

虚假宣传语、免费变收费、来回“踢皮球” 电商售后暗藏哪些陷阱？

随着“双十一”网络促销活动结束，电商产品售后迎来一年内的最高峰。记者近日调查发现，电商带给消费者便利的同时，一些产品因为销售渠道不同、商家售后保障不规范，无法进行正常的售后维修。甚至有部分生活用品、家用电器等产品，售前承诺的全国联保，需要维修时，却困难重重，成了“无处可保”。

全国联保成了“无处可保”

山东大学大四学生梁民不久前在一家网上商城买了一辆自行车，商城的售后条款中，明确写着“自行车享有全国2000家门店的售后保障。出现故障可选择就近门店进行维修。”但当他去临近专卖店修车时，却被告知“只能凭发票与保修卡在取货专卖店享受保修。”

“本以为修车不是什么大问题，现在才发现，不仅不能就近保修，说好的全国联保，竟然变成了只能去提车的店铺维修，实在让人意外。”梁民告诉记者，当初之所以买这个品牌的自行车，看重的就是承诺的售后服务好，结果还是让他失望了。

济南市民陈普近期遇到的“麻烦”不是去哪儿修，而是无处可修。3个月前，陈普买了某品牌的一款龙

电商售后有哪些猫腻

记者调查发现，一些品牌盲目追求销量，在销售中使用与实际不符的宣传语，在产品售后服务上玩起了猫腻。部分品牌的线上和线下销售代理商不同，售后维修渠道并未打通。

一是宣传语与实际不符。陈普说，他在维修净水器过程中最疑惑不解的，就是在净水器的购买页面上明明写着“上万家服务网点，覆盖乡村”“全国联保”“终身质保”等宣传标语，但当产品出现问题时，却没有一家售后网点可以维修，“全国联保”成了一句空话。

业内人士告诉记者，一些宣称“全国联保”的品牌，售后服务网点其实很少，不少地区根本没有维修点。这些品牌为了销量，在售后问题上“夸下海口”，通过虚假宣传的方式减轻消费者疑虑，当产品出了问题时，却置之不理。

二是电商产品遭到线下维修点区别对待。多位消费者反映，在电商平台购买的商品，需要维修时，经常遇到平台客服将问题推给厂家，厂家又以产品是网

头式净水器，最近净水器出现故障。“打了官方客服电话，被告知这类产品不能上门维修。”陈普说，在他一再坚持下，客服给了他一个济南售后维修站的电话，但没想到的是，维修站工作人员说这类产品没法修。

陈普告诉记者，由于不在同一城市，网上店铺也不提供维修，只是邮寄了几个配件让他自己更换。当询问为什么线下维修网点不能维修时，店铺客服回应称“线下没有这款产品，遇到问题再联系店铺更换配件就行。”

山东省消费者协会投诉部主任王致远告诉记者，近两年，受理互联网投诉比例大幅上升，其中电商售后问题消费投诉不在少数。

上销售为由，将责任推给电商平台。这一线上不愿修、线下不愿管的现象，导致消费者权益受损。

有5年电商运营经验的从业人员张弛告诉记者，网上店铺很多是代理商，和线下品牌直营店的销售渠道不同，型号也不一致，因此维修站点会拒绝维修。这一问题症结在于厂家自身没有统筹协调好线上线下渠道间的关系。

三是免费维修变成收费维修。在一些产品承诺“全国联保”“1年免费维修”的背后，仍有不少猫腻。记者近期以维修为由咨询了几家品牌售后人员，有客服表示，只有部分配件能免费更换，但邮费需要买家承担。如需上门服务，上门费、工时费也得买家支付。

山东新亮律师事务所主任王新亮说，消费者权益保护法规定，经营者出售的商品不符合质量要求出现故障，消费者要求进行退货、更换、修理的，经营者应当承担运输等必要费用。免费维修变为收费维修不符合相关规定。

电商购物价格可以优惠 服务不能打折

国家统计局发布的数据显示，2018年上半年，全国网上零售额达4.08万亿元，其中实物商品的网上零售额为3.13万亿元。相关专家建议，随着电商蓬勃发展，在法律对其约束的同时，也要积极引导商家采取措施，通过打通线上线下服务渠道，制定行业规范等方式，形成重诚信、守承诺的行业秩序。

王新亮说，一些商家的虚假承诺等不诚信现象，是一种欺诈行为，侵害了消费者的知情权。除依据现行法规约束商家外，电商平台可以加强对诚信商家的宣传和推广，为诚信商家颁发诚信经营许可证。此外，市场监管部门和行业协会可推进商家信用体系建设，把各地消费投诉情况进行量化，通过数值和评级的方式给消费者购物提供参考，引导商家自我约束。

