

卖时“争钱”，售后“恐后” 谁来补家电业的维修“黑洞”？

当不少家电企业陷入“价格战”泥淖并乐此不疲时，却往往忽视了售后服务的重要性。今年以来，本报接到了多位读者来电，反映家电维修环节所存在的一些问题，本报记者就此进行了走访。



e时评 跨境电商与代购族 谁抢谁的饭碗？

萧清 如果注意一下今年电商年中大促与往年有啥不同，抢占跨境电商制高点算是“秃子头上的虱子”，明眼人都看得出来。不过，这股跨境电商潮却让代购族暗暗叫苦，往年顺风顺水的海外代购如今是越来越难做，他们怎么也没想到，曾几何时看似“星星之火”的生意，眼下虽呈“燎原”之势，却首先烧到了自己。

消费提示

家电维修当心 遭遇“山寨售后”

近日，在安徽省合肥市的朱女士家，一台某品牌彩电“罢工”了。朱女士在网上搜到该品牌的“售后信息”后，打了报修电话。维修人员很快上门，换了一个零件，收费600多元。不料，修好不到半个月，电视又出现了同样的问题。她再打这个“售后电话”，对方却不予理睬了。无独有偶，当地的李先生也在因在报修某品牌冰箱时遭遇了类似情况。对此，合肥市消费者协会提醒消费者：要慎防在网上打着某品牌售后幌子的“山寨售后”，他们维修技术差，还乱收费。消费者应通过品牌官方网站查询家电维修售后维修信息，核实清楚后再报修。（《合肥日报》）

他山之石

安徽“我的家电”让消费者开心

山寨维修、夸大问题、标价不明、随意抬价……进入6月，天气越来越热，空调冰箱电视等家电故障进入高峰期，家电维修也成了市民揪心的“老问题”。近日，安徽首家家电全品类全周期服务信息平台“我的家电”开始试运行。此服务平台致力于解决信息不对称导致的各种不合理、不公平的服务体验等诸多问题，提高家电维修服务满意度。据安徽省电子电器服务业协会秘书长侯辉介绍，“我的家电”综合信息平台充分利用移动互联网技术，深度整合线下服务工程师资源，通过APP、网站、微信、全省统一服务热线等方式，实现平台的一键呼叫，随时随地无缝对接服务。（《中国产经新闻报》）

1 品牌家电有瑕疵 售后服务没跟上

能效标识24小时耗电0.49度的冰箱，实际使用两小时耗电量却将近1度。今年2月，三亚的向先生在当地一家电器城买一台海尔冰箱后，就有了上述遭遇。他拨打了海尔客服电话，要求进行专业检测。但是，维修人员上门后，认为制冷效果正常，不同意他的检测要求。在向先生不下20次拨打客服电话

后，维修人员虽上门几次，却一直没有对“高能耗”做出解释。最终，经工商部门调解，电器城店长表示，冰箱耗电特别大可以确定为异常情况，同意为向先生更换一台新冰箱。

2 家电售后行规缺 维修收费挺任性

张先生家住海口市龙华区兆南龙都小区。他家的空调上个月无法正常出风。由于过了保修期，他通过赶集网与一家“家电维修公司”取得联系。“维修人员上门后称是空调遥控器坏了，也没有出示任何价目表，开口就要150元，我问他

参照什么标准，他说是公司定价。”张先生说，经过一番讨价还价，对方收了100元。记者赶往集网注意到，家电维修一项中有数十个选项，一些商家有自家网页，但不少商家只留了一个维修电话，也没有明码标价了。记者与这些商家联系时发

3 维修信息知情少 消费者常吃闷亏

海口市福江花园的邵女士投诉称，一个月前，家中的洗衣机出现故障，她通过楼道墙上贴的小广告找了一个维修商家。电话拨过去后，对方很快就上门了。但维修工先是说进水管坏了，换了一个新阀门，然后又说得更换进水管和过滤棉。总共算下来，邵女士一共

花了300多元，其中单是进水管就收了100元。但邵女士后来发现，同样的进水管不过几十元。信息不对等，使得部分商家在服务时，出现了“小病大修”的情况。刘女士家住海口市京江花园，家中空调使用了近6年，最近制冷效果有些差。她让女

4 遇到电商打太极 消费者该咋应对

家住海口市皇家花园的饶先生，上月通过线上预订，购买了一台小米电视，并注册了小米会员。然而，10天后却出现了视频资源无法下载、观看的情况。小米客服听到饶先生所反映的情况后，称是电信运营商的问题，而运营

