

# 饿了么上订花 遇“货不对板”

明明该是  
爱的  
形状，

怎么  
弄得满是  
失落

2月25日，重庆晚报年轻读者姜剑通过饿了么线上服务平台，为远在兰州的女朋友点了一束漂亮鲜花。如此浪漫的事，却因为“货不对板”扫了兴。

## 消费案例

心形花束没有心 加老板微信不理



去年，一首寓意甜美爱情的歌曲《乌梅子酱》火出了圈，一些商业人士从中察觉到商机，将梅子果酱、乌梅干等产品迅速打造为消费新宠，就连乌梅子酱心形花束也一时成鲜花行业的爆款。姜剑是“90后”，女朋友是“00后”，他说，由于身边好几个兄弟为女友买了这种“芭蕾风”的文艺花束，所以这次也想给女友一个浪漫惊喜，没想到最后弄得女友满是失落。

2月26日是女友生日，由于两人异地，2月25日傍晚，姜剑通过饿了么平台在一家名为“热恋鲜花店”的商铺，为女友订购了一束价值168元的乌梅子酱鲜花。

“当女友收到花后，我就傻眼了……”重庆晚报记者从姜剑出示的图片中看到，原本该呈现的心形花束，丝毫看不出爱心形状，而图上朵朵绽放的鲜花，也与实际收到的那束“相差甚远”。

“我肯定想退货呀，商家客服说这事需要老板来解决，但是多次添加老板微信号，都没有成功！”姜剑认为，商家不重视消费者感受这件事，做得有些过分了。

## 记者调查

### 现象1：一张商品图成为同行通用

为一探其他商铺的销售情况，根据姜剑提供的信息，重庆晚报记者在饿了么线上服务平台搜索“乌梅子酱鲜花”，很快便搜索到数条姜剑购买的同款花束。细细看来，这些商家陈列的商品图如出一辙，均为可爱小熊配心形花束的打版图，似乎一张商品图成为同行通用。此外，有的商品图被商家打上了“图片仅供参考 请以实物为准”的备注，有的则没作提醒。

### 现象2：购同款花束也“货不对板”

对于商家不重视消费者感受一说，重庆晚报记者做了一次尝试，随机在饿了么平台购买了一束同款，竟然同样收到了“货不对板”的鲜花。记者联系渝中区这家名为“爱琴海鲜花”的商铺，询问为什么花朵的品相没这么鲜艳，

商家称“商品图片是打了暖光灯拍摄出来的”；对于为什么花朵有大有小的疑问，商家又回复“一把花里有开放度好的，也有开放度一般的”；那么顾客不满意可以退吗，对此商家表示“很少有消费者提出退货要求”。

### 现象3：同行表示可达80%相似度

在采访过程中，多数消费者告诉重庆晚报记者，能理解商家的难处，不会一味苛刻商家按照商品图制作出100%的效果。至于商家方面，位于五里店的“我们花舍”商家客服称，花朵开放程度不一，造型也就不一样，相差太多可以退；位于沙坪坝的“围围花坊鲜花”以及位于南坪的“如意花房”商家客服作出了同样回应，称该店制作出的花束效果能达到图片80%以上相似度，可事先为消费者发实拍图。

## 平台回应

### 饿了么：结合实际情况协助处理

3月11日，重庆晚报记者同样作为“货不对板”的维权消费者，拨通了饿了么平台10105757客服热线，向接线人员反映了相关问题。该人员称，可以协助处理相关消费问题，重庆晚报记者需提供订单号、商品图以及实际收货图片进行举证。当记者问及维权成功的几率时，该人员回应“结合实际情况处理，商家虚假宣传平台是不允许的。”

3月12日，饿了么平台客服人员来电，解释由于重庆晚报记者所购花束已凋谢，平台并不能达成协调退款的诉求，解决办法是给予20元的无门槛“心意红包”。

## 记者手记

### 消费者的美好心愿值得维护

对姜剑来说，令女朋友失望不是小事，他也不仅仅是一名客户，更是带着美好心愿来平台购买体验的消费者。

中国社会科学院大学互联网法治研究中心执行主任刘晓春曾在互联网上发表专业建议，他认为平台应持续升级服务能力，无论是从政策导向，还是从法律伦理等角度考虑，都应通过合规经营和治理创新，来全程保障和提升消费者体验。

或许，平台建立消费信任的方式方法还有许多，提升售后服务不仅仅限于打一个投诉电话或者拍照举证如此简单。我们认为，一旦平台对特定商品的特定服务进行标准化把控，是否这样的不愉快就会迎刃而解？

重庆晚报-厢遇记者 李琅 图片源于受访者

# 第34届 THE 34TH CHONGQING SPRING WEDDING EXPO 重庆婚博会 春季

3.16 / 3.17  
南坪会展中心



婚纱摄影 | 婚纱礼服 | 酒店婚宴 | 珠宝钻石 | 婚礼用品 | 婚礼策划



扫描二维码  
免费索取门票

记者陪你走

网购

## 核心提示

不知道吃什么，在线上服务平台选一选；不知道去哪里玩，在线上先搜一搜打卡攻略；哪里剪头发物美价廉，哪场演唱会限时抢票，哪家酒店团餐丰富……如今都得去线上货比三家。

在互联网日益普及的今天，网购已不是新鲜事，但不知大家有无察觉，“货不对板”的现象同样也屡见不鲜？