

价格不透明、质量无保障、配件乱收费

# 八成受访者掉过维修服务的“坑”

维修服务对于人们的生活来说必不可少,然而这个领域存在的各种“坑”常常让消费者头痛不已。

上周,中国青年报社社会调查中心联合问卷网,对2011名受访者进行的一项调查显示,81.2%的受访者遇到过维修服务黑幕,具体来说,受访者遇到最多的三个问题是维修价格不透明(55.4%)、维修质量无保障(45.5%)和维修配件乱收费(44.6%)。66.7%的受访者认为维修服务黑幕存在的原因是一些企业将售后维修服务外包给第三方机构。改进售后维修服务,55.7%的受访者希望品牌特约服务网点更易寻找。

■据《中国青年报》



## 八成受访者 遇到过维修服务黑幕

北京某高校大学生白光迪遇到过家具售后维修服务问题。“当时我家一张床坏了,是床上的木板掉了,拨打售后电话后,先后来了两个维修人员,第一个特别不专业,第二个非说是我们自己破坏的。其实并不是我们自己破坏,而是床的质量存在问题。后来,我们和售后服务客服交涉了好几次才勉强解决问题。”

戴少凡是一名武术教练,在修理从国外带回来的耳机时遇到过问题。“专门的品牌维修点比较难找,我就去了一家综合维修机构,结果上当受骗。维修人员拆耳机时把里面的部件折断了,最终也没有修好,我再也不敢去那里修东西了。”

调查显示,81.2%的受访者遇到过维修服务黑幕。维修价格不透明(55.4%)、维修质量无保障(45.5%)、维修配件乱收费(44.6%)是消费者遇到最多的3个问题。

杭州某企业白领王依(化名)在维修服务方面遇到的问题主要涉及电子产品。“一方面,电子产品尤其是手机、硬盘这类的生活工作必需品,一旦出现问题,必须在第一时间内修好,不然会造成非常大的损失,找第三方维修机构会比走企业售后流程快很多。另一方面,电子产品的售后保修时间比较短,过了保修期的话,还不如就近找维修店修,而且找售后服务网点修的话,很多时候还要邮寄过去,如果没有备用的手机会很麻烦。所以很多时候我会找附近的维修机构甚至是维修个体户,也很容易遇到黑幕。”

调查中,受访者认为维修服务黑幕最多的领域是电子产品(41.3%),其他还有卫浴洁具(16.1%)、家电(12.1%)和烟道管道清理(11.7%)等。

“有一次,我的手机黑屏了,怎么都开不了机,就近找了个维修店,他说可能是主板坏了,要全部拆开,至少要250元,我当时很着急也只能让他修了。之后我在网上看到,我这个型号的手机经常会出现黑屏的问题,只要强制重启就可以了。我之后再次遇到黑屏问题时,按照网上指导做,真的就恢复了。我才意识到自己可能被维修人员坑了。”王依说。

## 信息不对称的情况下,消费者就容易处于弱势地位

调查中,66.7%的受访者认为维修服务黑幕存在的原因是一些企业将售后维修服务外包给第三方机构,59.0%的受访者归因于维修人员缺乏基本的职业素养,58.9%的受访者归因于消费者缺乏专业知识,信息不对称。

“用户不了解相关信息,只能维修人员说什么是什么,如果从业人员想通过旁门左道增加收入,比如偷换零件,我们也不知道。”戴少凡说。

王依认为,一些私人维修点没有正规的资质,缺乏执法部门的监督,却是很多人寻求维修服务

的渠道,“一些产品维修如果走售后服务的话很慢,会耽误很多事情,消费者有时不得不去找这些私人维修机构。”

白光迪说,一些企业只想赚快钱,不重视售后服务,“比如家具行业,比起手机等电子产品,更新换代比较慢,售后服务相对差。而电子产品在退换货和售后维修方面相对好一些。”

中国人民大学商法研究所所长刘俊海指出,维修服务黑幕的成因很复杂。“一是维修服务机构唯利是图,通过推荐消费者购买一些不需要的商品或者服务,或收取不公平的维修

费用,追求不当利益,这是最主要的原因。二是监管有漏洞、有盲区。售后服务是一个很小又很大的领域,修一件东西可能花费不高,但维修服务却涉及千家万户,因为这个原因,维修服务也不易纳入统一监管,因为每家每户需求不一样,不能采取大规模的执法活动,这就成了执法死角和盲区。三是消费者并非技术专家,对产品存在什么样的技术问题,是该修还是该换往往不清楚。信息不对称的情况下,消费者就容易处于弱势地位。”

## 55.7%的受访者希望品牌特约服务网点更易寻找

“很多厂家觉得售后服务只是一个附属产业,是一个可有可无的东西,这样的认知是不对的。”白光迪认为,售后服务是构成企业竞争力的一个重要部分,企业应该把售后服务纳入到自己的主要业务范围之内。另外国家也要加强监管、监控,对在售后维修服务方面做得不太好的行业,要加大监督力度,保障消费者合法权益。

关于改进售后服务,调查中,55.7%的受访者希望品牌特约服务网点更易寻找,51.8%的受访者希望厂家严格遵守“三包”规定或承诺,50.0%的受访者希望能保证免费售后客服热线24小时畅通。

戴少凡希望可以缩短维修时长,维修人员尽量上门维修或者上门取货,“另外,希望维修价格更加合理,提高从业者素质,使维修价格和服务更加透明。”

刘俊海认为,有必要对售后服务人员建立持证上岗制度,“就是

每个售后服务人员的身份信息在网上是可追溯的,他供职的机构,也应当办理商事登记手续,确保有统一的代码,能找到企业,能找到维护人员,这能为下一步启动失信制裁机制奠定基础。”

他还强调,法院应开门立案,凡诉必理,旗帜鲜明地向消费者倾斜。企业要慎独自律,择善而从,“售后服务是企业增信的一个重要组成部分,企业不应重销售、轻售后,觉得销售是赚钱,售后是花钱。其实售后服务是增值的,能提高企业的品牌价值。”

王依期待电子产品的售后维修能更加快捷,延长保修期,“大部分手机保修期只有一年,而很多时候手机都是一年后开始出现问题的。”他还希望加大对私人维修点的监督力度,取缔缺乏资质的维修点。

刘俊海指出,未来企业之间竞争的不光是产品和价格方面,更有售后服务方面,谁的售后服

务好,谁的售后服务免费、质量高,谁就更有竞争力。“金奖银奖不如消费者的夸奖,金杯银杯不如消费者的口碑。所以,企业应主动担当社会责任,进一步健全消费者友好型的售后服务体系,打造受消费者尊重的现代售后服务体系和现代企业治理体系。”

参与本次调查的受访者中,00后占1.9%,90后占27.3%,80后占51.7%,70后占13.9%,60后占4.4%。来自一线城市的受访者占28.4%,二线城市的占48.0%,三四线城市的占19.8%,城镇或县城的占3.4%,农村的占0.4%。