

# “电商专供”商品背后藏猫腻 存低价劣质等问题

## 提示

同一品牌商生产,也经过授权销售,但存在“低价劣质”等问题 “电商专供”商品背后藏猫腻 专家表示,“电商专供”商品应向消费者明示,并告知消费者商品之间的差异

实体店的东西太贵,网上搜到同品牌同款商品价格却要便宜很多。但收到货后,很多人却发现和实体店的有差别,这被商家称为“电商专供”款。记者日前采访发现,“电商专供”商品并非假货,但存在“低价劣质”等问题。此外,由于这类商品只在线上销售,消费者很难通过比价获得实惠,同时也被“电商专供”商品要得团团转。

北京市民郭女士向消协反映称,有一次在某电商网站购买了某品牌的羊绒保暖衣,促销价格仅为实体店的三折。结果买到手后发现,实体店内的含绒量显示是70%,这款促销产品含绒量只有30%。当她与店主交涉时,客服人员明确表示,这是“电商专供”款,所以才会上折三折。

郭女士的遭遇并非个例。近年来,很多品牌同时开展线上和线下的销售体系。为了保持价格体系的稳定,维护线上线下渠道的生态平衡,商家将一部分商品作为“电商专供”。这些商品仅仅用于电商渠道销售,并不在实体店销售,刻意作出价格区分,因此价格偏低。

电子商务研究中心主任曹磊对记者表示,虽然“电商专供”产品的质量与线下同款有一定差距,但“电商专供”产品为同一品牌商生产,也经过授权销售,所以不是假货,只是销售的渠道靠互联网。

在业内人士看来,线上线下进行“差别定价”与“差异化定价”,既避开了不同销售渠道间的利润互搏,又满足了互联网消费人群的多元化、个性化需求,算得上是一举多得。

但记者注意到,有的商家卖的“电商专供”商品与实体店同款商品在编码、外形上仅有细微不同,消费者不仔细研究,根本分辨不出来;有的商家搞“线上线下两幅面孔”;还有的商家将“电商专供”款混在普通商品中一起销售。不少消费者因为不注意,常常“被套路”。



今年3月,浙江宁波市市场监督管理局和宁波市消保委通过线上线下不同渠道,购买了40组对比样品,委托宁波市出入境检验检疫局进行了检测。结果发现“电商专供”确实有猫腻。比如,不同渠道购买的某款电磁炉,外观、功能标示是一样的。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。

宁波市消保委相关负责人说,线上产品出现“低价劣质”现象,主要原因就在于线上的成本控制。为了体现价格优势,使用尽可能少的成本制造相同款式商品。

对此,曹磊指出,如果“电商专供”商品外观编码与实体店商品完全相同,但质量却不同,那么此举便侵犯了消费者的知情权,涉嫌欺诈。

中国消费研究会副秘书长陈音江则对记者表示,如果商家卖的是“电商专供”商品,首先必须确保质量合格,符合产品质量要求。其次应该向消费者进行明示,并告知消费者商品之间的差异,满足消费者的知情权,让消费者充分了解之后再作出选择。

## 提示

三四线楼市还能热多久? 成交量呈上升趋势,库存降为近9年新低,业界认为长期支撑的动力不足

# 库存降为近9年新低 三四线楼市还能热多久?

在调控背景下,楼市形成“冰与火”两极分化的格局:一二线城市出现全面降温,三四线城市则较为火热。房地产行业主要交易市场整体向三四线下沉,三四线去化周期创近9年新低。但业内认为,三四线城市支撑房地产市场的长期动力不足,未来布局非都市圈三四线的房企,或面临“换仓”的可能。

## 三四线城市 成交面积同比上涨

“现在房价太高了!”来自唐山的侯女士感慨到,最近这一两年,唐山房价上涨较快,目前单价基本达一万以上。在焦灼的心理下,不少人担心房价再涨,陆续下手。

国家统计局5月16日公布的今年4月份70个大中城市住宅销售价格变动情况显示,唐山新建商品住宅销售价格4月同比上涨4.9%,环比上涨0.7%。

唐山楼市升温,非孤立现象。不同于一二线城市房地产销售持续低迷,近一两年,三四线城市成交量呈上升趋势。来自易居研究院的报告显示,今年年初累计至5月15日,一线和二线城市累计成交面积同比下降,分别达-41%和-6%,三四线城市累计成交面积则同比上升13%。

