

500根棉签到手只有380根……

网购商品“缺斤少两”只能认栽？

500根棉签到手只有380根,260张抽纸其实只有62抽……近来,不少消费者在网上购买日用品遇到类似的问题:一些商家仗着商品数量多、价格低、难以清点,企图“瞒天过海”,偷偷减量。

你数过网购买来的抽纸和垃圾袋吗？

近期,谭女士下单了某平台商家的200个垃圾袋。收到货品之后,谭女士闲来无事清点数量,意外发现收到的垃圾袋总共只有150多个,与商家的销售页面相比,少了近1/4,“本来觉得网购价格挺划算,清点后感觉自己被骗了。”

谭女士的遭遇并不是个例。网友李先生收到在网购平台买的一次性手套后,发现实际数量比商品标注的少了一半。向商家反映后,商家二话不说直接退款。“卖家心里有数就是没给够,没有问我要任何拆箱视频就直接

退钱了,这是明知故犯。”

发现问题后,记者在某电商平台购买5包共500支棉签。收到货后清点发现,尽管标有100支/包字样,实际每包里只有约75支棉签。此外,到手棉签产品较为简陋,其包装上也没有任何厂家、生产日期、产地等信息。

相比直接在数量上“缺斤少两”,一些商家的做法则更为隐蔽。“以为买的是260‘抽’纸,仔细看包装上写的是260‘张’。”张女士以9.9元的价格在某平台上购买12包抽纸,发现尺寸明显比在线下超市购买的小一圈。令她无奈

的是,商家不但理直气壮地说没少,还反过来指责她没看清商品介绍。“作为普通消费者,我们哪会分得清‘抽’和‘张’的区别,只能认栽。”

记者发现,类似的“文字游戏”还有以“使用次数”替代“张数”、以“重量”替代“数量”等。有消费者反映,一些购买页面写着“可擦333次”的厨房纸实则25张,写着“买500送500”的垃圾袋却被商家否认称并未说明是“500个垃圾袋”。而在这些商品的介绍页面中,真实的数量信息往往不会说明,只是在隐蔽处被一句含糊的“数量可能存在偏差”指代。

为何要在几张抽纸上“动歪脑筋”

“很多日用小商品本身售价只有几块钱,加上数量成百上千,少个百分之二三十,绝大部分消费者不会察觉,也不会较真,无形中给了不法商家可乘之机。”一名电商从业者透露,即使有个别消费者逐个清点,只要没有确凿证据,商家也可以不认账,或者以“在正常误差范围内”的理由,用补差价的方式协商解决。“最差的情况不过是全额退款,和庞大的销量相比,对于商家来说不算什么损失。”

这些偷偷“做手脚”的商品往往价格相对低廉,消费者自以为买到优惠产品,实

则掉入消费陷阱。受访专家表示,此类行为可能违反消费者权益保护法、广告法等。相关法律明确规定,消费者在购买商品或接受服务时,有权获得质量保障、价格合理、计量正确等公平交易条件。根据市场监管总局发布的《定量包装商品计量监督管理办法》,商品的生产者、销售者应当在其商品包装的显著位置正确、清晰地标注定量包装商品的净含量,计数定量包装商品短缺个数不能超过标注数量的1%。

“从实际情况看,消费者维权存在困难。”中伦文德律师事务所合伙人陈琳说,除非消费者在拆包装开始就全程录音录

像,要不然网购商家可以以“没办法举证商品状态和收货时一致”的理由,仅仅作7天无理由退货退款。目前,由于对商家缺少有力的惩处,部分商家缺斤少两现象越来越严重。

有业内人士指出,不少电商平台以销量、低价等顺序对商品进行排序展示,进一步迫使商家不顾数量“卷价格”“冲销量”。“如果产品销量上不去,就没有展示位,意味着消费者根本看不到。”上述业内人士称,“尤其是在商品差异较小的日用品赛道,竞争越来越激烈。电商渠道的价格已经被压得很低,一些在供应链上没有优势的中小商家只能动起‘歪脑筋’。”

守住“足数足量”的市场底线

如果遇到类似的情况,消费者应如何正确维权?根据消费者权益保护法第55条规定,经营者提供商品或者服务有欺诈行为的,应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失,增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的3倍;增加赔偿的金额不足500元的,为500元。

“商家如果缺斤少两严重,也符合法律中对欺诈的认定。”陈琳介绍,消费者遇到此类问题,第一步要保留证据,包括对商家(尤其是商家在平台的经营主体,可以保存营业执照)、商品信息的

