

■ 来信调查

有读者来信反映,上门维修方便居民生活的同时,存在价格欺诈、材料以次充好、维权难等问题

上门维修乱象须整治

本报记者 史一棋

编辑同志:

上个月我家混水阀坏了,我用手机搜到一个优惠的混水阀维修服务,报价35元。打电话预约后,维修师傅上门很快便修完,结账时却告诉我:“35元只是优惠代金券,还得额外补钱”,让我付220元。无奈之下,我只能付款,但想想这样的经历,心中很是不平。希望媒体关注这类现象,推动有关部门整治市场乱象。

重庆江北区 雷 弘



日常生活中,上门维修是解决家庭维修问题的便捷途径,给居民生活带来了便利。然而,也有读者表示,上门维修存在一些不规范的问题。如这封读者来信所说,维修报价前后不一,还有消费者遇到维修材料以次充好、售后难、维权难等问题。记者就此采访相关人士,就整治维修市场乱象问题提出意见建议。

材料以次充好,修完漫天要价,“小毛病修成大毛病”

读者雷弘的遭遇并非个例。不少上门维修商家在平台上以低价吸引顾客,维修完成后,实际价格可能翻倍。维修前,商家以“先看情况”“用多少材料收多少钱”为由模糊报价,等维修后再找各种理由加价。电路、管道、家电等方面维修相对比较专业,普通消费者难以判断故障的具体原因,也很难辨识维修价格是否合理。

浙江杭州市读者陈凯(化名)就遇到过仗着消费者不懂行而“狮子大开口”的维修人员。因家中墙角返潮,他今年1月13日预约了杭州亿航防水公司做墙角防水补漏。

该公司派了两位师傅,在没做任何漏水检测的情况下断定房屋外墙渗水,并告知补漏胶水为每斤90元。

陈凯觉得一斤90元价格过高,但师傅宣称该材料是进口高科技纳米高分子材料,“成本高,而且用不了几斤。”陈凯相信了,同意维修。然而,整个工程共用了44斤胶水,报价3900元。

陈凯此前听说有不法商家用2元一斤、不适宜在住宅中使用的“三无”胶水,冒充优质材料。于是,他要求公司提供胶水的质检报告,公司发来的质检报告明显经过修图处理,且拒绝出示胶水进货凭证。

在上门维修领域,还有的家电维修人员使用劣质配件充当原厂配件,一般消费者很难辨别材料的真伪和质量好坏,结果导致修好不久又坏了,陷入反复修理的状况。

“原问题不仅没解决,还把小毛病修成大毛病。”广东中山市读者柳鑫(化名)下单净水器检修服务,今年1月3日晚,维修师傅上门维修。没想到,修好后的净水器在次日凌晨又漏水。清晨醒来,柳鑫发现家里已经“一片汪洋”。

他清理了一早上,终于联系上维修师傅,可师傅说修理网点缺人手,要下午3点才能派人过来。等到3点,网点又称人手仍然不足,说要等到晚上。

“实在没办法,只好请物业过来重新施工。”柳鑫随后请来装修公司评估,不算家电损坏,漏水导致的家装损失就达4万至5万元。

消费者维权难,难以固定证据,经常遭遇“踢皮球”

“很多家庭维修问题事发突然,需要快速解决,消费者仓促选择服务,往往无暇比价或核实资质。”中国人民大学公共管理学院教授刘鹏表示,而且维修项目差别大,例如水龙头漏水问题,简单的更换水龙头就行,复杂的甚至要重铺水管,各家情况不同,消费者难以辨别维修人员是“看人报价”还是诚信服务。这种情况下,不少消费者即使怀疑自己被“宰”,也会因为没有证据、急于修好而付款了事。不法商家也恰恰利用消费者的这种心理,虚报价格。

不少消费者反映,一旦遇到价格欺诈、以次充好或越修越坏等问题,“维修难,维权更难”。

一方面,消费者维权时面临举证难的问题。有的服务商以提供优惠为噱头,诱导消费者脱离平台交易,导致平台没有售后记录,无法维权;还有一些消费者是从小广告上找到维修师傅的,要维权时找不到人,只好吃下哑巴亏。

记者发现,不少居民小区的信箱、门缝都被塞过维修小广告,有的小广告还打着社区物业或服务中心的名义。

“这些小广告不能信。物业就算做宣传,也不会采用这种方式。”张师傅是北京朝阳区八里庄街道的一名维修师傅,他的活计都来自社区物业派单,“物业跑不了,维修出了问题,居民找物业也就能找到我。凭我的经验,小广告上的维修服务多数报价较高。很多还写着根本找不到的假地址,修完如果有问题,根本找不到人。”

另一方面,即便事实清楚、证据完整,消费者也会遇到多方“踢皮球”。柳鑫便遭遇了类似经历。当他带着电话录音、支付证明、维修现场视频向维修网点索赔时,网点却以该师傅既非平台员工,也非认证师傅为由拒绝,“既非

平台认证,为何派到我家维修?总公司、分公司互相推来推去,一会儿说不是维修期间出的问题,保险公司不赔;一会儿又说是网点的问题,把我都弄晕了。”

无奈之下,柳鑫向12315投诉。经过两个多月的艰难维权,最终服务商总部赔偿他1万元,网点赔偿一台没有生产日期和合格证明的净水器。一查证,这台净水器还是江苏省质监局点名的不合格产品。

