家电售后服务 应建立市场准入制度

□ 霍吉和

随着家电行业价格门槛的降低和百姓收入的持续改善，家电已经成为居民最基本的生活必需品。据不完全统计，我国家电保有量已突破40亿台，近年来更是每年都保持15%以上的增长。与此同时，家电事故发生率也居高不下，家电安全也成为社会热点问题。针对此种现象，在北京参加两会的全国政协委员、苏宁电器董事长张近东在提案中提出，政府应该尽快建立市场准入制度，规范家电售后服务秩序。

家电安全隐患严重 售后秩序混乱是祸根

就空调市场来讲，全国目前有两亿多台空调，不少是安装在高楼上，等于在我国的城市上空安装了上亿个潜在的危险物。如果空调安装不规范和后期维护不及时，将会出现高空坠落事故。因为高空空调的支架经过长时间的风吹雨打之后，将会出现生锈、断裂、脱落等问题，安全性降低，容易出现坠落现象，需要定期检查、维护、清理，才能彻底消除安全隐患。

张近东认为，目前我国家电行业服务秩序相当混乱，行业管理滞后，服务规范缺乏，服务质量差异大，售后服务的正规军少，而“杂牌军、游击队”、“路边店”很多，鱼龙混杂，出现“低素质、低服务、乱收费、薄利润”的恶性循环状态，管理缺失，监督无效，正规的家电售后服务企业受到冲击，很难形成良好的服务秩序。

政府出台制度 强制规范服务队伍

张近东在提案中建议，家电售后服务涉及到严格的操作规范，需要经过正规培训、严格考核、严密监督，才能完成特殊服务，好比医疗行业一样，采取严格的行业准入制度，建立正规的服务队伍，形成“高素质、高服务、合理收费、正常利润”的良性循环状态。因此，政府要重视家电售后服务，建立严格的行业准入制度，发挥“工商、协会、大型连锁企业”的协同效应，建立一支支正规军，从制度层面保证服务质量。

他建议，由商务部牵头制定各类家电维修的“规章”，作为一个“法”强制执行，对售后服务和家电使用结束的全过程，进行严格规定。

2002年，由国家经贸委正式发布的《家用电器维修服务部等级评定规范》开始实施。虽然近年来，作为家电售后服务的行业标准，这项规范为多数企业选择特约维修服务部时做了参照，但维修服务部主动申报并真正按照正规评审程序评定且获得相应资质的只占一小部分，而且各企业维修服务部的服务程序、服务水平和服务质量差距也就较大。张近东表示，在售后维修这个行业仍没有一个准入标准。

建立全维度的 “管理与监督”系统

张近东建议，家电售后服务作为一个特殊的服务业，需要建立系统的监督机制，从源头上进行规范，才能不断提高服务质量，保证居民的根本利益。张近东在提案中认为需要从三个方面去解决问题。

首先，应培养合格的售后服务人员。目前，家电售后服务面临一个难题：服务人员严重短缺。当地政府可以通过财政手段，可以扶持大型家电连锁企业，与当地的职业学校联合，专业化培养家电维修安装人员。当地政府可以按照培养专业人员的等级，给予财政补贴。一则可以解决就业问题。二则可以保证家电服务质量。三则主动消除家电安全隐患。据悉，作为中国最大的家电连锁企业，苏宁电器一直注重于校企合作，以先进职教理念培养高技能人才，重庆苏宁一度被授予“重庆市高校毕业生就业见习基地”称号。

其次，建议提高市场准入门槛，规范家电服务企业。家电售后服务需要正规的企业才能胜任，比如经过专业化培训的人员、严格的管理制度、基本的服务条件等。张近东建议，今后，工商行政管理部门要设置一个市场准入门槛，好比医疗行业要有专业资质才能从医一样。这里，需要政府制定“家电售后服务”的市场准入法规，工商行政管理部门才有法律依据。

第三，建议监督服务过程，形成监督闭环。家电服务分散，涉及到千家万户，监督难度大，消费者协会、家电协会等组织要发挥行业管理的作用，建立“居民举报”的机制，包括服务质量问题、收费是否合理等问题。

据悉，张近东作为国内最大家电连锁企业掌门人，他一向坚持以“服务”作为苏宁唯一产品，苏宁在中国大陆30个省，300多个城市、香港和日本地区，拥有3000多家售后网点，其售后服务中心早已获得家用电器、家用电子、制冷设备三项国家级售后服务维修技能资质认证。此外，苏宁正在尝试设置一种培训机制，不仅向内部自培上岗作业人才，同时也可吸纳社会人才，向业内输出合格从业人员，甚至家电厂商和同行的服务技师也可以在苏宁的授权点进行技能鉴定，目的就是推进整个家电售后服务业的规范发展。

