

TCL洗衣机被曝家中自燃烧成空壳 申请鉴定维权成本高

新快报讯 记者陈学东报道 “刚买到3个月的TCL牌洗衣机自燃，导致卫生间里装修被损坏，保守估计损失约3万元。”2月15日，山西临汾的温先生爆料称，家中洗衣机发生自燃，火灾导致家中卫生间的墙面、地板、热水器、洗漱台等都被损坏。最初厂家因温先生不能提供鉴定报告只愿意赔一台洗衣机，后经过协商最后答应赔偿“将房屋恢复原状”。

刚买3个月洗衣机被爆自燃

温先生称，此次引发争议的TCL牌全自动洗衣机，是他为了方便一家人的生活，于2022年11月13日网购的，按照当时的活动价，共计花费了1999元。

2月10日，温先生因故外出，他在洗衣机里放了几件衣服清洗，打算晚上回来再晾晒。当天21时38分，他突然接到了大伯的电话，称家里的洗衣机着火了。他赶回家，看到火势不大，于是自行灭了火。在温先生拍摄的现场视频中，整个房屋的地板铺上了一层黑色的灰，洗衣机所在的卫生间里，浴霸、洗漱台、天花板等几乎已被烧

毁。他粗略估计，损失应该在3万元。

温先生告诉记者，在他投诉后，TCL厂家的工作人员于次日来到了他家。“他们拍了半个小时的照片，问我有没有报警，得知我没有报警后，给我电话回复是只能给我赔一台洗衣机。”对此，温先生表示不能接受。

TCL公司工作人员则表示，当时温先生家中出现起火情况后，他自行处理了。公司考虑到，温先生家中的卫生间里，除了TCL牌洗衣机之外，还有热水器、浴霸、灯光等其他物品，从公司的角度考虑，在没有消防部门出具的火灾鉴定报告的情况下，公司工作人员是无法确定具体的起火原因，无法证实是洗衣机发生了自燃。出于这些情况考虑，于是公司提出给温先生再免费送一台洗衣机，目前了解到温先生是不接受的。“我们也需要走流程，如果温先生坚持认为是洗衣机自燃导致事故，那我们也建议他有一个明确的鉴定意见。”

消费者申请鉴定维权成本高

对此，记者在网上查阅几起洗衣机自

燃事件发现，发现有的是电路短路引起的，有的是机身过热引起的。

上海中联(成都)律师事务所律师郭小明表示，如果是因为家电产品质量问题导致自燃，烧毁财物，可以要求赔偿损失。若企业拒绝赔偿或因赔偿金额发生争议时，消费者可以向消协等部门投诉举报，也可以向市场监管部门反映，或者直接向法院起诉。

不过记者在调查中发现，消费者申请鉴定维权成本高。温先生说，他曾咨询过，可以向法院起诉后申请鉴定机构鉴定，但是耗费的时间和金钱，又让他犹豫了。“总共3万元左右的损失，万一之后鉴定费很高，维权成本又一大堆，我就得不偿失了。”

对于温先生所担心的起诉维权却需要支付高额鉴定费用，有律师表示，如果经过鉴定是由于产品缺陷导致，相关的鉴定费用应由相关责任方承担。只是如果是消费者申请鉴定，前期需要由消费者垫付。

2月24日，温先生称，TCL公司已经与他协商成功。“专家过来定了损，虽然赔的钱不多，差不多可以将房屋恢复原状。”

链接

洗衣机自燃的三大主因

1 线路老化造成的短路，蒸汽、冷凝水或者起泡外溢的碱水使洗衣机电气系统绝缘性降低，或线路老化引起短路导致洗衣机自燃。

2 长期处于潮湿环境下，由于一般家庭都将洗衣机放置于卫生间内，而卫生间相对封闭且湿度较大，放置其中的洗衣机等电器，它内部的导线、电器元件很容易因潮受损，进而带电起火。

3 洗衣服时如果一次性投入过多衣物，让洗衣机超过额定洗衣量运转，也有可能引发自燃。超负荷使用洗衣机清洗衣物时，极易导致洗衣机电动机持续发热，造成电动机的线或传动带被烤焦而造成火灾。

千亿独角兽SHEIN遭遇“天花板” “降价融资”迎战Temu

根据来自海外资本市场消息，中国时尚跨境电商品牌SHEIN(希音)的新一轮融资即将完成交割，并将于今年内登陆美国资本市场。好消息是由SHEIN近期向投资者展示的数据，公司2022年的净利润高达7亿美元，且已连续四年实现盈利；不好的消息则是本轮融资的投后估值据传在650亿至700亿美元之间，这比去年4月F轮融资时高达千亿美元的估值大幅缩水超过三分之一。