柳鑫曾经找过律师,律师的回复是:可以帮助他打赢官司,但是诉讼花费的金钱、时间成本不会低。除了律师费,鉴定费也不低,需要找一线城市的专业机构。“虽然最后获得的赔偿金额远低于我的实际损失,但没办法,只能接受。对方有专门法务部门处理投诉,而我还得上班,耗不起。”柳鑫道出了大多数消费者面临类似问题时的无奈。

建议有关部门向社会公布家电维修“白名单”,平台推出“一口价”服务等措施规范上门维修服务

早在2012年8月,商务部就公布并施行了《家电维修服务业管理办法》,明令家电维修经营者和从业人员不得有下列行为:虚假、夸大、伪造维修服务项目或内容;隐瞒、掩饰因维修服务导致用户产品损毁的事实;虚报故障部件,故意替换性能正常的部件;冒用家电生产者商标或特约维修标识。但种种问题至今依然存在,不仅损害了消费者利益,也扰乱了市场秩序。

“上门维修看似都是鸡毛蒜皮的小事,但事关每位居民的生活幸福。”中国家用电器服务维修协会秘书长王岩说。

目前市面上的主流上门维修平台,大部分采用线上吸引用户、线下服务用户的模式。在这一过程中,作为中介的平台方扮演什么角色?应该担当什么责任?

“消费者维权时之所以屡屡遭遇推诿扯皮现象,是因为这种模式下的平台方并不直接给

消费者提供服务,他们只起到信息集散地的作用。一旦出了问题,他们会觉得错在线下门店而非自己。”北京市互联网金融行业协会会长许泽玮认为,平台方不是简单的信息共享,他们应该在服务流程的标准化上下功夫,贯穿下单、上门服务、售后服务等全流程的标准化,“平台借助数字化手段,分品类建立标准化服务流程,实现服务的每个环节都有规可循,也要有相应的管理监控指标。”

而在服务流程标准化中,价格标准化与消费者切身利益直接相关。许泽玮表示,一是价格对消费者要透明可见,在官方渠道公布定价信息,可以随时查阅;二是不断细化标准定价体系,让消费者清晰知晓此次维修有哪些流程、流程中项目分别应该花多少钱,以及影响定价的工时、材料等;三是对流程复杂、非标准体系内的维修项目展开价格评估,事前出示评估一口价,与消费者充分沟通后再开展维修,避免事后纠纷。

除了平台规范管理,刘鹏认为市场监管等部门也应加大日常监管,构建服务商信用评价体系,对投诉量超标的违规商家实施平台禁入;对一些维修公司及维修人员涉嫌虚假宣传、欺诈、强迫交易等违法行为,依法予以罚款、吊销营业执照等惩罚。

根据《家电维修服务业管理办法》,主管部门对于违反办法的家电维修经营者可以予以警告,责令改正,情节严重的可处3万元以下罚款。“相关部门要完善投诉举报渠道,让消费者维权有门。不仅要能够维权,更要让消费者便于维权。”刘鹏说。

消费者协会也可更有作为。比如,上海市消保委最近几年都会向社会公布家电维修“白名单”,呼吁广大消费者有需要时尽量选择名单里的服务企业。

此外,上门维修行业也应加强自律,针对市场乱象出实招。“可建立消费者、平台、门店、监管部门共同参与的共治体系。”王岩举例说,平台可以设立机制,在纠纷发生时由独立第三方介入评估;门店可以对消费者讲解维修流程,让整个过程更加透明,“各方一起努力,把关系千家万户的上门维修‘小事’做实做好。”

(高国妍参与采写)



杨 靖绘(人民视觉)

■ 曝光

浙江台州市仙居县——烈士纪念设施遭到人为破坏

本报记者 刘军国

负责人之一,而曹金库的家就是县委机关办公地点。

曹金库牺牲后,他的遗骨被安葬在老家,每年清明节都有不少群众前往追悼缅怀。2015年前后,仙居县有关部门在曹金库烈士的牺牲地——沙地村青山脚下,修建了烈士纪念碑(见左上图),供大家更加方便地祭拜烈士。然而,几年前,有人为修建私人住宅,把通往烈士纪念碑的道路截断了。

“原本纪念碑距主干道两三百米,从大路上转个弯就能到,但那条路被堵住了,现在要绕很远才能过去。”5月15日,记者跟随曹真富来到沙地村,看到这条水泥路被截断后,已经看不出有路的痕迹了。绕行了约1公里,才到达烈士纪念碑所在

地。然而,烈士纪念碑不见了(见左下图)!

曹真富说,今年清明节前夕,扫墓时纪念碑还在。他指着一个石头和水泥砌成的台子,告诉记者,“纪念碑原本就建在这里,刻着‘曹金库烈士纪念碑’。现在碑搬哪去了?什么时候搬走的?我们都不知道。”他气愤地说。

在沙地村,几名村民告诉记者,“清明节前一天,来了几个人把烈士纪念碑弄走的。”

在村里采访期间,记者接到不少来自村民的短信和电话,表达对当地相关部门保护烈士纪念碑不力的愤慨,希望采取有力措施恢复烈士纪念设施,并对破坏行为依法追责。

本版责编:向子丰

征 集

人民日报“读者来信”版与人民网“领导留言板”联合开展新闻线索征集,欢迎读者就围村收费问题提供线索和建议。

邮 箱:rmbdzlx@126.com

dzlx@peopledaily.cn

移动端:人民日报客户端“曝光台”

人民网“领导留言板”客户端

