家电安装频频被"加钱"

消费者乐乐是在线上某电器品牌官方旗舰店下的单。她告诉记者,买燃气灶和抽油烟机,总共花了4900元左右,当时销售页面上并没有提到安装时要额外收取配件费用。这也让乐乐很是疑惑,"如果是安装必备,为何不直接绑定销售,或者跟消费者讲清楚需收取这个费用?"在乐乐看来,预约安装的时候就应告知有这个收费目,让她选择是否在这里购买。"但即使在沟通安装时间的时候,对方都未提及可能会有配件费用。"这也让她觉得非常不合理。

日常生活中,家电安装"隐性收费" 情况并不罕见。此前,中消协发布2022 年全国消协组织受理投诉情况分析时曾 提到,有商家承诺免费上门安装,但安装 人员上门后却又以欺骗手段推销各种昂 贵的辅助材料或收取此前未明示的费 用。中消协还列举了一个例子:去年6 月,消费者李先生反映,在北京市海淀区 某商场购买了一台液晶电视机,安装人 员上门后,称电视机要挂到墙上,必须购 买其带来的原厂可伸缩电视支架,价值 950元。但安装后,李先生发现支架包 装并非原厂,且该型号商品在电商平台 的价格为228元。"李先生询问后,对方 表示,提供的电视支架为品牌特供定制, 钢架结构比网上售卖同型号商品厚实、 粗几倍,如果不用他们的支架,将影响电 视机的售后。"

几十元的零件被收几百元

不仅是家电安装时暗藏猫腻,家电维修亦是乱收费"重灾区",被消协部门屡屡关注。记者采访的另一位消费者皓皓(化名),最近就在洗衣机维修时遇到了"奇葩"事件。

据皓皓讲述,当时感觉家里洗衣机 出现了问题,就在网上搜索了西门子洗 衣机维修。师傅上门后,告诉她是门边 上的一个插件烧坏了,更换后向她索要 了30元的上门费、580元的材料费以及 150元的人工费。但皓皓发现,洗衣机 维修后还存在问题,就又打了同一个电 话报修。"当时确认过不需要支付其他额 外费用,但师傅不仅拖四天才上门,还问 我索要上门费。我拒绝后,对方说'那我 要走,我不维修的',随即摔门而去。"气 愤的皓皓又在网上搜索了"西门子投诉 电话",但西门子客服的一番话让她瞬间 感觉自己被骗了。"西门子客服告诉我, 洗衣机根本就没坏,只是操作问题,我被 第三方骗了760元。

不仅是皓皓,有消费者在网上分享, 家里冰箱坏了以后找人上门维修,修完 以后发现,西门子冰箱里被更换了一个

家电上门安装维修

几十元费用 竟收几百元

"购买时没有说要收取这个金属软管的费用,安装时却要另收费100元。"最近,乐乐(化名)买了某知名品牌的燃气灶,却在安装时被加了钱。生活中,乐乐遇到的这种情况屡见不鲜,本已花大价钱买了家电,却在安装时被收取其他费用,还有人家里电器出了小故障,维修时却漫天要价……"吸血"的家电安装维修收费乱象,何解?



非原厂的海尔风机,该零配件网上售价最多100元,但实际收费710元。消费者屡屡被骗,也让家电维修收费问题成为维权投诉热点。据媒体报道,2022年1月1日-7月20日,江苏省关于家电维修相关的敏感舆情3.5万余条。江苏省消保委监督部相关负责人提到,"首先是乱收费的问题,收费被指漫天要价,实际的收费可能高于市场价,收费不合理,大病小修、定价虚高和售后保障不到位的问题。冒牌的维修网站或者是维修的一些网点去吸引客户,但是维修的质量上却不能得到很好的保证。"

家电安装维修如何避坑?

本来找人上门安装维修,结果消费者徒生一肚子气。家电安装维修收费混乱问题,该如何解决?在中国人民大学法学院教授刘俊海看来,难就难在家电安装维修不是政府定价,因为电器种类不一样,维修价格也没法确定。"所以,一方面希望有关部门能发布一些关于收费的指导意见,另一方面也希望家电协会出台自律规则,家电企业能明确公布自己商品、服务的免费和收费区间,这样可以方便消费者购买之初就能选择售后较好的产品。"刘俊海说,消费者也需擦亮眼睛,在购买和维修的时候问清楚各项费用。

皓皓向记者提到,当时该第三方维修公司在搜索软件上投放了广告,只要把"西门子维修"作为搜索词,就会搜到这个公司电话,自己也因此上了当。对此,刘俊海认为,如果第三方维修公司冒充官方维修,或涉及侵犯消费者的知情权、选择权和公平交易权等。现在很多商品、服务都是线上下单,刘俊海也表示,"平台要为消费者站好岗、放好哨,如,针对非直营、非授权维修商,可显著标明或进行删除。"

对于电器安装时零件另收费一事, 乐乐透露,后续自己在电商平台进行了 投诉,"平台给了补贴,并且在口头沟通 时表示,会跟商家优化下商品表述。"但 皓皓就没有那么幸运。"现在维修人员不 接我电话,也不退钱,因为与维修人员没 有微信聊天记录,微信举报收款也没 用。"