不过,若将三四线城市进一步细分,情况有所不同。5月上半月,易居研究院监测显示,东莞、无锡等7个本城调控较严的三四线城市新建商品住宅成交面积为107万平方米,环比4月上半月增12%,同比减少14%;而襄阳、惠州、徐州等11个本城未调控或弱调控的三四线城市,新建商品住宅成交面积为231万平方米,环比4月上半月增加56%,同比增1%。

楼市的“冰火两重天”,进一步反映在库存数据上。截至4月底,易居研究院监测的100个城市新建商品住宅库存销比,即库存去化周期为10.3个月,其中,一、二、三四线城市新建商品住宅库存销比分别为12.8个月、9.9个月和10.4个月。从横向对比看,三四线城市库存销比下降较为明显,当前数值也是2010年以来月度最低值,即最近9年中三四线城市的去化周期达到了新低。

以最近较受关注的丹东为例,截至4月底,丹东去库存周期仅为13个月,且已出现连续9个月去库存周期变短的现象。通过观察历史数据可发现,丹东去库存周期最高可达63个月。

此类信号引发业内警惕,业内认为,三四线城市库存不足,或在房价上涨的压力下,房企或面临“换仓”的可能。三四线城市库存不足,或在房价上涨的压力下,房企或面临“换仓”的可能。

这是否意味着,房企未来在三四线或面临“换仓”的可能?二线或面临“换仓”的可能?三四线城市库存不足,或在房价上涨的压力下,房企或面临“换仓”的可能。

中原地产总结称,“都市圈周边三四线与非都市圈周边三四线呈现不同的格局。未来都市圈周边的三四线城市,房企会做更多深耕,非都市圈周边的三四线城市,棚改计划完成后,预计城市会回归平静,房企换仓的可能性不大。”

## 棚改利好 量价回调

对于此番三四线城市超预期热销,易居研究院副院长杨红旭点评称,既有2015年以来全国楼市

## 提示

小程序上线500天,这股风刮向哪里? 加推科技、微盟等公司基于小程序获上亿元融资;小程序开发市场鱼龙混杂,火爆背后存外包乱象

# 小程序开发市场鱼龙混杂 火爆背后存外包乱象

5月18日,深受大家喜爱的“超级网红”故宫上线了“玩转故宫”小程序。

5月21日,广东省政府推出全国首个集成民生服务小程序“粤省事”,办证换证、查社保这些需要跑腿的事终于可以网上办。

截至5月24日,2017年1月9日正式上线的小程序已经走过了近500天。这股风吹遍零售、医疗、泛娱乐、旅游、政务等诸多领域。

根据今年1月腾讯公布的数据,微信上已有58万个小程序,日活跃用户超过1.7亿,有超过100万开发者和2300多个第三方开发平台。短短一年多,小程序成为炙手可热的新风口。

在小程序飞速发展的过程中,有的公司找钱模式获得了超5000万美元的融资,有的公司想跟风开发小程序却大喊“被骗”。未来,基于小程序创业的最大机会在哪里?

## 抓住“风口”几亿元投资

“今年所有投资都是跑步进入小程序,今年到4月,投资金额差不多是70亿人民币,(2018年)整个一年,至少是几百亿投资在小程序上。”4月26日,在阿拉丁第二届小程序创新大会上,知名投资人朱啸虎向大家一定要抓住这个机会。

深耕零售领域的SEE小电铺就是朱啸虎口中70亿元的一个获益者,也是小程序创业大潮中的一个缩影。

2018年1月,SEE小电铺获得腾讯领投的C轮融资,3月底,宣布完成C+轮融资,这两次融资总金额超5000万美元,不仅成为小程序诞生以来最大规模的融资,也是拼多多之后,腾讯投资的第二家基于微信生态的电商平台。

2017年初,SEE公司决定放弃其

的创始人,3月底,他决定做一个小程序打通公众号,加入招聘、讲座、活动售票等功能。他通过朋友介绍了在淘宝上做小程序开发的刘先生。张选花8000元委托刘先生帮忙开发小程序,双方约定一周左右上线。

“结果直到现在都没法用。”张选告诉记者,这两个月他一直在沟通,但始终没有进展,“我都把样子画出来了还是做不出来,感觉遇到了‘骗子’。”

张选说,他最想做的核心招聘功能,点击小程序模块后里面的页面都是图片,不能继续生成招聘链接的新内容,其他几个模块也存在类似问题。经过一番了解得知,刘先生并无技术背景,也没有技术合伙团队,他只是加盟代理了一家小程序开发商的产品。

