

对比《商品售后服务评价体系》国家标准 谈中国电商服务现状

——《2015 年中国企业售后服务创新发展报告——创建售后服务新业态》节选

■ 中国商业联合会 中国人民大学信息分析研究中心

近几年,电子商务市场不断扩大,消费者的购物习惯也逐渐从实体店转移到网络。由于拥有低价优势,电商销售不断增长,但是由于电商售后服务环节薄弱,消费者频频受伤。随之而来的是大量关于售后服务的投诉,售后服务成为了电商的短板。

国家标准《商品售后服务评价体系》是中国第一部售后服务评价标准。从 2012 年以来,以标准为依据进行的售后服务认证活动在 20 多个行业 100 多家大中型企业开展,在指导企业售后服务水平,保护消费者权益方面,起到了积极作用。

本文将选择 10 家中国最有代表性的电商企业,包括综合电商、自营式电商、服务型电商。从标准内容中选取消费者比较关心的部分指标,来评估中国电商企业的服务水平。

标准 5.1.7 服务文化规定,企业应对售后服务的目标或水平做出承诺,服务承诺在广告、宣传品、保修卡、销售合同等各种稳定材料中的表述准确一致,并有效地传达给顾客。企业应以多种方式向社会公众做服务文化和活动的宣传,形成有效的顾客认知和口碑。

	淘宝网	京东	亚马逊中国	当当网	苏宁易购
服务承诺	有	有	无	有	有
	国美在线	大众点评网	梦芭莎	唯品会	携程网
服务承诺	有	有	有	有	有

淘宝的服务承诺是:全额退款、全额退货退款。

京东的服务承诺是:售后上门、售后 100 分、售后到家(仅针对京东指定商品)、全国联保,统一网上报修,在线响应、7 日×10 小时工作制、热线购询服务、在线客服服务。

亚马逊中国网站上未找到服务承诺的相关内容。

当当网的服务承诺是:无忧购物之服务支持、无忧购物之货到付款、无忧购物之正品保障、无忧购物之差价返还、无忧购物之七天退货、无忧购物之十五天换货。

苏宁易购的服务承诺是:正品保障、急速物流、无忧售后、特色服务、帮助中心。

国美在线的服务承诺是:七天退换、专业维修、延保服务、家电回收、服务中心。

大众点评网的服务承诺是:随时退、过期自动退、不满意免单。

梦芭莎的服务承诺是:100%正品保证、7 天无理由退货。

唯品会的服务承诺是:100%正品、7 天放心退、退货返邮费。

携程网的服务承诺是:放心的价格:具竞争力的价格,无任何隐形费用。放心的服务:领先的服务标准,独创的保障体系。

根据《消费者权益保护法》第二十三条规定,经营者提供商品或者服务,按照国家规定或者与消费者的约定,承担包修、包换、包退或者其他责任的,应当按照国家规定或者约定履行,不得故意拖延或者无理拒绝。此外,《消费者权益保护法》第二十四条规定,经营者不得以格式合同、通知、声明、店堂告示等方式作出对消费者不公平、不合理的规定,或者减轻、免除其损害消费者合法权益应当承担的民事责任。格式合同、通知、声明、店堂告示等含有前款所列内容的,其内容无效。

可以看出,大多数电商对“服务承诺”做出了规定。在电商网站上也可以找到服务承诺的相关内容。在多家电商网站的“三包”政策中,无论是“7 日”规定还是“15 日”规定,都规定了对所购商品自出售之日起,发生性能故障,消费者可以选择相应的三包服务以保护消费者的正当权益。但是可以发现,很多隐形的退换货细则都隐藏在其中,不仔细研读就会掉以轻心,“三包”规定也从“消费者选择”变为“消费者可申请”,仅出具相关检测报告一项就将退换货时间拖延几天。

