

第二章 全国消协组织受理投诉情况分析

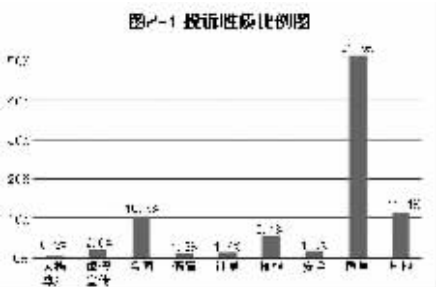
(中国消费者协会,2013 年 2 月 18 日)

根据全国消协组织受理投诉情况统计汇总,2012 年共受理消费者投诉 543,338 件,解决 505,304 件,投诉解决率 93.0%,为消费者挽回经济损失 56,843 万元。其中,因经营者有欺诈行为得到加倍赔偿的投诉 7,213 件,加倍赔偿金额 1,283 万元。2012 年,各级消协组织支持消费者起诉 1,101 件,接待消费者来访和咨询 215 万人次。

一、投诉基本情况

1、投诉性质分析

2012 年投诉中,根据投诉性质划分:质量问题占 51.6%;售后服务问题占 14.2%;营销合同问题占 10.6%;价格问题占 5.4%;虚假宣传占 2.0%;安全问题占 1.7%;假冒问题占 1.3%;计量问题占 1.4%;人格尊严占 0.3%。(见图 2-1)



与 2011 年同期相比较,属于质量、计量、价格、合同性质的投诉占投诉总量的比重(以下简称“投诉占比”)有所上升。(见表 2-1)

2、商品和服务类别分析

2012 年,商品大类投诉中,家用电子电器类、服装鞋帽类、食品类投诉量居前。(见图 2-2)交通工具类和服装鞋帽类的投诉占比同比均有所上升。(见表 2-2)

服务类投诉比重继续呈上升趋势,由 2011 年同期的 33.2%上升到 34.0%。其中,销售服务和互联网服务投诉量及投诉占比同比增幅较大。(见图 2-3、表 2-3)

3、热点商品和服务投诉量变化分析

2012 年商品投诉中,通讯类产品、服装、食品、视听产品等投诉量居前。其中,视听产品的投诉量同比增长 33.1%,由 2011 年的 15,795 件增加到 2012 年的 21,016 件。

服务投诉中,投诉量居前的是媒体购物、移动电话服务、网络接入服务、美容美

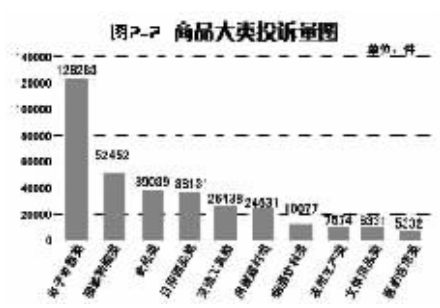
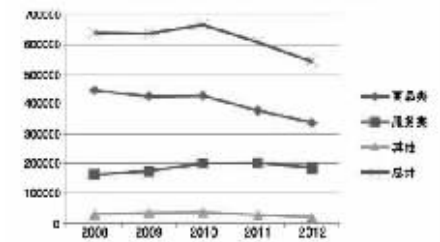


图 2-1 投诉性质比例图



发等。(见表 2-4)值得关注的是,交通运输中的航空服务投诉量同比增长 51.4%,由 2011 年的 757 件增加到 2012 年的 1,146 件。

二、投诉热点分析

1、网络团购陷阱多实惠少

2012 年,全国消协组织受理销售服务投诉 39,005 件,同比增长 28.5%。其中,网络购物投诉 20,454 件,占销售服务投诉量的 52.4%。不少经营性团购网站,由于对入住网站的商家或个人的资质审查不严、管理措施乏力、事后补救欠妥,一些诚信缺失的经营者利用网络购物互不照面的优势,以及消费者维权嫌麻烦的心理,向消费者提供质价严重不符的产品和服务。如,消费者李女士于 2012 年 6 月在某团购网站购买了“brother 组合美容美发工作室”两张团购券。在该工作室消费期间,经发型师极力推荐,充值办理了 300 元的会员卡。10 月 11

日,消费者收到网站短信通知称,该工作室因经营调整暂停服务,网站将对未消费的团购券予以退款。消费者多方查找联系工作室及发型师,发现工作室人去楼空,发型师无法联系到。后经消费者协会调查,该团购网站在审查该工作室资质时,该工作室并没有向网站提供营业执照和卫生许可证。

