



扫地机、美容仪、空气炸锅、料理机、智能电视……近两年,不少智能家电、小家电凭借着精致的外观和简单的操作等深受当下年轻群体的喜爱。然而,与之同步上升的,还有消费者对相关产品质量及售后问题的吐槽和诟病。

中国消费者协会近期发布的全国消协组织受理投诉情况的统计结果显示,2021年,家用电子电器类投诉量以10.8万件位居投诉量榜首,较2020年投诉比重上升0.77%。从全年受理投诉统计表来看,产品质量和售后服务问题集中,这也是家电产品长期以来投诉量居高不下的原因。

■采写:新快报记者 陈学东 ■图片:廖木兴

家电的售后服务类投诉量远超质量问题,业内人士提醒——

家电提质的同时 你的品牌意识也要提升

售后服务

销售先行 服务严重滞后

扫地机是近年来很火的家电产品,但其售后在黑猫投诉平台遭到了多名用户投诉。消费者王先生投诉称,他家的知名扫地机去年6月出了故障,发现质量问题后,产品寄回厂家进行了多次维修,仍未能解决问题,要求退货退款却被厂家拒绝;还有用户在过年前申请报修后无人跟进,维修状态却被厂方修改为已完成。

消费者张先生去年初买了台空调,去年6月开始出现制冷问题,多次打电话给特约维修部,被告知这家空调厂家欠维修部修理费,他们已不维修该品牌的空调。随后张先生又打电话给厂家,厂家让他找当地售后部,但得到的答复是:因厂家欠修理费,已与该厂家解除了协议。

从投诉中我们发现,当产品有质量问题时或使用中有疑问时,消费者往往第一时间得不到厂商及时良好的服务,厂家、维修部门之间互相推诿,消费者的投诉很少是一次就能得到圆满解决的。

售后服务一直是被消费者吐槽最多的地方。仅在黑猫投诉平台上搜索“家电售后”,相关的投诉内容就有971条,安装配送时间过长、反馈问题渠道不便利、维修问题相互推诿等,都是消费者重点投诉的问题。除此之外,杂牌配件以次充好、维修乱收费、小问题夸大化也是消费者普遍遇到的问题。对于消费者而言,售后环节的服务体验与购买环节的服务体验严重脱节,让消费者产生了很多不满情绪。

究其原因,是因为售后服务是一个需要投入人力和资金的重点环节,但部分小厂商没有相应的综合实力,所以会把售后环节依托给经销商或外包出去,而经销商在

利润空间越发被压缩的当下,其重点大多在营销销售方面,对于提升消费者体验、服务口碑的售后环节上难免忽视。

新快报记者查看中消协《2021年全年受理投诉统计表》看到,家用电子电器类售后服务投诉占比最大,为45219件,在家用电子电器类投诉总量中占比为41.7%;质量类投诉为30905件,占比为28.5%。

记者还发现,空调、热水器、平板电视等需要安装的产品,售后服务方面的投诉尤为突出。如空调类产品的售后服务类投诉为3523件,占空调总投诉量的46.8%,产品质量类为1880件,占空调总投诉量的25%;平板电视售后服务投诉2512件,占平板电视总投诉量的50.7%,质量类投诉1438件,占平板电视总投诉量的29%……

全国家用电器标准化技术委员会清洁器具分会秘书长鲁建国指出,安装类产品的售后服务主要由一些安装公司或中间机构承接,其中不同企业间的管理水平和管理规则有非常大的差距,一些企业为降低安装成本,对于安装工人未进行必要的安装培训,更不要说持证上岗,一些零配件也可能存在偷工减料的情况。

“近两年高端产品的销售在大幅提升,消费者对于家电产品的清洗、保养需求也大幅增加,但是很多服务企业的观念还停留在传统的安装维修上,无法为不同的产品提供差异化服务,这也让不少高端消费者不满意。”中国家电维修协会秘书长赵捷说,此外,一些智能化产品由于操作相对复杂让消费者误认为是产品故障,以及整装厨房中单品维修时的拆装难题等问题,都可能引发消费者投诉。

