

同一款商品、同一个链接、同一家店铺，寄到省会城市的菠萝新鲜饱满，寄到农村乡下的则青黑干瘪；一线城市收到的电饭锅是热门款、正品货，县城乡镇收到的却是滞销版、伪劣品……

从服装到食品，从珠宝到日化，“看人下菜碟”、同价不同质的发货套路，践踏网络经济的公平底线，侵蚀电商行业的信任根基。

因人而异、因域而异的“AB货”，照出了网络经济的诸多乱象。收货地址不应成为被歧视的理由和标准。电商可以下沉，但商品品质绝不能“下沉”。彻底铲除“AB货”的滋生土壤，建设童叟无欺的消费环境，是激活消费潜力、扩大消费市场的前提条件。

同款同链接同店铺，地址不同收到的货竟有天壤之别

看人下菜碟！“AB货”为啥如此猖獗？

地址不同 收到的货不同

近日，“购物车里有多少AB货在等你”的话题，在多个社交平台上持续发酵，相关投诉量高居电商投诉前列。记者就此进行采访，多位消费者表示有过被“坑”经历。

一位天津的消费者告诉记者，自己与县城老家的亲戚下单了同一家网店、同一个链接的牛仔裤，但是收到的东西却明显不同：自己的面料厚实、颜色纯正、双排缝线，而亲戚的则面料薄软、单排缝线、断线头多。

北京的何女士爆料称，自己一直很喜欢某品牌的拖鞋，在北京买的穿起来很软和很舒服，而发到老家乡下的，穿起来硬邦邦的，硌得脚生疼，质感根本就不一样。

明明下单同一款商品，为啥地址不同，收到的货品就有了云泥之别？

一位从事生鲜电商多年的商家向记者坦言：他们把品相不佳、质量参差的水果叫“电商果”，专门发往偏远地区。“一般消费者很难界定水果品相好坏，混发小果、次果，能够显著降低成本。”他说，“有些地方的人不太挑，退货率低。”

他给记者勾画了“AB货”的发货线路图：平台上显示的是同一款商品、同一个价格，但你下单后，一些商家会根据收货地址、账号等级、消费习惯、维权意识强弱等，在后台给消费者画像，悄悄搞“狸猫换太子”。

一线城市、核心商圈被标为“高敏感、高维权”，优先配正品“A货”；低线城市、农村偏远地区被标为“低维权、低敏感”，大量分流减配“B货”。

商家算准了城市消费者维权渠道多、反馈快，不敢轻易发次品；而农村消费者多因维权能力差、成本高、嫌麻烦，多数选择默默忍受。

套路升级 算法推波助澜

记者梳理发现，在某投诉平台，“AB货”相关投诉已超过3000条，涉及商品从服装到家纺，从生鲜到家电，几乎无所不包。

“AB货”问题由来已久。过去是实体店“挂羊头”展A货、线上网店则“卖狗肉”发B货，消费者在店里看到摸到的是一个样，到手却完全是另外一回事。如今，套路升级，线上店铺也是“展A发B”，城市发正品货、农村发简配版。

“AB货”现象，绝非个别商家“偶然疏忽”，而是无良商家、算法逻辑、法律监管共同作用的结果，是流量至上的畸形竞争与维权成本过高的监管缺失叠加造成的困局。

无良商家不择手段。为了在低价



网友遭遇的“AB”货。 网络截图

吸引流量的同时，不让利润“塌房”，一些商家便在消费者看不见的地方做减法：给一、二线城市的消费者发“A货”维持好评与权重，用微利甚至亏本订单换流量；占订单大头的下沉市场，则通过“B货”赚取超额利润。

平台算法推波助澜。“用B货换生存”是不少商家争取算法推荐、低价内卷的选择。而走量“B货”能给平台带来更多佣金和广告收入，所以平台宁愿以“技术中立”为由，也不愿主动拦截或预警，甚至默许商家利用算法精准区分用户、发放“B货”。

消费者举证维权难。“AB货”多数只是用料、渠道、做工有差别，检测举证成本往往高于商品本身，许多人“知难而退”；和城里的年轻人相比，农村“爸妈”维权意识和能力有限，更容易被“工艺差异”等说辞搪塞。