2、家电售后服务水平参差不齐

2012 年,全国消协组织受理涉及家电维修售后问题的投诉 23,436 件,占家电维修投诉总量的 18.6%,仅次于对质量问题的投诉。近年来,各级消协组织针对部分家电行业售后服务中存在的平等格式合同条款进行了调查点评,引起社会高度关注,特别是 2012 年点评苹果公司服务条款的活动更是得到消费者的强烈认同。据不完全统计,全国消协组织 2012 年受理苹果公司产品投诉 2170 件,其中涉及售后服务的投诉占 25.6%,高出家电全行业平均水平 7 个百分点。如,在校大学生王某的父亲从香港给她买了一部 Iphone4 手机。不到一个月时间内,手机屏幕显示出现时有时无的情况。当她拿给苹果授权维修点服务人员时,服务人员告知如果事先没有电话或网上预约不能提供服务。第二次因学校有课,她比预约时间晚到了半个小时,服务人员告知过时不候。第三次她点到了,可服务人员称,由于她的手机不是在中国内地购买,不享受内地的保修服务。

3、餐饮最低消费助推餐桌浪费

2012 年,全国消协组织受理餐饮服务投诉 8,595 件,其中涉及价格类投诉 1339 件,占 15.6%,投诉量位居服务类投诉的前列。一些餐饮经营者通过最低包间费、人均最低消费等营销手法,使得消费者的消费需求虚高,一定程度上造就了餐桌浪费。如,2012 年 9 月 10 日,在天津市政府转交市消协处理的餐饮投诉中,网友反映,他在天津某食府预订的包间内消费后被告知,该食府不提供免费餐具,大厅按 1 元/套收取,单间按 2 元/套,且单间最低消费为 500 元。餐饮业要主动规范自身经营行为,去除限制消费者权利的“霸王规定”,以实际行动积极倡导“厉行节约反对浪费”,为消费者做好合理点菜、营养配餐顾问,为节约资源、保护环境做出贡献。

4、银行服务卡在服务管理上

2012 年,全国消协组织受理金融服务投诉 1,905 件,其中银行卡服务占六成。在

信用卡服务投诉中,超过三成投诉涉及售后服务问题。消费者反映银行服务的主要问题有:一些消费者初次办理信用卡后,未经消费者确认,银行擅自为消费者开卡收年费;二是一些消费者信用卡到期后,银行未经消费者同意就寄送新卡并开卡收年费;三是少数银行未经消费者同意,擅自从账户中扣取包年短信通知费;四是少数消费者发现其银行账户余额出现随意增减情况后,被告知是银行的正常冲账行为。银行业在规范服务、强化管理、确保消费者资金安全等方面,还有很多工作要做。

5、有线宽带网络接入难顺畅

2012 年,全国消协组织受理互联网服务投诉 21,037 件,同比增长 1.9%。其中,网络接入服务投诉 16708 件,占互联网投诉的 79.4%。消费者反映问题主要有:出现使用故障服务慢、宽带网络接入网速低、无线网络连接常掉线。如,广东消费者李先生于 2012 年 4 月 1 日在网上营业厅成功办理将 2M 提升到 1M 的包年宽带接入服务。直到 5 月初,网络运营商才正式为消费者升级到 4M,但网络连接频繁出现故障,经技术人员多次调试仍无法解除。6 月 11 日,网络运营商同意消费者退款,但要扣除 5、6 月份的宽带包月费用。

6、高价白酒假冒问题多

2012 年,全国消协组织受理白酒投诉 1038 件,每 5 件投诉中就有 1 件涉及假冒问题,远高于对其他类别商品假冒问题投诉的比例。一些经营者打着专卖的旗号,向消费者销售假冒烟酒,牟取非法利益,部分高价名酒成为假冒的重灾区,致使很多消费者上当受骗。如,2012 年 1 月 4 日,消费者青先生投诉称,他于 2011 年 12 月 31 日在某烟酒专卖店以 1,880 元/瓶的价格购买了 7 瓶茅台酒,当天晚上喝的时候觉得口感不对。经厂家鉴定,消费者所购买的酒均为假冒产品。