行业大数据

中国消费者协会公布的2021年商品大类投诉数据显示,家用电子电器类、日用商品类、食品类、服装鞋帽类和交通工具类投诉量居前五位。其中,家用电子电器类投诉量达到**10.8万件**,位居投诉榜首。

在家用电子电器类产品投诉内容中,质量投诉和售后服务投诉最多,分别为**3.1万件**和**4.5万件**,占比分别为**28.7%**和**41.7%**,超过七成的投诉指向了质量和售后服务。就具体家电品类来说,空调、厨电、小家电的投诉量都超过了**1万件**,电视、冰箱、洗衣机、热水器的投诉量相对较少。

行家支招

加快质量认证制度推广 提升消费者的品牌意识

此次投诉热点中还发现,家电售后服务中最突出的问题是黑网点泛滥。面对鱼龙混杂的家电维修市场,消费者往往无所适从、难辨真假,尤其是一些通过第三方平台(非品牌官方门店)购买的产品,后期安装、服务,往往会出现收费标准不透明,收取中间费等让客户体验非常差的情况。

因此,有业内人士建议,家电厂家如果能够向消费者提供全面、便捷、畅通的联系方式,则可以帮助消费者顺利联系到厂家正规的授权售后服务网点,这是确保消费者避免黑维修网点肆意宰客的一个重要前提。

鲁建国也认为,在质量强国战略等国家政策的推动下,家电产品质量特别是知名品牌的产品的质量已经有了大幅提升,但是市场上仍然有部分假冒伪劣产品存在。同时,随着线上市场快速发展,这部分产品也在向线上转移扩散。因此,在对产品产销加强监管的同时,有必要加强质量管理的规范发展,加快质量认证制度的推广速度。

此外,鲁建国指出,仍然有消费者在购买家电产品时只重价格、忽视品质和品牌,这也给了假冒伪劣产品以可乘之机。因此,有必要加强消费教育,提升消费者的品质和品牌意识。

质量问题

网红小家电质量投诉多

从2020年开始,轻食机、破壁机一类的厨房小家电不断受到消费者热捧。但与此同时,其产品的质量却屡遭消费者投诉。使用过程中突然不工作、接触不灵、多次返修后仍故障重现、产品外观上有瑕疵等问题屡屡出现。更有不少消费者表示,感觉现在的产品不如以前的产品耐用,尤其是一些新兴的网红小家电产品,其在质量上更没有保证。

在黑猫投诉平台上,一位消费者称其于去年5月17日在某电商平台下单购买了一台定时三明治机,但在第二次使用时就发现商品出现质量问题,加热灯无法定时自动灭掉。一位来自福州的消费者表示,她购买的洗碗机质量非常差,“没怎么用,一年多就坏了。”后来,该消费者找官方售后维修,对方却不愿上门维修。最终折腾了六七次才把洗碗机修好,但回家之后发现洗碗机仍有漏水问题。

除售后服务外,质量问题是消费者重点投诉的第二大问题,特别是对网红类小家电产品的质量投诉。从此次中消协发布的数据来看,在质量方面的投诉,家用小电

器类1713件,其质量投诉量已经远超部分传统大家电品类的质量投诉量。

拥挤的赛道往往会出现无序的混乱,通过价格战、营销战抢夺市场,无疑会对产品质量有所损伤,而品控问题也一直是悬在小家电企业头上的一柄达摩克利斯之剑。“产品不耐用”“安全隐患”“售后不到位”等针对小家电企业的投诉经常见诸网络。

中国消费者协会梳理消费者投诉统计有关情况发现,一些主播带货时存在夸大宣传、引导消费者绕开平台私下交易等现象,部分消费者遭遇售卖假冒伪劣商品、售后服务难保障等情况。这让产品质量和售后服务成为了小家电投诉原因的两大巨头。

另一方面是因为互联网的兴起,一些家电厂商、特别是新兴的网红类小家电厂商都向线上渠道倾斜,互联网巨大流量下带来的高销量,造成了售后服务人员人手不足的情况,不能在第一时间服务消费者,从而形成了销售先行服务滞后的局面。