法律监管缺失缺位。目前，针对区域不同的“AB货”尚无认定标准，商家轻易就能以“批次不同”为由规避责任；处罚力度也多以“退货退款”为主，违法成本远低于潜在收益。

如何让“AB货” 彻底失去生存空间

“AB货”乱象，不能只靠消费者“自认倒霉”。多位业界人士表示，要多方协力，以制度补短板、靠技术强监管、用维权筑防线，让“AB货”彻底失去生存空间。

商家要守住诚信底线，拒绝投机作恶。你可以把差货塞进下沉市场，但塞不住乡村邻里之间轻描淡写的一句话：“别买那家店。”在信任经济时代，失去消费者信任的速度，远比你想象的更快。

平台要压实主体责任，扭转流量逻辑。要调整流量分配机制，将商品质量、用户口碑、售后响应率纳入核心权重，降低低价商品流量倾斜。细化商品买卖流通等信息，让消费者可查询商品进货源、产品批次等信息，打破算法黑箱。

监管要细化规则标准，强化震慑力度。加快出台“AB货”认定细则，明确地域差异化发货、减配未标注等行为的法律责任，将“AB货”纳入消费欺诈重点打击范畴。

消费者要提升维权意识，主动守护权益。维权难是事实，但每次忍气吞声，都是对“AB货”的“投票”。要保留相关证据，积极投诉举报，用行动让无良商家付出代价。当沉默不再是面对“劣币”的唯一选择，市场的风向才能在细碎的努力中悄然改变。

诚信，是商业世界的空气。看不见，摸不着，但须臾不可离开。只有尊重每一位消费者，电商行业、网络经济才能行稳致远。

据新华社

律师说法

商家发“AB货”违法，消费者可“退一赔三”

同一商品链接、同一售价，如果商家给不同消费者发质量不同的货物，需承担什么责任？平台对“AB货”的问题是否有监管义务？消费者如果购买到“AB货”，可以主张哪些赔偿？北京瀛和律师事务所胡青春律师对此作出专业解读。

1.同一商品链接、同一售价，如果商家给不同消费者发质量不同的货物，需承担什么责任？

胡青春：若商家以同一链接、同一售价展示高品质“A货”，实际混发劣质“B货”，属于未披露商品真实品质差异，涉嫌违反消费者权益保护法相关规定，侵犯消费者的知情权与公平交易权。

根据具体情形不同，构成违约或消费欺诈，依法应承担民事赔偿责任。消费者下单即成立买卖合同，商品详情页描述构成合同内容，商家发“B货”属于擅自变更标的物。根据产品质量法规定，应承担退货、更换、赔偿损失等民事责任。若构成消费欺诈，受欺诈方有权请求人民法院或者仲裁机构予以撤销。经营者提供商品或者服务有欺诈行为的，消费者有权要求“退一赔三”。若商家按收货地址区别发货，则涉嫌违背公平交易原则。

此外，若商家以次充好、以不合格产品冒充合格产品，涉嫌违反产品质量法规定，市场监管部门可根据具体情形，对商家处以责令停止生产、销售，没收违法生产、销售的产品，并处违法生产、销售产品货值金额百分之五十以上三倍以下的罚款；有违法所得的，并处没收违法所得；情节严重的，商家还可能被吊销营业执照。若商家的行为达到刑事立案追诉标准的，还涉嫌生产、销售伪劣产品罪，依法会被

追究刑事责任。

2.平台对“AB货”的问题是否有监管义务？

胡青春：平台对“AB货”有法定监管义务。电子商务法规定，电子商务经营者销售的商品或提供的服务应当符合保障人身、财产安全的要求，不得销售或者提供法律、行政法规禁止交易的商品或者服务。电子商务平台经营者发现平台内的商品或服务信息存在违反情形的，应当依法采取必要的处置措施，并向有关主管部门报告。同时，电子商务平台经营者应当记录、保存平台上发布的商品和服务信息、交易信息，并确保信息的完整性、保密性、可用性。商品和服务信息、交易信息保存时间自交易完成之日起不少于三年；法律、行政法规另有规定的，依照其规定。

3.消费者如果购买到“AB货”，可以主张哪些赔偿？

胡青春：消费者可主张的赔偿需视情况而定，若商家构成消费欺诈的，可根据消费者权益保护法规定主张退一赔三，增加赔偿的金额不足五百元的，为五百元；所购买的商品为食品的，可依据食品安全法的规定，除要求赔偿损失外，还可以向生产者或者经营者要求支付价款十倍或者损失三倍的赔偿金；增加赔偿的金额不足一千元，为一千元。

若追究商家的违约责任，根据消费者权益保护法规定，经营者提供的商品或服务不符合质量要求的，消费者可以依照国家规定、当事人约定退货，或要求经营者履行更换、修理等义务。没有国家规定和当事人约定的，消费者可以自收到商品之日起七日内退货。 据法治日报