7、房屋合同纠纷投诉集中度高

2012 年,全国消协组织受理的房屋投诉中涉及合同问题的有 2,448 件,同比增长 11.7%。全年受理房屋合同纠纷投诉占房屋投诉总量的 32.5%,远高于对其他商品合同纠纷投诉的比例。在合同问题投诉中,消费者反映的问题主要有:一些开发商违反合同约定,对于事先向消费者发出的“定金”不予退还,更谈不上按定金额度双倍返还;一些开发商任意延期交房,向消费者摊派不合理费用等。如,2011 年 10 月,贵州消费者股

面起到了重要的影响。企业在获证后,从服务水平与销售方面都有显著的提升,对企业参与项目投标也起到了重要的作用。

如美的日电集团下属的微波电器事业部,在 2009 年的家电下乡活动中微波炉产品独家全面中标。长沙中联重科、福建龙马、诚丰家具、江苏红豆等企业,都使用 CAS 服务认证证书在激烈的市场竞争中获得了领先优势,获得了良好效益。许多都明确了服务企业单位、政府部门在招标中都明确要求投标方提供权威的售后服务认证证明。

长沙中联重科、福建龙马等企业表示:服务认证是对市场环境的保护,以此使一些服务质量差、基础能力差、诚信差的企业被市场淘汰出去,使好的企业积极参与公平竞争,最终结果是让顾客满意、消费者放心,对和谐社会的发展做出贡献。

德力西电气、江苏威腾母线等企业表示:以往在服务体系的建立上的确有不完善的地方,现在通过国家批准的更加科学,能够查漏补缺,使服务架构更加科学,服务能力更加专业。而顾客通过 CAS 服务认证的星级,能一目了然地知道企业的服务水平,从而优先选择好的企业,也是对企业品牌和市场的重要保护。

江苏红豆、雅迪科技、博洛尼装饰等企业也表示:企业应积极参与售后服务认证,证明自己的专业和品牌价值。

美的日电、厦门航空等企业表示:《商品售后服务评价体系》国家标准的适用性很强,对于企业是重要的指导,通过认证,不仅能完善服务,还对提升企业品牌起到了重大作用。

从五洲天宇认证中心对获证企业的统计情况来看,大型企业特别重视售后服务,尤其是著名企业和品牌企业,不少企业已将售后服务的科学化和规范化作为企业的重要战略规划。大型企业的售后服务相对来说较为完善;中型企业在服务执行方面较强,但在体系的科学化方面相对存在差距;小型企业在规模、基础设施等方面较弱,服务保障能力有待提升,对于一些地方性的企业,服务存在区域性限制。

从 CAS 服务认证的发展来看,已获证的都是在战略思路、管理方法、服务理念、企业规模等方面较为领先的企业,而一些中小型企业,限于各种因素,也因为 CAS

女士等 220 名消费者联名向当地消费者协会投诉,称当地开发商违反合同约定延期交房,并收取水电安装费等不合理费用。经当地消费者协会多次调查调解,直到 2012 年 8 月,开发商最终赔偿延期交房违约金 226 万元,同时退还不合理水电安装费 21 万元。

8、家用轿车售前售后大变脸

2012 年,全国消协组织受理家用轿车投诉 7,755 件,质量、合同和售后服务是家用轿车投诉的三大主要问题。其中,涉及合同问题的投诉占 19.3%,是继房屋投诉之后合同纠纷最为集中的商品领域;家用轿车涉及售后服务问题的投诉占 17.7%,也高于其他商品和服务的平均水平。一些汽车经营者售前诱导消费者预付定金或加价款,一旦汽车交付存在“困难”或汽车质量出现问题,经营者往往以各种理由拒不承担责任。国家汽车“三包”规定已经出台,相关汽车生产经营者要围绕汽车质量安全和售后服务做好消费者权益的工作,积极承担起保护消费者权益的责任。

9、电动自行车售后服务严重滞后

2012 年,全国消协组织受理交通工具类投诉 26,348 件,同比增长 11.6%。全年受理电动自行车投诉 2,100 件,涉及售后服务问题的投诉占 40.6%,远高于其他类别商品的投诉比例。电动自行车电池质量差、售后网点少、服务水平低、维修配件贵等饱受消费者诟病。如,2012 年 6 月 10 日,山东消费者尚先生向当地消费者协会投诉称,他购买的电动自行车刚用了 7 个月,就陆续出现车轮不转后服务。在随后的一个多月时间内,他送到售后服务网点维修了 3 次,维修时间越等越长,第三次维修等了 15 天仍未修好。

