每年的3·15消费者权益保护日，成为万千消费者维权的集中爆发点。今年3·15消费者权益保护日的主题——携手共治，畅享消费。当然，小编也注意到一个现象，消费者网购投诉成为吐槽焦点。

互联网零售的发展，带来了消费习惯的改变，网络购物也暴露出不同于实体店消费的问题。继去年“网购七天无理由退货”开始实施后，今年3·15之际，“已拆封不得作为网购拒退货理由”将为新消法保驾护航。

两会期间，网络购物成为热词。全国政协委员、苏宁控股集团董事长张近东的提案中也提到平台首问制。时值3·15消费者权益保护日之际，小编也搜罗了当下互联网零售中呈现出的多种投诉问题，看看各家互联网零售企业如何“任性”地解决，为消费者打造营销安全、放心的购物环境。

文/张怡

护航新消费
看各家如何“任性”处理

问题1 同款不同质

去年双十一，何小姐在某网站某时尚女装旗舰店以较低的折扣购买了一款红色毛领大衣。春节期间在该品牌的线下实体店看到同款大衣，热心的店员将何小姐网购款与实体店同款做了比较，得出的结论是：两款大衣毛领的颜色、羊毛含量、衣扣的精致度乃至版型等细节上有很大差别。

解析：每年双十一，不少服装品牌都会在天猫旗舰店推出大力度折扣。但是，一些服装品牌天猫旗舰店和线下实体店所售同款服装在材质上有很大区别，有供应商甚至推出网购专供款，材质、做工等方面严重“缩水”。此外，今年2月份，国家工商总局公布的淘宝网仅37%的正品率的抽查结果，更是引发了一场集体大讨论。

作为转型互联网零售的排头兵，苏宁今年2月份发布了“蓝盾行动”。全国政协委员、苏宁控股集团董事长张近东的提案中也涉及推行平台首问负责制，系统屏蔽假冒伪劣。今年3·15期间，坚持推行平台首问负责制，并遵循平台商户优选精选原则，对入驻商户资质专项复核，只对品牌商、授权经销商开放。推行先行赔付、正品保证原则，苏宁还专设1000万元的找茬基金，邀请民间监察员“挑刺”，加大打假的惩戒力度。

问题2 投诉遭客服“拉黑”

方先生曾在某网站某数码旗舰店购买了一款数码产品，在产品出现问题不能使用的情况下，方先生积极与电商客服沟通，却因沟通无果，被客服无情“拉黑”，这让方先生的维权之路，一下子没了头绪。

解析：目前，淘宝、天猫、京东售后处理多以线上客服为主，网络的虚拟性造成对服务态度、服务质量的监督、跟踪具有不确定性，这也是造成上述方先生被客服人员无情“拉黑”、投诉无门的重要原因之一。

具有实体店优势，且在O2O双线融合上日趋成熟的苏宁云商在这方面具有明显的优势。线上投诉得不到解决，苏宁线下实体店成为消费者解决问题的“后方基地”。目前，苏宁除线上客服代表、24小时客服热线外，全国1600家线下实体门店都设有客服中心，消费者的购物问题可以得到双线解决。今年2月份，苏宁首家一站式电子产品维修中心落地苏宁新街口生活广场，集合了包括苹果、联想等多个品牌维修点，还设立家电维修、清洗、房屋保洁等多项便民服务，为消费者一站式解决售后问题的同时，还可以提供多种增值服务。

问题3 网购大家电配送、售后有诟病

霍女士在某网上商城购买了一台第三方厂家的液晶显示器，让她懊恼的是第三方厂家的配送只负责将货品快递到家，安装等售后服务概不负责。霍女士自行安装后，发现显示器时常会黑屏，多次致电厂家未予以解决。

解析：去年，京东着力发展的第三方商家被曝出售假货，暴露出对第三方卖家监管上存在的漏洞。第三方卖家的产品售后服务也是电商平台监管的“空白区”，高素质的售后队伍也是一些电商平台的第三方卖家所欠缺的。