来自安徽合肥的小程序代理商李威(化名)向记者解释了张选代理做不出来的原因。

今年2月底,李威向朋友和家人借了10万元,成为深圳某家小程序开发商的钻石代理商。这家代理金牌和钻石服务两种,分别需要交纳8万元和10万元小程序货款,每卖出一套产品,基础版只需要从账目中分别扣除298元和198元成本价,而据工作人员介绍,卖给用户的最低价格是6000元起。这中间的利润对于李威来说非常可观。

## 不懂技术也能开发小程序?

“当时公司说我代理后,只需要找几个员工做销售,再找一个美工就够用了,其他都是公司负责。”李威说,需要的唯一一位“技术型人才”美工,是为了美化客户的小程序页面,但很快李威意识到,“如果不懂技术,根本解决不了用户的问题。”

“到现在总共卖出去了7套,有三套都是1000块钱卖的,每天接到客户打来电话询问各种问题,我们解决不了,找公司他们也不管,让我们自己想办法。”李威说,他刚代理几个月,就准备放弃了。

中科院计算技术研究所研究员致远告诉记者,这些开发商做出供代理的模板,其实就是类似于PPT模板的形式,开发商做出针对各个场景交互模式的模板,用户拿到手后自己上传图片文字信息以及调整具体的模块布局,并不能实现一些个性化的需求。

在启迪之星技术负责人房俊杰看来,小程序开发市场的混乱主要有两个原因,“病患乱求医”的用户以及想赚快钱的开发商和加盟代理商。加之是新兴业态,一些善于赚快钱的人就会利用各种推广渠道宣传自己产品,需求方就会通过这些渠道“上钩”。

张选是一个图书出版行业公众号

张选是一个图书出版行业公众号

张选是一个图书出版行业公众号

张选是一个图书出版行业公众号

张选是一个图书出版行业公众号

张选是一个图书出版行业公众号

张选是一个图书出版行业公众号

张选是一个图书出版行业公众号

多技术开发者表示,小程序开发市场可以对比之前APP开发或者网页开发时期,很多人也都会选择技术开发外包,开始的时候市场也很“乱”,价格不透明,开发周期拖延等等,但这是一个阶段,很快就会过去。一位开发者表示,对小程序有更高要求的用户应该选择经过市场检验和认可的正规开发和代理公司。

## 不要“追随者”,而是“新打法”

在小程序的风口,已经有越来越多的公司尝试新模式。

4月底,商业服务提供商微盟宣布完成10.09亿元的D1轮融资,这跟公司战略发力小程序有很大关系。

2017年,微盟正式上线小程序平台宣布“All in 小程序”,除了给用户提供更小程序开发外,针对开发者,推出“小程序+电商”解决方案,针对线下门店营销场景,推出“小程序+门店”解决方案,打通线上线下全渠道业务。

微盟创始人兼CEO孙涛勇告诉记者,小程序只是大家实现商业变现的一个基础,想要做好小程序生意,需要把社交广告、公众号等打通,只有通过小程序赋能后形成一套完整的解决方案,才可以“让商业变得更智慧”。

模式类似SEE小电铺的LOOK平台则把服务群体定位在女性时尚自媒体上,LOOK创始人严明表示,“时尚博主不擅长长期的开发、后台管理、电商各环节的问题我们来做,他们只需要安心做好他们的内容就好。”

5月22日宣布获IDG资本、红杉资本等机构1.8亿元投资的加推,则是利用小程序直接为B端业务赋能。

加推面向企业开发者 B2S2C (BOSS to SALES to CUSTOMER) 小程序销售系统,打通企业管理者、销售与客户之间的关系和信息流,透出一家公司小程序名片让销售员与客户建立联系,并通过AI雷达读取用户行为轨迹,智能指导销售人员精准跟进,提升工作效率。

加推科技联合创始人刘盟曾担任微信国际版产品运营总监,从他选择做主打小程序的加推,也可以看出他对小程序生态的看好。

刘盟认为,小程序的出现,最大的机会领域在于小程序可以很好地帮助那些“低质高价”、长决策、产品或服务非标准化的行业解决交易难题,而这一个也是小程序创业者需要意识到的。投资了拼多多、孚物说、SEE小电铺、加推等多个品类基于小程序的明星项目后,IDG资本合伙人连盟告