政府回收旧家电

企业影响小 个体户压力大

□ 何 骏

市民家里淘汰的旧家电、旧家具，只要有五成新，市民政局就将组织街镇或社区统一回收，然后赠送给农村贫困家庭，这是近日重庆媒体披露的消息。

记者近日走访发现，由于回收目标不同，回收企业对此反响平平，而个体回收者则面临着市场萎缩、收购难度加大的压力。

回收企业：影响几可忽略

“我们回收的旧家电、旧家具数量，约占回收物品总价值的8%—10%，相比金属、塑料、废纸等大宗废旧物资，这部分基本可以忽略。新政策的实施对我们不会造成大的影响。”重庆再生资源物流公司副总经理柏新果说。

在重庆绿色再生资源回收网络公司、江南再生资源市场、乾宁金属回收有限公司等本地大型再生资源回收企业，记者听到的，也是同样的声音。

“回收企业回收的旧家具极少，旧家电数量还算比较多。”江南再生资源市场经理戴志明表示，与市民常见的旧家电回收不同，受维修和人工成本限制，回收企业通常不会对旧家电进行大规模维修再行销售，因此对旧家电的新旧程度并不看重，大多数回收来的旧家电都会被拆解，而企业只要其中的金属、玻璃等配件。

“政府的加入只会加快旧家电的入市流通，与之相对应，旧家电的损耗速度也会加快。我们需要的正是难以修复或修复成本较高的旧家电，现在这种旧家电的数量可能因政府的参与而增加，我们不可能反对。”戴志明说。

个体经营者：担忧回收难

“政府也收旧家电！”听到这一消息，重庆江北五里店诚信维修店店主赵成柱瞪大了眼睛。

这间家电维修店兼营旧家电回收。对新政策，赵成柱坦言将影响到他，以及和他一样的个体家电维修店的生意。

“回收、修理、销售旧家电一直是我们个体家电维修店重要的经济来源，收入占到店里总收入的近一半。现在政府也要参与回收，货源肯定会受影响，利润也会随之打折。”赵成柱说。个体家具回收经营者也表达了同样的担忧。

“市民生活水平提高，对旧家具不太‘感冒’。现在我们回收的旧家具主要销往区县，而且重点在区县农村市场，利润本就不高，政府再加入进来，肯定会更困难。”重庆旧家具交易市场经营户黄雅莉说。

但也有部分经营户认为，政府不具备走街串巷的收购优势，因而，相较于家电回收，个体旧家具回收受到的冲击相对较小。

家电服务再创新模式 冰、洗首现上门保养

□ 许意强

针对今年3·15“服务与消费”的主题，各大家电企业围绕服务内容和模式创新展开了新一轮的较量，旨在把服务的升级与创新作为拉动企业在市场竞争中的有效竞争手段。

3月3日，美的制冷家电集团（以下简称美的）宣布继空调之后，将在冰箱、洗衣机两大领域推出深度清洗和上门保养服务，在国内家电业率先推出“三大品类一站式服务”模式。同时，美的还打出今年空冰洗三大品类营销整合后的首张市场牌：3月份购买美的空调、冰箱、洗衣机均可以享受10年整机包修的特别服务承诺。

服务创新树立行业新标杆

美的中国营销总部售后管理部总监金江告诉记者，此次美的在售后服务模式和内容上进行了多重创新。首先是将原来在空调领域推广应用多年的深度清洗和保养等服务，首次在冰箱和洗衣机两大领域进行了延伸。以后冰箱、洗衣机的消费者也可以享受到上门保养、清洗等个性化的服务。

同时，通过营销环节的整合，美的实现了从产品到售后服务的一体化平台构建，今后一位美的服务工程师上门，就可以解决三大类产品的服务问题，为用户搭建了一站式服务平台。此外，此次美的三大类家电产品承诺的10年免费包修，包括服务费和材料费的全免，绝不是玩文字游戏，而是真正保障消费者的切身利益。

据了解，与空调相比，冰箱、洗衣机两类产品由于不涉及到专业化的安装，因此多年来，国内家电企业并不会对冰箱和洗衣机用户提供上门清洗和保养业务。而通过营销平台整合后，美的在空调上的服务优势向冰洗领域进行嫁接，不仅开创了新的服务领域，还为家电业树立了新的服务标杆。

中国家用电器协会理事长姜风认为，作为家电业的龙头企业，美的这一举措将推动家电服务水平和服务质量的提升，对行业发展产生积极影响。

打响终端用户关爱战

美的制冷家电集团副总裁王金亮透露，美的大白电整合效应已经彰显，在今年春节期间，美的三大类产品销售增幅再创新高，实现了渗透力、覆盖率、影响力的提升。美的有实力，也会坚守承诺，为消费者提供服务、兑现承诺。