作为从自营到全平台开放的互联网零售企业，目前，苏宁物流以“网络集成化、作业机械化、管理信息化、人才知识化”为发展目标，借助自主开发的LES等管理系统建立了收、发、存、运、送的供应链管理信息系统，实现2小时准时化配送，并辅助以“绿色通道”，实现对客户的“优质、快速、满意”的物流服务，物流现拥有零售配送、门店调拨、家电以旧换新、网上商城、会员礼品、送检送修等多项业务，准时化配送、门店补货、城市快递，一切只为消费者。

此外，苏宁追求有速度、有温度、有风度的物流，力争以能力促销售，以服务树品牌。依托强大的自建物流体系和自建快递员队伍，苏宁还推出一系列有技术含量的快递服务，真正改善用户体验。

问题4 先涨后降秒到却缺货

原先售价699元的冲锋衣，双十一的时候价格提高到1038元，采取五折预售的促销。蒋先生考虑到五折的价格比原价便宜几十元，双十一当天熬夜到凌晨才抢到一件，没想到第二天却被告知缺货。

解析：电商促销大战，价格先涨后降，消费者“板等”秒到之后却被告知缺货的情况很常见。尤其是中小卖家集中的淘宝，搜索同一款产品，多个卖家多个价格，消费者选购的时候苦于不知道如何下单。

作为O2O双线融合的排头兵，苏宁在双线价格的管控上在同行业中走在了前列。自2013年开始，苏宁在行业内率先推出线上苏宁易购和线下实体门店同价，明码实价。目前，实体店内可以扫码线上购物，线上购物可以线下支付提货。今年3·15来临之际，苏宁还集合优势资源推出多款海量特价商品，同时首次苏宁易购的会员还可以尊享到专属价格，消费者享受到实惠的同时，海量货源避免了诸如上述蒋先生秒到商品却缺货的尴尬局面。

小编·手记

让网购更放心

两会期间，“互联网+”火了。“建立健全消费品质量安全监管追溯、召回制度，严肃查处制售假冒伪劣行为，保护消费者合法权益。”被写入政府工作报告。

“携手共治、畅享消费”成为今年3·15消费权益日的主题。今年两会，全国政协委员、苏宁控股集团董事长张近东在提案中呼吁行业内推行“电商首问负责制，系统屏蔽假冒伪劣”，净化网购环境，切实保障消费者的权益。

2015年开年，苏宁将“提升用户的极致体验”放在工作的首位。继蓝盾行动后，苏宁力推平台首问责任制，履行正品保障原则，对入驻商户资质进行专项复核，只对原厂商、授权经销商开放。此外，还邀请所有平台商户和苏宁一起联合为用户购买正品网购保险，保障消费者放心购物。

用互联网工具打造新苏宁，线上线下的双线优势，使得苏宁区别于其他电商平台，在产品出样、顾客服务、消费体验、物流配送等方面具有得天独厚的优势。今年2月，苏宁首家一站式电子产品维修中心落地苏宁新街口生活广场，一站式解决售后问题的同时，还为消费者带来增值服务。

今年的3·15期间，通过双线营销为消费者带来海量商品的同时，还将推出大家电保值卡，在苏宁门店和易购官网购买大家电即可获得保值卡一张。日后，消费者如需更换购买新家电可将旧家电、发票及保值卡同时出示兑换相应的优惠换购额度，保值卡价值为3·15期间购买家电售价的10%，最高可抵用1000元。

此次苏宁保值联盟活动的推出，不仅提高了消费者在苏宁购买家电的附加值，也体现了苏宁作为大型企业的社会责任，对于助推家电更新换代更具有深远的行业意义。护航新消费，同样需要匠心精神，为消费者提供极致的服务，才能扩大消费，让亿万群众的消费潜力成为拉动经济增长的强劲动力。