对市场近期的种种传闻，SHEIN均以“作为一家私人公司，我们不评论市场猜测”为由，拒绝回应或评论。

■新快报记者 郑志辉

估值一年缩水近四成

SHEIN作为近年来风头最盛的超级独角兽企业之一，作风低调到了近乎神秘的程度。尽管如此，正如网经社电商分析师张周平指出，不管时间点如何，登陆资本市场对于SHEIN来说是企业发展过程中的必经之路，通过股票上市来筹集更多资金，才能进一步扩大业务和实现长期发展目标。

就在近日，有参与投资者透露，SHEIN的一份路演PPT文件显示，公司在2022年的总收入与GMV都出现稳步增长，营收为227亿美元，GMV增至300亿美元；总利润也达到7亿美元，且SHEIN已连续4年实现盈利。

文件中，SHEIN还给自己定了一个颇高的目标，即到2025年GMV(商品交易总额)要较去年增长174%，达806亿美元；实现营收585亿美元，这将超过两大国际快时尚巨头H&M和Zara现有年销售额的总和，预期该年度的净利润将达到惊人的75亿美元。

在此之后，市场即传出消息指



SHEIN正洽谈融资至多30亿美元，但公司估值降至640亿美元，低于2022年4月给出的1000亿美元的标价。对此，SHEIN对外回应称“某些信息并不准确”。

实际上，SHEIN估值的下跌早已有迹可循。去年10月，有消息就指出在未公开披露价格的私募市场中，SHEIN的估值被调整到700亿至850亿美元之间，只是这一次的估值缩水更加严重。

根据招商证券研报，SHEIN深耕快时尚女装赛道，业务主要面向欧美、中东、东南亚等市场，近年来实现高速发展，2017-2020年GMV每年保持超100%增速，2021年GMV超1000亿人民币。

但自2020年起，SHEIN的营收增速开始出现大幅下滑。2020年SHEIN创造了100亿美元收入，同比大增21%，到了2021年，营收同比增速大幅减缓至57%，达157亿美元；再到2022年，SHEIN的收入为227亿美元，同比增长52.8%。

利润上，2022年利润为7亿美元，虽已连续四年实现盈利，但较2021年的11亿美元大跌36%。对此，SHEIN解释称

主要因为高昂的空运成本和不断上升的生产成本，侵蚀了公司的利润。

“海外版拼多多” 遭遇拼多多海外版强力挑战

SHEIN能在海外市场快速攻城略地，其中一个主要原因便是其拥有的价格优势。

凭借独特的“小单快反”供应链模式，SHEIN集结了数量庞大的中小型供应商。在这种模式下，上游供货商家仅需提供货源，不参与后续运输、仓储、销售等流程，商家也不用支付入驻费、推广费、保证金等，而坚持做电商的SHEIN则得以迎合年轻人快速多变的潮流趋势，建立“多快新省”(即品类多、上新快、款式新、价格低)的品牌护城河，为此SHEIN也经常被戏称为“海外版拼多多”。

对比多个快时尚品牌畅销款商品价格，SHEIN的畅销款价格范围为5元至25元，而H&M和Zara的畅销款价格范围分别为9.99元至50元、35.9元至400元，SHEIN的畅销款价格范围在三者中

最低。

从去年9月起，SHEIN的这一商业模式便遭遇了锐意出击海外市场的拼多多的挑战。

拼多多旗下跨境电商平台Temu早在筹备期间就直言要直接对标SHEIN，首站更选在SHEIN核心的北美市场。有市场消息指，Temu一上线即放出优惠入驻条件抢占供应商，同时以高薪“挖角”SHEIN的员工。

产品价格上，低价策略对拼多多可谓驾轻就熟，邀请新用户赚取奖励、大转盘抽奖等招数都被移植到了Temu身上。“8.99美元的联想无线耳机、不到29美元的冲锋衣、4美元的磨刀器、不到1.5美元的USB充电头……关键还包邮、90天免费退货”，有数据显示，Temu的客单价为20美元至25美元之间。

去年11月，诞生仅仅两个多月的Temu，便在美国iOS和Android移动应用商店的排行榜上拿下榜首的桂冠。在前不久的超级碗30秒广告中，Temu花费了将近1亿元的代价着重强调自己的低价优势，打出“你可以像亿万富翁一样购物”的口号。

除了Temu、速卖通、Wish等平台电商的挑战外，有分析认为，不断的抄袭事件对SHEIN的估值也会构成影响。据公开记录，在过去四年中，SHEIN在美国至少50起联邦诉讼中被列为被告。2022年7月，SHEIN就因抄袭被索赔超1亿美元。

在肉眼可见的发展“天花板”之下，有接近SHEIN的投资人认为SHEIN此轮估值下降恐为“降价融资”，目的是快速获得资金，寻求新的出路。有消息指SHEIN正在巴西试点平台模式，试图打造类似淘宝、亚马逊的全品类电商平台来争夺更多海外市场。



一起了解更多
3C前沿资讯