记者注意到，去年3月和12月，美的曾针对旗下的变频空调，先后在市场上开展了“无条件退换机”活动，向社会公开展示其产品品质和企业实力。王金亮坦言，美的通过技术、品质、服务等关键要素的组合，兑现了“无条件退换机”的承诺。

此次美的推出的10年整机包修承诺，再次验证了企业在家电业规模和实力的领先地位，在今年家电市场上树立起新的标杆，并夯实了消费者和市场对于美的空调的信任与认可。

当前，市场已经从关注竞争向关注用户转变，美的每一次的市场活动都是站在消费者角度上想问题，以消费者需求为出发点。王金亮表示，这也是多年来美的受到消费者信赖的原因之一。

今年，美的将向销售规模1100亿的目标发起冲击，这将会推动美的跻身全球白电制造商五强之列。

平板电视售后“三包”服务 各唱各的调

□ 龙 滢

等离子、液晶等平板电视越来越普及，一些消费者反映，市面上出现平板电视售后服务标准各唱各的调的现象，直接让消费者利益受损。一些人士呼吁，由于国家电视“三包”售后服务标准是针对传统显像管电视而设定的，制定统一的平板电视售后服务标准成为彩电行业迫在眉睫的问题。

换块屏不如买台新电视

近日，华中科技大学光电子科学与工程学院老师罗风光向记者反映：她2007年5月花了1.6万元买了一台46英寸三星液晶电视，使用两年两个月后液晶屏就出现数个大块亮斑，无法正常观看。去年7月她找三星公司修理，三星公司先是要收9500元换屏费。罗老师说，如此高价还不如买一台新的液晶电视，后经交涉，改为换屏费用优惠价3300元。但换后的屏图像模糊，且屏上标签日期为06/07，屏上方手摸有明显灰尘，罗老师怀疑不是新屏，修理人员当时将屏带了回去，此后没有再与她联系别的解决办法。

罗老师认为，在电视出现质量问题需要修理时，厂家才告诉用户只有两年保修期。她认为厂家应按国家三包规定对主要部件液晶屏实行三年“三包”政策。

平板售后各唱各的调

平板电视的“三包”究竟是如何的呢？记者采访发现，目前竟成为家电卖场的一个难题。

近日，记者来到某大型家电连锁的平板电视销售区，各家的“三包”期不尽相同：创维液晶整机“三包”期一年，屏幕三年；长虹整机一年，屏幕两年，主机三年；夏普整机一年，屏幕两年，主机三年——一位电视促销员告诉记者，目前各个品牌的平板电视的“三包”期限，都是各个厂家自己定的，当然有的品牌保修期长，有的短了。

苏宁电器彩电事业部经理贾龙芳说，目前市场上的等离子、液晶等平板电视的屏幕大多在一年内免费更换，超过这个期限，厂家会要求顾客加钱，但卖场会从中协调，争取帮顾客将换屏的钱调下来。

据了解，作为平板电视的重要组成部分，一块液晶屏的成本要占到整机的60%左右。故很多消费者在购买了平板电视后，对维修电视的高收费并不了解。

新兴产品 尚未纳入《三包规定》

读者刘先生也曾因换屏的问题与厂家闹得不太愉快。他不解，按照国家对显像管彩色电视机的三包规定，主机保修期为一年，主要零部件为三年，但是现在，不同的液晶电视品牌却有着不同的维修年限，实在让人想不通。

一家不愿具名的厂家称，相对技术成熟的传统CRT彩电，无论是液晶还是等离子彩电，其整体技术方案（显示方式和显示部件）都不在1995年制订的显像管彩电“三包”规定之列，因此厂家无法提供有效的“三包”保障。

武汉市家电维修行业管理处处长熊振邦介绍，在1995年制定的《部分商品修理更换退货责任规定》（简称《三包规定》）中，彩色电视机、黑白电视机都享受“整机一年，主要部件三年”的“三包”有效期。由于等离子、液晶等平板电视属于后来的新兴产品，并未包含在《三包规定》，所以其保修期目前由厂家自己决定。

他说，不少消费者并不知情，以为平板电视的保修期和显像管彩电一样，都是三年，且在购买时对售后细节基本都不过问，更不用说主动分开询问整机保修和主要部件在保修上的不同，这也导致近年来此类投诉逐年增多。

这位人士呼吁：目前平板电视日渐普及，制定、推出统一的平板电视售后服务标准成为彩电行业迫在眉睫的问题。