记者注意到,针对家电维修乱象,多 地消协部门已在行动,如,湖北省消费者 委员会等近日联合公布2023年度180 家全省家电维修售后服务放心网点名 单;江苏省消费者权益保护委员会去年 曾宣布推出"家电维修少烦忧"家电售后 保障计划。"消费者也要提升自我保护能 力,在进行家电维修时,不要轻信网上的 联系方式,要看清是否为官方维修商。 必要时,可以去家电官网寻找维修电 话。"刘俊海提醒。 据中国新闻网

哈啰旗下重庆小蓝车公司成立仅3个月就"经营异常"

成本高盈利难 共享单车如何走好下半场

近日,因通过登记的住所或者经营场所无法联系,重庆小蓝车网络科技有限公司被重庆市北碚区市场监督管理局列入经营异常名录。据了解,该公司是由哈啰出行注资的,主要运营共享单车。近年来,有多家共享单车企业在重庆争夺市场,但由于成本高、盈利难,让他们举步维艰。专家表示,共享单车企业想赢得更多市场,就看谁的价格、管理服务更有优势。

哈啰出行在渝成立两家公司

重庆小蓝车网络科技有限公司成立于 2022年12月27日,注册资本1500万人民 币,法定代表人、执行董事兼总经理为褚轶 群,由上海哈啰普惠科技有限公司全资持 股。经营范围包含:物联网技术服务;自行 车制造;电动自行车销售;助动自行车、代 步车及零配件销售等。

这并非哈啰出行在渝的首次投资, 2021年2月4日,重庆哈智出行科技有限公司成立,注册资本480万人民币,法定代表人为褚轶群,由哈啰出行关联公司海钧正网络科技有限公司全资持股。天眼查App显示,该公司经营范围含共享自行车 服务,物联网技术服务,电动自行车、电子产品、日用百货销售,票务代理服务,网络技术服务等。经常使用哈啰单车的何先生表示,目前小程序仍可正常使用,未见异党

记者登录哈啰出行官方网站看到,哈啰单车业务目前注册用户达5.9亿,入驻城市400%2B,骑行公里数达348亿公里。记者随后通过官网媒体联系邮箱和客服热线95175177进行联系,对经营场所无法联系的原因进行了解,但截至发稿尚未回应。

多达8家企业争夺重庆市场

"爬坡上坎"的山地地形,看似对共享 单车不太友好的重庆,却成了众多共享单 车商眼中的"重地"。除了哈啰单车外,早 在2017年1月7日,悟空单车宣布进入重 庆市场,这是重庆街面上首个共享单车。 然而仅仅运营5个月后,亏了300万元之后 黯然退市。2020年8月27日,摩拜(北京) 信息技术有限公司成立全资子公司重庆汉 骑科技有限公司,注册资本为100万元。 如今,摩拜单车也被美团全资收入麾下。 2022年6月,重庆市城市管理局联合 重庆市交通规划研究院等单位发布的 《2021年共享电单车年度发展报告》显示, 截至2021年底,8家共享单车企业汇集于 此,在重庆主城区内投入运营的共享电单 车6万余辆。重庆每天有近30万人次使用 共享单车出行,竞争也越演越烈。

成本高盈利难成"拦路虎"

事实上,共享单车经过融资、烧钱补贴、爆雷后,目前行业呈现出美团单车、哈呀单车、青桔单车三足鼎立之势,但持续的耗损、成本投入、盈利压力,都给现在的玩家带来了不小的考验。

据哈啰方面的数据显示,一辆单车每日的运维成本为0.3元,每天每辆车的折旧成本是0.6元。其他企业也给过数据,综合来看一天一辆车的运维和折旧成本在1~2元左右。自2022年8月10日起,美团单车骑行畅骑卡无折扣价进行调整,分别将7天、30天和90天的价格上调为15元、35元和90元,最高涨幅达50%。哈啰单车也已于2021年3月和2022年初两次涨价。2022年1月,哈啰单车7天、30天、90天骑

行卡的无折扣价迎来调整,分别上涨至15元、35元、90元。

根据哈啰单车去年计划美股上市时的招股书显示,哈啰的共享两轮车业务,2018年亏损22亿元,2019年亏损15亿元,2020年亏损11.3亿元。美团单车则是从2018年到2020年累计亏损接近50亿,在滴滴财报里划归在300亿的其他业务亏损中。

共享单车如何持续走下去?

《中国共享单车消费者行为调研数据》显示,用车难、还车难,是阻碍用户使用的主要问题。2022年拒绝使用共享单车原因中,64.8%的用户是因为还车不方便,56.6%的用户是因为找车困难。

共享单车企业能否实现盈利,持续活下去?著名战略定位专家、九德定位咨询公司创始人徐雄俊表示,共享单车在很长一段时间内是不会消失的。共享单车行业经历了盲目发展期,大量资本的涌入,在拼价格、拼流量后,要赢得更多市场,就看谁的价格、管理服务更有优势。

据上游新闻