新《消法》还加大了对消费欺诈的惩罚力度,进一步明确了广告经营者、发布者、代言人、推销人在侵犯消费者权益时的连带赔偿

责任。

标准 5.2.4 维修规定,按国家法律法规要求提供包修和保修服务。对于维修期限较长,或因维修原因延误维修时间的,可为顾客提供相应的代用品。

中国的产品通常保修一年,大家电整机保修一至三年。按消法规定 7 天可退,15 天可换。购物 15 天后至保修期结束,只有正常性能故障可获得免费保修。

淘宝网的保修政策:正规旗舰店推行“电保包”增值服务,主要包含手机“摔碰也管修”、小家电“只换不修”和大家电“无理由保修”三项。为消费者提供带有正规发票的保护服务,在服务有效期内符合其服务范围的维修,免收部分检测费、备件费及维修费等措施。

京东承诺大家电、笔记本、平板、时尚影音和数码相机等产品,购物后出现质量问题时,30 天无理由退货,180 天直接更换。

京东网承诺购物后出现质量问题时,30 天无理由退货,180 天直接更换。提供付费延保服务。

亚马逊中国官网的商品页面能够看到商品的相关技术数据、使用方法等商品功能介绍,但却找不到关于保修政策的只言片语和选项。

当当网的商品页面上找不到关于保修的规定。

苏宁易购承诺:正品保障,全国联保,送货入户,正规发票。保修政策是:苏宁易购保证销售商品均为正品行货并开具正规发票,凭苏宁易购发票及三包凭证,所有商品均可以享受生产厂家的联保服务或指定服务商联保服务,苏宁易购将严格按照国家三包政策以及《退换货政策》对所售商品履行换货和退货的义务,另外苏宁易购还提供付费延保服务。

国美自营商品购买带有“30 天无理由退换货及 180 天只换不修”标识的商品,可享受 30 天无理由退换货及 180 天只换不修国美退换货特色服务,如购买的商品不带此标识将无法享受该服务,180 天只换不修需取得厂家或国家质检部门出具的产品性能故障鉴定证明。

大众点评网未找到保修规定。

梦芭莎官网没有对保修的规定。

唯品会的网页能找到需要售后服务的商品有对保修的规定。

携程网没找到保修规定。

可以看出,一些电商对保修的规定比较详细,一些电商对此却语焉不详。根据网络消费者投诉来看,主要体现在两方面问题:1、投诉无据,网购时没有索要并保存发票、保修卡、服务承诺等消费凭据,保修时没有证据。2、部分消费者遇到商品问题找到电商解决,而电商通过许多方式拖延时间,一旦超出保修期限,就不负责保修了。

	淘宝网	京东	亚马逊中国	当当网	苏宁易购
保修规定	有	有	无	无	有
	国美在线	大众点评网	梦芭莎	唯品会	携程网
保修规定	有	无	无	有	无

标准 5.2.5 质量保证规定,企业所售商品质量应符合国家相关法规要求和质量标准。对顾客明示的质保期和保修期应符合国家相关规定的要求。对于有质量问题的商品,应按国家有关规定办理退换。

近年来,工商总局在“3.15”“双十一”、“双十二”等节日抽检,发现多家电商涉嫌销售假冒商品,可见电商假货毒瘤已蔓延至深。

据调查,消费者在网购关于产品质量的投诉主要集中在以下问题:一是电商不遵守消费合同,网站单方取消订单、不履行促销优惠承诺、不按照约定履行义务;二是商品质量与承诺的不相符,假冒伪劣产品猖獗;三是广告宣传夸大其词,网站宣传的商品规格、材质或服务的价格、内容与实际不符;

12315 综合信息采集服务平台登记的数据显示,电商不遵守承诺、违反消费合同,商

品质量不合格,消费者投诉最多,占到网络消费投诉量的 60%以上。

质量是企业生存之根本,产品质量做的不好,注定是走不长久的。面对如今网购发展的大趋势,整个电商行业要向良性方向发展,解决电商产品的质量问题的就变得非常重要和迫切。

造成电商假冒伪劣产品猖獗的原因有二,其一,电商平台销售假冒产品的都是以“商家入驻”形式的第三方卖家,而电商平台对于这些“入驻商家”的监管和资质的审核没有严格把关,缺乏检测和监督机构的监管。其二,我国目前还没有出台专门针对电商的法律法规,工商等部门要介入比较困难,造成网络售假的违法成本相对较低。