10、儿童用品质量安全马虎不得

2012 年,全国消协组织受理儿童用品投诉 4,038 件,同比略有增长。其中,涉及质量问题的投诉占 69.8%,特别是在婴幼儿奶粉投诉中,78.2%的投诉与质量问题有关,远高于对其他类别商品的投诉比例。在质量问题中,消费者反映的奶粉中含异物、变质、结块等情况相对较多。在受理的 426 件儿童玩具投诉及 197 件儿童车投诉中,超过一半的投诉涉及安全问题,出现安全问题或存在安全隐患的问题也远高于对其他类别商品的投诉比例,防范儿童用品的质量安全风险需要全社会的共同努力。

转 7 版》

《接 5 版

4、国内贸易标准《家用生活饮用水反渗透处理器具拆装和维修服务技术规范》起草工作完成

由中国家用电器维修协会负责组织起草的国内贸易标准《家用生活饮用水反渗透处理器具拆装和维修服务技术规范》于 2012 年 8 月通过了专家评审。

净水机产品是半成品,后续的长期服务很关键,需要厂家专业服务且沉淀于厂家,需要小区域半径的服务。不少净水器厂家抱着捞一票就走的心态,以次充好夸大产品功效,忽悠消费者,并且没有后续服务,使产品成了“孤儿机”,对整个行业伤害很大。并且,这个行业进入门槛低、产品质量参差不齐,大企业还没有建立品牌影响力,一大批“非资质”企业正在从“浑水摸鱼”,最终导致消费者的不信任感。

目前净水器市场的混乱与相关标准还不够完善有关。净水器行业不仅要各项技术性标准,其售后服务标准也很重要。

三、售后服务

的国家标准认证

1、售后服务的国家标准

由中国商业联合会组织起草,国家质量监督检验检疫总局、国家标准化管理委员会于 2011 年 12 月 30 日颁布了《商品售后服务评价体系》(GB/T 27922-2011)国家标准,2012 年 2 月 1 日起实施。该标准由国家商务部归口。

2006 年,中华人民共和国商务部颁布了国内贸易行业标准《商品售后服务评价体系》(SB/T10401-2006),是中国第一部售后服务评价标准。自 2006 年实施以来,对规范售后服务评价活动,约束企业售后服务行为,指导企业提升服务水平,保护消费者合法权益方面,都起到了非常积极的作用,社会反响良好,企业和消费者均表示出极大的认可和支持。

党的十七大报告提出:“发展现代服务业,提高服务业比重和水平”。为贯彻党的十七大精神,推动全国各行业售后服务制度的规范化和有序发展,2007 年,经国家商务部批准,国家认监委批准,成立了我国首家售后服务认证机构,在全国范围内推行

服务认证。通过几年的实践,及国内经济环境的变化和产业发展政策导向的变化,尤其在生产、消费、流通等环节不断升级的背景下,《商品售后服务评价体系》也升级为国家标准,它将进一步推进市场经济法化、制度化、系统化建设,大幅度提高中国企业售后服务质量和水平。

《商品售后服务评价体系》(GB/T 27922-2011)国家标准的核心内容是“5 评价指标”和“6 评价方法”两部分。

“5 评价指标”部分主要是规定了用于售后服务评价的指标及其含义,具体分为三大类:针对服务体系的评价指标、针对商品服务的评价指标和针对顾客服务的评价指标。

服务体系的指标,强调企业在售后服务组织、管理、资源等基础条件方面所做出的努力;

商品服务的指标,强调对企业在围绕“商品”所开展的有关服务活动和服务行为的规范;

顾客服务的指标,强调对企业在与顾客的行交往过程中,应注重的服务质量和行为的规定。

“6 评价方法”部分主要是规定了在售后服务评价活动执行过程中的基本程序和如何评分、如何计算评分值等问题。

标准的评价指标见下表:

指标大类	分值	指标	分值
售后服务体系	40	组织架构	4
		人员配置	6
		资源配置	6
		规范要求	6
		监督	7
		改进	5
		服务文化	6
商品服务	35	商品信息	6
		技术支持	6
		配送	4
		维修	10
		质量保证	7
顾客服务	25	废弃商品回收	2
		顾客关系	15
		投诉处理	10

2、售后服务国家标准认证的开展情况

经国家商务部推荐(商建函[2007]28

转 13 版》