

# 同一店铺、同一链接、同样价格下单,收到货品质量却天差地别

## 收货地不同 网购商品竟是“两副面孔”



### A 同店同款却不同质

所谓“AB货”,是商家针对同一售价、同一链接的商品,混发质量、做工或材质存在明显差异的商品的做法。其中,“A货”为优质正品,“B货”则是成本低、质量有瑕疵的商品,甚至是残次品或滞销品。记者在黑猫投诉平台以“AB货”为关键词查询,发现相关投诉超3000条。

张先生告诉记者,自己在某电商平台购买了4盒蓝莓,到货品尝后觉

得口感不错,于是想着买几盒寄回老家给爸妈尝尝。可没想到,通过同一商品链接再次下单后,发往老家的蓝莓却出现了品质降级。“只有四五颗蓝莓稍大一点,其他全是小果,表面还皱巴巴的,一看就不新鲜。”张先生说。

张先生的遭遇并非个例。有消费者向记者反映,即便是同一地址,两次下单收到的货品质量也不相同。来自

河北邯郸的张女士表示,自己在某品牌线上旗舰店购买了一款很火的夏凉被,亲肤柔软、自带凉感,便又下单了一条。没想到第二次收货后却发现面料发硬、做工粗糙。

在浙江杭州工作的李女士同样表示,前段时间,她在同一家店铺先后下单了两个不同配色的同款头盔,一个自己戴,一个给男朋友戴,收货后却发现两个头盔品质、做工差异巨大。

“除了颜色能和订单对上,其他都不一样。”李女士告诉记者,黑色头盔采用旋钮式调节设计,内衬厚实有弹性,而白色头盔则用简易魔术贴调节,内衬单薄,按压后毫无回弹。

“为什么买的是同一款商品,收到的货却不一样?”面对李女士的质疑,客服辩称黑色头盔卖完了,是从其他厂家新进的货。

### B “批次不同”成商家常用挡箭牌

消费者为什么会买到“AB货”呢?从事服装行业多年的谷先生表示,消费者在同一个链接买到不同品质的产品,有的是商家刻意进行虚假宣传,例如展示的是制作精良的样衣,而批量生产的衣服则使用不同的面料和做工,就出现了不同质量的货品。另一种情况是供应链环节的品控失控。一些商家并不会对货品的制作环节一一把关,在代发模式下,工厂直接

将商品发给消费者,或者由第三方仓储公司负责入库、发货、退货分拣以及售后。因此,卖家甚至可能从未见过自己销售的商品。

记者采访时发现,对于消费者的质疑,商家精心设计了一套应对话术。多位消费者反映,在遭遇“AB货”维权时,商家常以“发货批次不同”等理由进行回复。

曾兼职电商客服的王女士向记者

透露,商家会给客服一份话术模板,遇到消费者质疑“AB货”时,客服便称是“正常批次原因”或以“免费升级款式,使用效果更佳”搪塞消费者。至于货品质量如何,客服也无从知晓。

“正常情况下,工厂根据样衣选布料、打版、缝合,制成后进行质检,达不到标准的会重新返工,按照这个流程,不同批次的货差别微乎其微。即使是换了不同的工厂,这类差异也会

限定在一定范围内。”谷先生表示,商家“批次不同导致货不对板”的说法并不成立。

针对商家根据收货地址区别发货的问题,在浙江从事电商运营工作的平平表示,这种情况可能在面料价格较高的品类出现,比如羽绒服、羊绒制品等。为规避监管,生产“AB货”的商家还可能专门生产一批质量优良的货品来应付质检。

### C 故意出售“AB货”构成欺诈

从法律层面看,商家发“AB货”的行为如何定性?北京大成律师事务所律师柴溪晨认为,出售“AB货”在法律上定性为违约还是欺诈,核心区别在于商家是否故意。如果商家故意用“A”的宣传页去吸引消费者下单,然后用“B”发货,这种行为就构成了欺诈。

针对“AB货”乱象,北京桦天律师事务所律师王佳琳表示,商家不能以

批次差异、品控波动等理由免责,如果商品实质上已经构成以次充好,商家必须承担法律责任。

王佳琳强调,若商家利用后台大数据和收货地址“看人下菜碟”,向一线城市寄送A货,同价同链接却向县城、农村等地区寄送B货,则违反了民法典的诚实信用原则和公平原则。

柴溪晨建议,通过信用惩戒规制商家发“AB货”的行为。一方面,在平

台之间建立跨平台的黑名单共享机制;另一方面,将商家欺诈行为和个人征信体系挂钩,通过失信商家在社会经济生活中受限,遏制此类行为。

面对商家花样百出的“AB货”套路,消费者又该如何“避坑”?王佳琳建议,消费者收货时养成录制开箱视频的习惯,同时截图保留商家宣传页面和聊天记录。她提醒,如遇到“AB货”问题,消费者可优先向平台申请退

货退款。柴溪晨表示,消费者可首先通过平台、12315消费者热线维权,调解不成可在第三方平台寻找有相似遭遇的消费者,发起集体投诉。

“按照相关法规,被认定消费欺诈后,消费者可主张‘退一赔三’,赔偿金额不足500元的按500元赔付。即便低价小商品遭遇‘AB货’,也可争取保底赔偿。”王佳琳说。

(《工人日报》)