根据新消法第 44 条规定,电商平台在不能提供销售者或者服务者的真实名称、地址和有效联系方式的情况下,将会承担连带责任。但需要注意的是,现实中往往电商平台提供了经营者的真实名称、地址等信息,消费者仍然找不到经营者或找到经营者无法维权的情况屡有发生。

我国价格法第 14 条规定,经营者不得利用虚假或者使人误解的价格手段,诱骗消费者或者其他经营者与其进行交易。很显然,一些电商的价格忽悠手段,如先涨后降、高标低折、虚假标价、单方面砍单等手法,都属于价格欺诈行为。

2015 年初,国家工商行政管理总局出台了《侵害消费者权益行为处罚办法》,作为保护消费者为生活消费需要购买、使用商品或者接受服务的权益,对经营者侵害消费者权益的行为实施行政处罚的依据。该处罚办法已明确规定了经营者在故意拖延或无理拒绝、虚假宣传、欺诈等方面经营方面的界定,并进一步细化了具体的处罚范围和额度,以保障《中华人民共和国消费者权益保护法》的进一步实施。

2015 年 3 月 16 日,北京海淀工商分局、海淀区消协联合向电商企业发出倡议,呼吁电商企业主动承担企业的主体责任,落实电商企业的法定职责和法定义务。对申请进入电商平台销售商品或者经营者的主体身份进行严格把关,并在其从事经营活动的主页面醒目位置公开营业执照登载的信息或者营业执照的电子链接标识。

新《消法》针对电子商务网站的发货迟缓、虚假促销方面,网购欺诈等条款进行规定,新《消法》还加大了对消费欺诈的惩罚力度,进一步明确了广告经营者、发布者、代言人、推销人在侵犯消费者权益时的连带赔偿责任。防止一些网络交易平台给出“空头支票”,打击承诺不兑现的现象。进一步保护消费者的权益。

质检总局官网 2014 年 12 月 3 日印发《电子商务产品质量提升行动方案》。决定组织全国质检系统开展电子商务产品质量提升行动。方案要求建立健全电子商务质量管理体系规范,完善电子商务标准体系,出台一批电子商务相关标准和规范性文件。力争到 2016 年底,使电子商务产品质量国家监督抽查合格率提高 10 个百分点。方案明确了开展电商生产企业质量保障能力提升帮扶行动、开展电商经营企业质量管理体系建设助力行动、开展电子商务产品质量违法行为整治行动三大任务。质检总局还指导电商平台企业建立产品质量追溯制度,以便于进行源头追查,实现属地查处。

标准 5.2.5.5 规定,对于贸易型企业,应配合生产厂家,及时完成报修、登记、维修、收费、退换、召回等服务,并按国家有关规定,执行先行赔付制度。

	淘宝网	京东	亚马逊中国	当当网	苏宁易购
先行赔付	有	有	无	无	有
	国美在线	大众点评网	梦芭莎	唯品会	携程网
先行赔付	有	无	无	有	无

标准的满分为 100 分,以 70 分为售后服务达标的最低要求,将企业的售后服务水平分为 4 档,分别是:达标级、三星级、四星级、五星级。

标准模型设计
《商品售后服务评价体系》国家标准(GB/T27922-2011),是按照以“售后服务能力为主要特征的大服务系统”来设计评价指标的。如图 1 所示:



淘宝网的相关规定:品质承诺中规定:选择品质承诺商品,品质鉴定有保障。鉴定商品品质不符,保障金先行赔付。发货时间中规定:选择设定发货时间商品,发货时间有保障。卖家未按约定时间发货,保障金先行赔付。指定快递中规定:选择指定快递商品,轻松自由选快递。若配送快递不符,按约赔付赔偿金。