商对此则是一头雾水，问题就像皮球一样，来回于双方脚下，至今仍未得解。电商近年来的迅猛发展，这个新兴的行业也让很多消费者对电商企业充满了各种好奇与不解，于是部分电商网站借一些消费者的不解心理，在产品出

5 诚信便民进社区 试水O2O是大势

美的电器一位资深人士认为，在价格都不多的情况下，物流配送、售后服务等因素对消费者来说变得更为重要，家电企业除了拼价格之外，也应该在售

后服务环节提高服务质量。格力海南代理公司负责人李诗源也有同感。他认为家电行业过于传统，特别其细分出来的售后维修行业，在如今的

示，根据我国《消费者权益保护法》第22条规定，“经营者应当保证在正常使用商品或者接受服务的情况下其提供的商品或者服务应当具有的质量、性能、用途和有效期限”、“经营者以广告、产品说明、实物样品或者其他方式表明商品或者服务的质量状况的，应当保证其提供的商品或者服务的实际质量与表明的质量状况相符”，商家有义务通过专业检测确认冰箱是否存在性能或质

量问题，并及时为消费者更换、调换或退货。金微称，商家提供商品售后服务是法定也是约定的义务，急于履行售后服务的义务是侵害消费者权益的行为。如果商家在承诺为向先生更换新冰箱后仍故意拖延或无理拒绝的，向先生可依据《消费者权益保护法》第40条的规定依法起诉或申请仲裁，要求商家承担相应的民事责任。

记者在走访国美、信兴、格力等商家后了解到，家电企业的维修人员往往都是企业自己培训，然后按照各自制定的标准进行考核。在采访中，多数市民表示虽然大企业的服务令人放心，但是一旦家电维修期已过，或是面对其他的家电维修商家时，依然会遇到诸如乱收费等各种烦恼。

儿上网查询了一个家电维修电话。维修人员只进行了10分钟检查，就说要钻洞打孔，对管线再次进行检查。“家电信息在交易双方之间的不对等，往往容易使消费者陷入弱势。说到底，是在侵犯消费者的知情权。”周云华认为，如今，售后服务已具备了一定的商品属性，如同普通的实物交易一样，若买卖双方对其一知半解，很容易引发

问题，推卸责任。实则线上购买家电，其模式与线下实体店购买无异，同样是通过零售商或品牌商购买，只不过换了交易地点。“按照《消费者权益保护法》的规定，根据‘谁销售谁负责’原则，必须到品牌定点维修中心进行维修，否则企业将丧失‘三包’权利。”省司法厅法律援助处一

律师这样告诉记者。国美电器海南分公司市场部经理胡明松说，产品如果在“三包”期限内，一定要找销售商家。如果超过了保修期，最好第一时间联系保修卡上的客服电话，或者直接登录到该品牌厂家的官方网站，找到其统一的售后维修电话，根据自己所处位置选择最近的一家。

服务逐步深入，专业的社区服务体系正走向成熟，必将成为厂商服务体系的有效补充。这也符合厂商服务体系与专业服务体系相结合融合的发展趋势。

有业内人士表示，总体来讲，家电维修这个行业真正需要解决的是家电维修中的潜规则，真正需要做的是打破行业信息不对称的壁垒，截破收费不合理的行规，同时更需要维修可视化与标准化，切实补上家电维修行业的各类“黑洞”。

随着市场格局的变化，互联网+传统

快评

毕军

该好好整整家电维修售后服务这块田

进入年中，国内家电业在逐步走出价格混战，家电品牌都面临着如何服务制胜的考验。在今年一季度全国消协组织受理的各类商品投诉榜单中，家电产品位居榜首，其中售后服务方面的投诉占了大头。同时消费者对投诉的文字也不断见诸报端，网络，这些家电维修服务乱象的确令人忧虑，也给相关各方敲响

警钟：该好好整整家电维修这块田了！在国外，售后是服务行业中比较专业的一个领域。但在国内一些家电企业的传统观念中，“售后服务仅仅是家电产品的附加值”而已，甚至有的家电厂商还将其作为产品销售的噱头。近些年，家电行业的竞争日趋激烈，产品和服务的利润空间越来越有限。一方面，家电厂商受制于售后服务运作方面的成本，更多选择将售后服务外包给经销商或“报价便宜”的维修公

司，甚至为了追求利润最大化、低成本运营，招募业务素质不高的“自营团队”。在此情形下，一些家电品牌的售后服务与销售时的“服务加码承诺”难免会产生错位。另一方面，一些维修“游击队”也开始钻空子挤进家电维修这块暗箱和，损害消费者利益，更令家电维修后问题丛生、投诉不断。长此以往，品牌家电的产品销量和声誉必然受损。家电行业如何摆脱这种售后服务“怪圈”，不仅挑战家电企业跑

