

## “電商專供”不該是“低價劣質”的代名詞

11-11-2020 中國消費者報·中國消費網

作者：吳學安

隨著網購的普及，人們經常會發現，網上有些商品標明“電商專供”或者“電商定製版”。所謂的“電商專供”，就是專門供給電商，通過網路銷售的各種商品，這類商品在實體店是見不到、買不到的商品。這些商品有時在價格上存在一定優勢，但也可能暗藏問題。業內人士認為，目前“電商專供”商品存在三種情形，即同款不同質、同牌不同質、盜用品牌，應當區別予以認定。

常言說，一分錢一分貨。消費者不應一味追求低價，還要綜合考慮實際需求與價格，貨比三家、擇優購買，畢竟適合自己的才是最好的。一方面，生產廠商推出“電商專供”，主要是為了避免線上低價衝擊線下的價格體系，生產廠商既要配合電商管道的低價策略，又要保證自己的利潤，一些品牌為了維護線上線下管道的生態平衡，會將一部分商品作為“電商專供”，刻意與實體店進行區分，於是就會出現不同設計、不同用料的情況；另一方面，電商促銷大多以低價為主，由於電商專供商品大都是限價生產，企業為保證利潤，就可能會在商品的材質上壓縮成本，導致電商專供商品質量與實體店同類產品有一定差距，因此價格偏低。

互聯網電商發展這麼多年，本來早該渡過粗放發展的階段，進入以服務和質量求生存的新階段。儘管線上線下進行“差別定製”與“差異定價”，既避開了不同銷售管道間的利潤互搏，又滿足了網購消費人群的多元化、個性化需求，算得上一舉多得。但無論是“電商專供”還是線下管道，只要是廠家推出的產品，質量上都是有保證的，現在“電商專供”低價劣質問題的存在，再度說明依靠電商平台的自律並不靠譜，市場競爭倒逼服務升級的想法也有點一廂情願，這方面還需要明晰規範強化監管。

誠信經營應是一切經營活動的“黃金法則”，即使產品質量不影響使用，也不能成為低價劣質的理由。更為嚴重的是，線上線下的商品注明為同一個商品型號，卻故意使用不同的材質和工藝，這些虛假的陳述，實為誤導消費者，違反了《消費者權益保護法》《反不正當競爭法》，理應法律層面進行規制。

徹底摒棄“電商專供”低價劣質經營模式，一方面，需要監管部門督促生產廠商通過各種方式對“電商專供”商品作出明確的標識，充分滿足消費者的知情權，以供消費者根據自身情況進行選擇；另一方面，消費者在網路購物中需要多點理性，不要被電商產品的低價迷了眼，一味追求低價，還要綜合

考慮實際需求與價格，畢竟適合自己的才是最好的。無論是傳統平台還是電商平台，明碼標價、公開透明、誠信守信都是不可逾越的市場底線。

責任編輯：遊婕