京东的相关规定是,在消费者提交退换货申请服务单之时起算,如 48 小时内第三方卖家未给出审核意见,则京东自动默认审核通过;消费者自发出退货商品且上传快递运单号信息之时起,如 10 天内第三方卖家未给出处理意见的,京东将用保证金先行退还给消费者。亚马逊中国网站没有对先行赔付的相关规定。

当当网对先行赔付的规定如下:在收到顾客“正品保障”赔付申请后,当当有权根据协调情况要求交易双方提供必要证明,并确认及判定。当根据相关规则判定顾客“正品保障”赔付申请成立,则有权自商家的账户直接划扣商家保证金退还顾客的相应款项。

苏宁易购网站的相关规定如下:假冒商品赔付标准中规定:标准:假一赔五;国家法律法规规定高于本标准的,则依规定。苏宁云台商家在苏宁云台发布商品后被认定为“假货”的,需对购买该商品的消费者按照“假一赔五”的标准进行赔付,即售假商户除需向消费者退还原购物货款外(含邮费),还需向消费者支付货款(不含邮费)的五倍金额作为赔偿金,不满五百元的按照五百元计算。“假货”在使用过程中,给消费者带来损失的,售假商户除需向消费者按照“假一赔五”的标准进行赔付外,还需对这部分损失进行赔偿。

国美在线网站对先行赔付的规定:赔付原则 1. 买卖双方已各自提交完整的证据,且证据指向签约商家责任,由我司负责先行赔付用户。2. 买卖双方已各自提交完整的证据(客服无补充证据要求),且证据无法有效判定买卖双方责任,我司有权判定买卖双方责任者,当我司判定为我司签约商家责任时,我司负责先行赔付。

大众点评网没有找到对先行赔付的规定。

梦芭莎网站未找到先行赔付的相关规定。

唯品会网站对先行赔付的规定:保险理赔规定:在唯品会 www.vip.com 上售卖的品牌均为正品,并由中国太平洋财产保险股份有限公司为您购买的每一件商品进行承保。如果您对在唯品会所购的商品属品牌正品存在怀疑,请立即到工商等相关法定部门进行产品质量鉴定。假如鉴定结果为非品牌正品,可最迟在收到商品后 90 天内,向太平洋保险公司依法定程序索取该商品售价的全额赔偿。另请及时通知唯品会,我们将会协助您进行全面的查证调研。

携程网的官网上未找到对先行赔付的相关规定。

2015 年 3 月 11 日,国家工商总局发布《关于完善消费环节经营者首问和赔偿预付制度,切实保护消费者合法权益的意见》,明确了经营者是消费维权的第一责任人,进一步鼓励有条件的经营平台、商场,在消费者难以及时从商家索赔的情况下,对消费者进行先行赔付。

工商总局在前期调研中发现,部分经营者以自己没有过错或没有能力解决为由进行推诿,让消费者向卖家索赔。

从以上调查可以看出,近半数的电商官网上对先行赔付制定没有明文规定。

大多数电商平台通常告知消费者自身是出租平台。事实上,电商平台除出租商位外,还提供引流、导航服务,深入地参与了商品的售卖过程,负有监督的责任。先赔付,就会让电商平台承担责任。但是实际上当商品出现

问题时,电商平台必须先行赔付,后再去追溯商户的责任,不能以平台模式不参与商品生产而推卸责任。

切实保障消费者权益,需要全面推进电商平台首问负责制,实施先行赔付制度,在制度层面促进电商平台企业在售前、售中、售后整个流程把关,防范假冒伪劣,通过电商平台的干预,杜绝网络不法经营行为。

大多电商除去客服、物流外,很少有自己的售后体系,很大程度上依赖厂商的售后体系。许多电商会以“提高效率”为由,建议消费者直接去找生产厂家。电商和生产厂家来回“踢皮球”的情况经常发生。生产厂家常常称按三包规定的“谁销售谁负责”,要消费者找销售商解决。电商则以“没有售后维修人员”为理由把消费者又“踢”回给厂家。