截图、开箱的视频;第二步要联系商家,对缺斤少两的情况进行交涉,包括按照法律规定主张赔偿;第三步,消费者可以向消费者协会或者向电商平台投诉,甚至向法院提起诉讼。

推动商家明码标价、诚信经营,平台需要采取更严格的监管举措。武汉大学政治与公共管理学院副教授石超明说,平台应建立严格的商家入驻审核机制,对频繁出现商品重量、数量不符等问题的商家,限制其入驻或者采取惩罚措施,同时应定期对平台上销售的商品进行抽检。

当前已有一些电商平台意识到这类问题。半月谈记

者注意到,国内一家电商运营团队发布了《“虚假宣传:大小/重量/数量虚假”实施细则》,其中称将根据虚假宣传情节严重程度,对其进行警告、下架违规商品、冻结佣金账户、关闭商品分享权限、扣除违约金等处置。

几块钱的小商品缺斤少两看似事小,却可能让一个平台和商家失去消费者的信任。“市场监管部门也要加大监督检查力度,明确电商平台销售商品的计量、包装等规范。”石超明认为,对有相关不法行为的商家,应明确相应的行政处罚措施,提高违法成本,起到警示作用。

据半月谈

从衣食住行,到看病殡葬,“它经济”全链条开花——现在流行“带娃式”养宠了？

伴随宠物消费潜力的进一步释放,“它经济”全链条开花,精细化养宠、全生命周期服务等新趋势展露生机。

宠物3.0时代人宠关系发生改变

夜幕低垂,车站月台上,一只小狗静待主人归来……这是电影《忠犬八公的故事》中令人动容的经典片段。

电影是折射人宠情深的艺术镜像,亦是宠物消费市场“它机遇”崛起的生动注解。宠物是门经济,这门经济已经跨越数个时代,从1.0进入3.0阶段。

什么是宠物经济3.0时代?宠物3.0时代与1.0和2.0的核心区别在于地位的转换提升。人们对于宠物需求的不同,成就了宠物行业的自我迭代和升级。2015年以前,网上宠物店铺主要销售的是粮和用品。2015年之后,宠物经济进入不断细分的阶段。国风汉服、簪花头饰……某宠物服饰店主要出售原创古风服饰,300多元一套的猫咪礼服有不少宠主下单。“狗子太胖了,宠物跑步机搬回家,心率仪也要配上,还有冰足贴,给运动后的爪子降温。”宠主高博鑫给自己买个运动手表都心疼,但为柯基犬花钱连眼都不眨。

“带娃式”养宠卷起行业竞争

记者走进江苏威鸿宠物用品有限公司生产车间,只见工人们鼓足干劲忙生产,一批批狗咬胶经烘烤、包装后下线。公司总经理胡子梦告诉记者:“我们的宠物零食每年保持10%以上的增长率。”

随着养宠人士对宠物的情感需求逐步增加,养宠标准水涨船高,精细化养育渐成宠物消费新趋势。约4年前,三只松鼠成立一家专门研发狗粮的公司。零食企业做宠物粮并非降级,一些宠物食品标准甚至比人的更高。

目前,整个宠物产业链上,大致可以分为上中下游三个部分。上游主要是繁殖交易,中游是宠物的食品、用品、玩具、服饰等品类,下游则以服务为主,包括宠物美容、寄养、写真、医疗、保险以及殡葬等。相比上中游,下游服务增长趋势十分显眼。



CFP供图

相比传统围绕衣食住行的宠物消费,涉及养宠精神层面的需求持续高涨,催生出一系列“拟人化”服务,推动宠物经济向全生命周期方向延链、拓链。单炉火化、骨灰寄存、专车接引、宠物遗容整理、纪念品定制、中西式告别仪式……

中国人寿、太平洋保险、众安保险等保险公司纷纷开拓宠物保险业务。以众安保险为例,自2020年推出宠物保险后,该业务连续3年快速增长。2024年上半年,众安在线宠物险同比增长2.8倍。

拓展消费需求,激发市场活力

记者注意到,2024年版的商标类目中新增了“1405”宠物用首饰这一类别,由此可洞见市场对日益增长的宠物周边产品需求在积极响应。艾瑞数据显示,预计到2025年,我国宠物行业市场规模将达到8114亿元,发展前景广阔。对此,业内人士认为,可从推动立法、强化监管、提升服务等方面助力宠物经济发展。

推进宠物经济立法。从法律层面明确宠物产业的类型、业务范围、营业资质、从业标准、法律责任和纠纷处理办法等,使宠物经济发展有法可依,市民养宠有法可依。

建立统一的监管平台。统一的宠物市场监管平台有利于高效整治并规范宠物交易市场。应明确各相关部门在宠物市场监管中的职责与权限,形成联合监管战线,对不法行为给予打击。引导宠物医院接入医疗保险平台,为市民养宠提供保障。

提升宠物行业服务质量。宠物经济的持续稳定发展不能单纯以发展速度为标准,也不能一味地打价格战,更不能以不规范或非法行为来获取市场份额。

据半月谈