赢市场的能力，也考验着相关监管部门建章立制、规范行业售后服务标准的魄力。早在2010年7月就开始征求意见但至今仍未出台的家电召回法规，从某种程度上说明若相关法律法规缺位，行业规范便难以“到位”。好在近日国家质检总局公布了《消费品召回管理办法（征求意见稿）》，从制度方面提升家电产品售后服务的曝光乍现。只有厂商、服务商、监管者全部行动起来，才能整治好家电维修售后服务这块田，从而取信于消费者。



如何远离家电维修后“隐性”消费？

随着夏季气温升高，空调、净水器等家用电器销量大幅上涨。有些商场在家电免费安装幌子下，实则存在着一些“潜规则”：材料费、人工费低的可能几十元，高的则可达数百元，消费者被强制消费。空调、净水器、热水器等需要安装的家电都属于“半成品”，不经专业售后人员的安装，一般无法正常使用。为了吸引消费者眼球，一些商家一味地压低价格，口头承诺消费者所购买家电可以免费安装，而对于后期安装时的材料费、人工费等，并没有主动告知消费者。

到真正安装电器时消费者才知道需要交付一定金额的材料费和人工费，少则几十元，多则数百元。为了正常使用已经购买来的家电，消费者不得不支付这笔费用。那么，对于此类所谓的行业“潜规则”，消费者如何才能避免呢？在消费过程中，消费者享有知情权。电器商家在销售时有义务提前告知消费者在安装过程中材料使用可能产生的相关费用。不能以口头承诺免费安装及所谓的低价让利为噱头，而在售后环节大打折扣。

商家的“隐性”捆绑消费不仅侵犯了消费者的知情权，更是降低了商家在消费者心中的信誉度和美誉度。为了眼前利益而损害企业自身形象，这样的企业难以取得长足发展。俗话说：世上没有免费的午餐。面对商家层出不穷的促销活动，消费者应擦亮眼睛，理智对待，不要被眼前的所谓低价蒙住双眼，不仅要货比三家，还要问清楚售后安装的相关情况再决定是否购买。消费者应该了解自身享有合法权益。在自身权益受到侵犯时应及时向相关部门投诉，采取合

理手段进行维权。消费者往往处于交易过程中力量较弱的一方，因此相关部门应积极保护消费者权益，在接到消费者投诉时应及时予以回应。对于商家销售中存在的部分虚假销售信息和侵犯消费者权益的行为予以制止和打击，维护市场的公平竞争，营造良好的消费环境。此外，相关部门可以在适当的地方设置宣传栏，向广大市民普及消费者享有的权益，以及遇到消费纠纷应如何处理等相关信息。（吴洪伟/新华网）



国内媒体 一周曝光

淘促销产品当心“底料”

近日，北京市民吴先生投诉称，前段时间图便宜买了一台老旧型号“库存”笔记本电脑，买的时候商家说绝对没问题，但用了不到一个月，电池就“罢工”了。吴先生到商场去找商家退货，对方说因为是特价商品不能退。吴先生到处去找电池配，但“由于型号比较老，同型号的电池根本买不到了。”专家提醒消费者，暑假档期到来后，在不少实体店和网上店铺中，库存积压、旧款甩卖成了一个新的卖点，有些价格仅为新品的一半。但所谓的“库存积压”数码产品，质量和售后都难有保障。消费者在不了解库存货的性能、质量的情况下不要只图便宜就轻易出手。（《消费日报》）

海尔洗衣机出问题 用户换件等了仨月

吕先生家住黑龙江省大庆市，近日，他家在一年多前买的海尔全自动洗衣机坏了。吕先生报修后，维修师傅上门检查了一番，说在家里修不了，要拿到维修部去修。大约过了一个星期，吕先生打电话询问，售后工作人员答复，是洗衣机里面的零部件坏了，但是大庆现在没有这个件，得去海尔公司调换。又等了一个月，吕先生联系售后，却被告知这个零件没有生产。不生产零部件，洗衣机就无法使用，吕先生和售后协商：“要么退款，要么换台新的洗衣机。”售后表示：“会给你向上级申请。”之后的时间里，吕先生基本上每两三天一个电话，但对方给出的答复总是：“已经给你申请了，等待副总审批，而且还得签字，仍需等待。”就这样，吕先生等了三个月。最后售后表示，公司同意给吕先生换一台同型号的新机。（《黑龙江晨报》）



版面联系 毕军 13178900085 张靖超 18689937782 王艺 18608986288