《中国消费者协会保护法》第三十五条明确规定。“消费者在购买、使用商品时,其合法权益受到损害的,可以向销售者要求赔偿。销售者赔偿后,属于生产者的责任或者属于向销售者提供商品的其他销售者的责任的,销售者有权向生产者或者其他销售者追偿”。

对于消费者头痛的网购的责任归属问题和先行赔付问题,新《消法》第 44 条进一步详细的规定:消费者通过网络交易平台购买商品或者接受服务,其合法权益受到损害的,可以向销售者或者服务者要求赔偿。网络交易平台提供者不能提供销售者或者服务者的真实名称、地址和有效联系方式的,消费者也可以向网络交易平台提供者要求赔偿;网络交易平台提供者作出更有利于消费者的承诺的,应当履行承诺。网络交易平台提供者赔偿后,有权向销售者或者服务者追偿。

在电商购买的商品若出现问题,不管是在哪个环节出现的问题,消费者可以直接找电商解决,也可以直接联系厂家解决,决定权在消费者。

《侵害消费者权益行为处罚办法》也明确规定,经营者通过网络、电视、邮购等方式销售商品时,应承担七天无理由退货的义务,不得故意拖延或者无理拒绝。若经营者出现“自收到消费者退货要求之日起未办理退货手续”、“以消费者已拆封、查验影响商品完好为由拒绝退货的”、“未经消费者确认,自行规定该商品不适用无理由退货”,“收到退回商品之日起无正当理由未退还消费者支付的“商品价款”这 4 种行为时,将视为故意拖延和无理拒绝,工商部门将根据情节严重程度,最高处 50 万元罚款。

结语:

本篇文章中调查的内容,只是国家标准中 52 项评价指标的其中 4 条。如果要进行完整评价,各大电商很可能都在及格线上徘徊。也许,这也是电商企业尚未通过国标服务认证的原因之一。

“网购没有满意的售后服务,实体店购买又没有价格优势。”这是许多网购者的想法。“没有完善的售后服务,只能依靠生产厂家。”这是中国电商的现状。

电子商务几乎全部是“不见面销售”、“非现场购物”,因此售后服务问题层出不穷。售后过程反复折腾,让很多消费者叫苦不迭。这种情况下,出台相关的法律法规对电商市场进行规范就显得尤为重要。实际上,随着电商市场规模的不断壮大,我国正在加强对电子商务法规的探索。

对比国家标准《商品售后服务评价体系》观察中国电商服务现状,再进行实际体验,情况的确有些强人意。诚然,新兴的电商企业现在处于刚刚起步阶段,要自建脱离厂家的售后服务体系需要花费大量的资金与时间。但是要提升自身企业实力,长久生存,赢得消费者的满意和信任,电商企业就一定要构建完整的售后服务体系、保证产品质量和提供完善的售后服务,电商品牌要发展壮大,未来仍然有很长的路要走。

以后,为客户提供各种各样旨在使商品发挥其应有作用、方便顾客的服务。如代客送货到家、代客安装调试、上门维修、供应零配件、咨询解答、实行退换制度等等。

标准对“售后服务”(After-sales service)的定义

从标准的评价指标和模型设计,可以了解到,标准中的“售后服务”,并不仅仅是一般意义上的“送、装、修、换”的“售后服务”,而是涵盖了“售前、售中、售后”的“大服务”,从体系到执行,才能真正评价出企业售后服务的水平。

标准中对“售后服务”的定义是:

向顾客售出商品或从顾客接受无形产品开始,所提供的有偿或无偿的服务。合同签订后,企业所提供的服务活动就是“售后服务”。其中,除了有形商品的服务,还包括测量、规划、咨询、策划、设计等无形商品服务。

(北京五洲天宇认证中心供稿)

商品售后服务评价标准的结构

标准的评价指标
《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交往过程中,应注重的服务问题和服务行为的规定。

“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。

标准的评价指标见表 1:			
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
商品服务	35	服务文化	6
		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

表 1 售后服务评价指标评分要求