，涉嫌使用模糊表述语及错标商品信息手段，诱导消费者选购。其中体察人员就发现该平台商家将普通食品功能化、功能产品疗效化声称现象较为严重，如普通压片糖果被明示或暗示具有降脂减肥效果，营养保健类商品被宣传具有治疗功能等。



而商品广告虚假宣传在直播间中则表现更为“抢眼”。本次体察中发现多个平台在饰品直播中，都存在低价售卖劣质商品问题，低至不足1元价格，却宣称“足金纯玉”等诱导消费者购买，而体察员所收到的商品根本不具备商家宣称品质，与宣传内容严重不符。并且从商家页面展示的已经售出数量看，大量类似商品销售量均为“10万单以上”，参与购买的不特定消费者数量巨大。

### 04 物流快递整体满意，个别快递公司商品包装破损

本次电商消费体察物流配送涉及顺丰、圆通、申通、京东、德邦、极兔、中通、EMS、美团等9个承运人。从商品送达率情况看，各快递公司自接单到送达，均能在规定时间内完成；从包装完好度情况看，受电商平台提供包装物等因素影响，有三家快递公司存在包装破损、内在商品遗撒等问题；此外，受到春节假期及疫情影响，部分快递公司出现延时配送，但均有短信或电话告知，服务质量整体提升很多。从服务评价和满意度来看，满意度较高的快递公司是顺丰、京东和EMS。

## 05 部分平台售后不尽人意，“智能答复”急煞人

本次消费体察活动中，在商品价格、发货及退换货等售后服务中，有部分平台的部分商家存在售后服务无响应，无故拖延发货等问题。如体察员在某平台购买了商家宣称水培插活的玉兰枝条，“按图索骥”进行水培后，最终开出来的是类似于梅花的粉色小花；同样宣称是多色郁金香种球，经水培后长出来的却是普通水仙。对此商家只回复一句“拍给我看看”，再无下文。另有体察员2月2日通过另一平台购买的扫地机器人，下单次日显示商家拣货完成，此后出现承运人和订单号，但此后再无下文，只有提示快递揽收。联系商家时却只有智能答复，尝试转人工服务，却始终无人工服务解答。无独有偶，在某平台购买的一商品下单一个月后，订单显示“已签收”，但送货地址和签收人均非体察员本人预留地址，截至目前商家仍未有任何有效回复信息。



而延迟发货也是本次体察中让体察员较为头疼的问题，其中某平台出现多个商家均在没有任何事先明示信息的情况下，延迟发货或者不给消费者发货。“因为疫情不能发货”“商

品缺货，不能发货” “冬奥会期间不能发货”，三次寻由不给发货却均未主动联系消费者进行沟通，直待消费者再三询问后商家才选择发货。

安徽省消保委提示

基于本次电商消费体察中发现的问题，省消保委已于3月11日起分批次约谈部分问题较为集中的电商平台，督促强化平台治理，限期拿出问题整改意见。在此省消保委再次提示：

1

明码实价是经营者销售商品时，应当履行的法定义务，任何虚标原价、虚假优惠的行为都是利用自身信息技术优势，对消费者做出的不公平不合理的交易条件，均涉嫌违法违规，最终也会失去消费者的信任。



2

经营者广告宣传应真实、合法，不得含有虚假或者引人误解的内容，不得欺骗、误导消费者。货真价实才是赢得消费者口碑的王道，任何形式的虚假宣传谋取的都是短暂的眼前利益，砸了自己的招牌不说甚至面临法律的严惩。



3

经营者对所提供商品基于完备的售后服务是经营者的法定义务，任何形式的推诿、拖延、怠慢和置之不理，均涉嫌不履行《消费者权益保护法》规定的经营者义务，给消费者造成损失的，应承担相应的赔偿责任。



4

广大消费者在网购中应遵循科学、理性、按需的原则，对于价格明显违背普遍认知的贵重物品应三思而行。网购期间务必保留购物凭证，必要时可通过截屏、录屏等方式保留证据，一旦发现自身权益受损，请及时通过正规途径维护自身合法权益。



欢迎关注  
安徽市场监管  
微信公众号