

正规品牌也搞起了“山寨维修”

家电售后“多年套路”暗藏畸形利益链

小病大修、小件大换,上门费、开机费、检测费等层层收费屡见不鲜,家电售后维修的“花式套路”让消费者很“受伤”。记者近日调查发现,尽管消费者频频投诉,这些售后维修乱象依旧在上演,积重难返。业内人士建议,加强行业监管力度,集中整治行业乱象,维护家电售后市场秩序,保护广大消费者的合法权益。

维修挨宰:小病大修价格虚高

管道被“私自加长”而多出材料费,100元的零件要价超千元,两台空调安装下来要收1万多元……在一个网络投诉平台上,不少消费者纷纷吐槽自己的不幸遭遇。他们贴出了各种发票和收据,以及更换的零件实物图,希望进驻平台的品牌客服能够真正解决问题。

“电源插好没有?是不是旋钮开关没开?你先自己看看能不能解决,要是上门的话,不管是不是质量问题,都要100块钱上门费。”

刚买3个月的电热水器出现不加热问题后,家住陕西西安的汪女士拨打了电话,期待售后上门解决。汪女士告诉记者,保修期内的电器出现质量问题,要先出钱才能提供售后服务,这让她很郁闷。

同样不解的还有家住湖南长沙浪琴湾小区的肖先生。“为什么一个60(元)的零件要收我269(元),要他开发票还要收我20%的税点?”肖先生颇感不解。

用了5年的全自动洗衣机最近出现故障,肖先生便联系品牌售后中心的工作人员上门维修。工作人员反复要求更换洗衣机内部一个名叫“牵引线”的零件。因为自己不懂维修,加上出

于对“专业人士”的信任,肖先生支付了269元的零件更换费用。

为了“保险留痕”,肖先生要求工作人员开具发票。然而,这名工作人员却一口回绝,表示没有发票,只有收据。几经交涉,对方表示开发票需要另出20%的“税点”。

肖先生后来把换下来的原零件交给有家电维修经验的人士检测,得到的结果是:这个零件不是“牵引线”,是排水电机,而且还是好的。肖先生随即拨打了投诉电话,电话转接到湖南地区相关负责人,该负责人给肖先生的答复是:“随你怎么打投诉电话,都是我来处理。”令肖先生更加气愤的是,通过查询,他被“忽悠”更换的零件官方售价仅为60元。

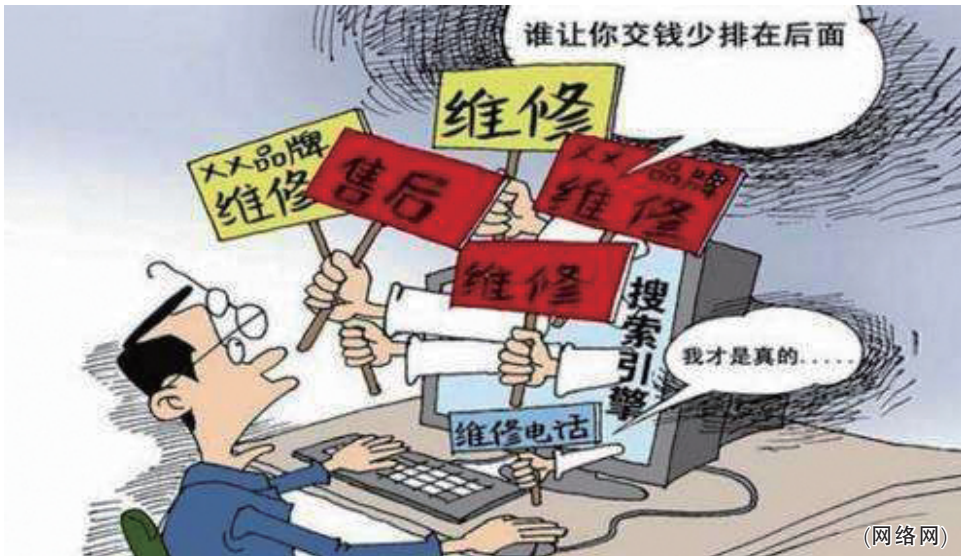
根据全国消协组织受理投诉情况统计,近3年来,售后服务的投诉占比一直在三成左右。

售后迷途:品牌也搞“山寨维修”

记者了解到,不少大品牌在官网公布的维修点明确标注了某某电器公司、某某贸易公司,这些售后点的规模、实力参差不齐,有的做多个品牌的电器维修,部分维修点已经“踪迹难寻”“人去楼空”。

对于消费者而言,相对有保障的家电维修途径还是官方售后。记者打开一家来自山东青岛的品牌家电官网,在服务门店名单中选取了一家位于湖南长沙岳麓区银双路118号、名为长沙金亨电器贸易有限公司的品牌服务中心,准备实地走访。

来到官网地图显示的地址,记者眼前是一堵由铁杆和混凝土组成的围墙,而围墙后面的湘雅附三医院住院楼正是



官网地图“红点”所在。记者按官网信息,拨打了这家门店的电话,得到的答复是“我都没做好多年了”。

随后,记者通过官方售后电话得知了一家专门负责岳麓区售后的服务点地址,而这个地址在官网上“查无此店”。一名维修师傅告诉记者:“这是品牌认证的维修点,只修这个牌子,为了避免竞争,整个岳麓区就这一家。”被问及为何官网没有这家店时,他回答:“可能没更新吧。我们店已经做了3年,不合格、不规范的店铺会被剔除掉。”

此外,有消费者反映,一些家电品牌代理商在卖给消费者产品时,会附上官方维修号码。商家嘴上说这是正规厂家维修,若家电真出了问题,上门的却是“山寨维修”。

沉痾待解:各环节种好“责任田”

“过度维修的现象存在20多年了。”在家电行业从业多年

的李先生介绍,厂家授权的售后服务机构通常由当地承包商负责,这也是有些品牌直接标出某某公司的原因。“售后维修人员的雇佣、管理等均由承包商负责,家电公司则负责派单、薪资结算等。”

一位知情人告诉记者,为了抢夺市场,家电品牌在大打价格战的同时,还推出6年、10年等长期保修服务,进一步压缩了企业利润空间,分给售后承包公司的“蛋糕”越来越小,加上售后承包公司议价能力降低,如今的家电售后行业俨然形成一种畸形的“价值观”——由厂家统一结算的“保内机(保修期内的机器)”成了“吃力不讨好”的选择;由消费者直接支付费用,收益较高的“保外机”成了“香饽饽”。“家电维修行业‘套路’多年,根子在于售后的行业地位和盈利模式。”该知情人说道。

多名业内人士认为,长此以往,家电维修行业势必

会因为待遇低、福利差导致人员“断层”,不规范收费和过度维修现象难以消除。

湖南省消费者委员会秘书长吴卫表示,生产厂家、销售者和修理者三方都应当严格遵照国家出台的《部分商品修理更换退货责任规定》等法律法规。生产厂家应当珍惜企业信誉,对指定维修点加强监管;可以创新售后服务方式,比如建立直营的“快修快赔”点等。同时,各级商务管理部门应当加强对相关市场的监管力度。

“消费者也应当增强维权意识,增强自我保护意识。主动学习维权知识,认识、了解自身的合法权益。”吴卫说,家电维修市场秩序的恢复,不能光靠某个部门或某个群体,生产者、销售者、修理者、消费者、市场监管部门等应在各个环节种好“责任田”,合力推动问题的解决。

(据《经济参考报》)