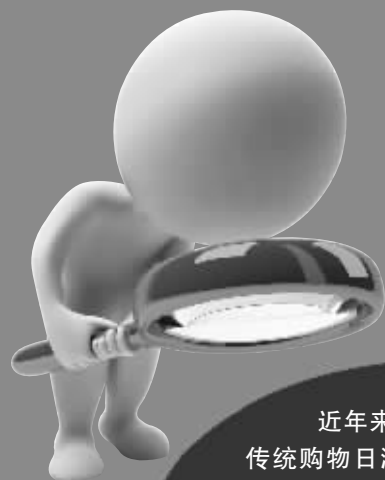


宁波市消保委联合市场监管局做了个对比实验 同款产品线上比线下价格低 原来质量真的不一样



近年来,网络消费蓬勃发展,传统购物日渐萎缩。面对款式相近、价格不同的线上线下商品,消费者该如何选择呢?线上商品价格真的便宜吗?线上商品的质量有保障吗?为回应消费者关注,同时加强对线上线下商品价格、质量状况的调查和社会监督,宁波市消保委和宁波市市场监督管理局联合开展了专项消费调查体验活动,通过数据和实验对比来解答消费者的疑惑。

□通讯员 陈超
金报记者 王冬晓

制图 吴玉涵

●实验概要

实验机构:宁波出入境检验检疫局检验检疫技术中心

实验目的:对款式相近、价格不同的线上线下商品进行功能性对比实验,鉴别其质量是否存在差异

实验准备:本次消费体验共选取了40组对比样品,每组样品标称的品牌型号规格基本一致。其中电器20组,包括电吹风、电磁炉、豆浆机、吸尘器和洗衣机五大类。服装和鞋类20组,包括功能性服装、普通服装和鞋子三大类。

●实验过程

记者了解到,本次消费体验通过线上线下不同渠道,选取了40组对比样品,主要是两大类,电器类和服装鞋类组。这些样品标注的都是同款式或同型号,渠道不同,价格也不一样。

电器类商品抽检的均是知名品牌,包括POVOS奔腾、PHILIPS(飞利浦)、松下、美的和九阳等,除了对外包装、尺寸、外观等进行对比外,工作人员还对工作时噪声、工作效率和待机功率进行了功能性比较实验。

服装鞋类也多是名牌,包括太平鸟、天美意、columbia、Jack Wolfskin、GXG等,主要是根据GB18401的要求来考核,除了功能性指标之外,还对面料成分、色牢度、撕裂、耐磨性、起毛起球、甲醛等进行了实验。

实验结果

从总体来看,本次检测的40批次家电产品,线上和线下款全部符合国家标准。30批次服装检出不符合国家标准3批次,均为线上款,10批次鞋类产品,检出不符合国家标准3批次,线上2批次,线下1批次。

●实验结果

值得一提的是,此次检测中,功能性服装表现坚挺,抗紫外线性能、防水性和透气性方面,各项指标都符合国家标准,且线上款、线下款也不存在明显差异。

实验分析

电器组(松下吸尘器)

线下款比线上吸口直径多10毫米,吸力更强劲

通过电器对比实验,网购和线下实体店购买的电吹风、豆浆机、洗衣机对比样品全部符合国家强制标准,使用性能也不存在差异。涉及品牌包括,POVOS奔腾、松下、飞利浦和飞科的电吹风;LittleSwan、SANYO、美的、海尔的洗衣机;苏泊尔、美的、九阳的豆浆机。

不过,实验室检测人员在对电磁炉和吸尘器做对比实验时,问题来了。

记者看到,不同渠道购买的标称美的C21-RH2133S多功能电磁炉,外观看起来别无二致,功能也是一样的,但是拆开以后发现,网购电磁炉比线下款少了一些电器元件。

“线下的这一款,多出一块电路板,多了两块电器元件。”宁波出入境检验检疫局技术中心高级工

程师陈大果介绍说,经过反复实验,这个元器件的缺失,不会造成电磁炉使用性能和安全指标上的差异。“用料方面,线下产品显得用料更足,成本应该更高。”

记者查看实验数据发现,标称Panasonic(松下)MC-CL741真空吸尘器,网购和线下商品,在用料和实际功能方面存在差异。线下款吸尘器吸口直径为44.80毫米,而网购款为33.43毫米,相差了10毫米,体现在性能上,线下产品进风口风速为5.5m/s,线上产品4.6m/s,线下产品吸尘能力更强。

“通过检测,20组电器商品全部符合国家强制标准,仅有2组存在明显差异。这可能跟市场监管部门近年来对电器安全指标项特别重视,每年都对大型电器卖场进行抽检有关。”宁波出入境检验检疫局技术中心电器实验室副主任何鹏说。

服装鞋类组

网上购买商品存较多质量问题

服装和鞋类20组,包括功能性服装、普通服装和鞋子三大类。

实验室检测人员通过对比实验发现,功能性服装表现坚挺,抗紫外线性能、防水性和透气性方面,各项指标不存在明显差异。

鞋类商品中,一组磨砂牛皮女皮鞋,其线上线下样品均存在耐折性不符合国家标准的情形。此外,还有一款打蜡皮革女皮鞋网购样品也有同样问题。

普通服装样品中,线下样品全部符合国家标准更值得消费者信

赖。但是线上服装质量不容乐观,三款网购线上服饰存在质量问题。

工作人员用仪器分析了样品的纤维含量,结果显示,标签含量羊毛、聚酯各50%的网上代购的某品牌袖口系带大衣,检测实际成分为羊毛47.4,聚酯纤维39.5,其他纤维7.2,腈纶5.9。“此外,该样品耐汗渍色牢度也不符合国家标准,容易褪色;使用说明当中未标示安全类别不利于消费者选择等问题。”宁波出入境检验检疫局技术中心鄞州分中心陈森介绍说。



实验提醒

关于价格

网购服装优势更明显,电器类差别不大

记者了解到,抽检的40组对比样品,每组样品标称的品牌型号规格基本一致。

其中20组电器,线上线下平均差价为19.05元(线下平均价格减去线上平均价格),差价率为2.5%(平均

差价除以线下平均价格)。

服装和鞋类20组,线上线下平均差价为127.25元,差价率为17.9%。

由此看出线上服装的价格优势更为明显,电器类、功能性服装和鞋类商品差别不大。

关于性价比

服装价格差异最大,质量差异也最大

俗话说“一分钱一分货”,通过对比实验显示,老话说得有道理。

价格和质量确实存在一定联系,出现质量问题的服装样品均为网络销售,其价格比实体店同款商品售价低很多,价格差最大的一款服装,线下销售价格为1759元,而网络销售价格为499元,仅为线下价格的28%;另外两批次问题服装的线上售价也分别仅为线下销售价的29%和43%。3批次线上问题服装同时存在“低价劣质”的现象。

“功能性服装差价最小,质量差异也最少。其次是鞋类,差价适中,质量略有差异。成人服装价格差异最大,质量差异也最大。”宁波出入境检验检疫局技术中心纺织实验室副主任冯云分析称,很多企业为了避免消费者比价,对线上商品的规格型号做了调整。看起来是同一款服装,其实质量上确实存在差异,建议消费者还是要具备价值与质量对等的理性消费心态,对差价特别大的线上服装谨慎购买。