山东大学新闻传播学院教授刘悦坦说，企业应更加注重售后服务体系的打造。产品质量和售后服务关系到企业品牌形象，企业应在拓展维修网点的同时，统筹好现有售后资源，打通线上线下维修渠道，把所有产品都纳入服务范围。只有让消费者买得放心，用得舒心，才能形成口碑效应。

针对消费者购买电商产品遭遇的售后维修难题，王致远说，消费者网购时要及时保存商家的宣传网页和有关承诺，特别是保存好与商家的购物聊天记录、相关支付信息等资料，并向商家索要发票。一旦发生纠纷，及时拨打经营者所在地的12315进行投诉，维护自身权益。

据新华社

天一广场蜕变16周年：探索、领航与向上生长

金秋收获季，恰逢天一广场开业16周年。这个承载了无数宁波人回忆和生活轨迹的购物广场，领航消费16载，探索、求新、向上生长，始终鼎立在甬城商业地标，为宁波城市商贸业的发展增添了浓墨重彩的一笔。

文化符号加持“品质商业”持续升级

任何一个商业发展定律，最终都必须聚焦于消费者。无论是大体量的购物中心，还是小体量的社区商业，能够真正服务和满足消费者，才是真正优质的商业项目。

随着宁波商贸业的发展和消费者多元需求的变化，作为宁波老牌综合性商业广场，天一广场在不同阶段的调改过程中，始终注重因地、因时、因客制宜，不断实践总结、开拓创新。

本次周年庆期间，天一广场积极引入文化元素，带给市民更多的优质文化品鉴活动。10月27日，“2018宁波惠民文化消费季文化旅游推介会”在天一广场举行，来自全市各大文旅景点的100多家单位和上万名市民参与了这一活动。

周年庆期间，天一广场还精心策划了一场风情摄影展，集结4位宁波优秀的摄影师，为市民呈现“非洲岛国——马达加斯加”的自然风光、人文历史、风土情怀。本次摄影展免费开放，在展览期间，大批市民前来观看。

“书藏古今”是宁波的城市名片，作为宁波城市客厅的天一广场同样书香弥漫。11月10日，在银杏叶飘扬的7号门，天一广场举办了一场特别的“换书大会”，汇集了200多位甬城读书爱好者，用“换书”传递、重拾对阅读的热情。

迎合年轻态度 加快创新积极“谋变”

无论消费形态如何更新迭代，能够抓准年轻客群的心态、迎合年轻态度，商业项目就会更具活力，整体消费氛围也更具朝气。天一广场深谙此理，不同于此前的传统商业广场定位，如今的天一广场已经被打造成了全天候、全业态、全方位的多功能“生活场所”。

“城市音乐生活节”是很多宁波音乐迷每年必看的音乐演出，本次周年庆期间，“城市音乐生活节”如约而至。现场热情的粉丝和乐队歌手激情献演，兼具流行、摇滚、民谣、嘻哈等多元曲风的LIVE SHOW，让现场成为一个音乐爱好者的狂欢派对。

天一广场有宁波第一家也是目前唯一的Apple Store，在这里不仅可以买到全球同步的最新款Apple数码产品，还有丰富的互动体验课程，涵盖照片和视频、音乐、编程、艺术和设计等主题，市民可以通过课程学习，玩转各类Apple产品。



天一广场16周年活动现场。通讯员供图

作为长久以来突出的业态之一，天一广场对餐饮的继续提升也一直暗下功夫。蜀大侠火锅、鱼酷、骑士牛排……众多高人气餐厅也在周年庆期间回馈消费者。此外，天一广场还有多场互动，吸引不少宁波市民的现场参与，“超级夺宝”活动通过“摇一摇”的形式，摇动手机就可以参与抽奖，全龄层的顾客都可参与其中，增强了互动和体验感。

向新而生 开启“未来商业”新格局

在如今不同商业项目层出不穷、综合型商业广场渐趋饱和、电商冲击等多重背景下，天一广场依旧表现出了强大的生命力，不拘泥于传统，善用新思路、新做法，让消费者重新找回线下购物的乐趣，继续领跑宁波各大商圈。

周年庆期间，天一广场在消费体验上有很多新尝试。譬如与光大银行、招商银行、建设银行、广发银行、支付宝口碑等多个渠道进行合作，扩大消费影响力，进一步根据消费者的购物习惯与喜好，给消费者带来更便捷的购物体验。

虽然天一广场16周年庆现已完美落幕，但商业升级带来的惊喜却不会停止。接下来，宁波第一家“奈雪的茶”、火遍日本的“熊本熊”主题商店即将亮相；圣诞亮灯仪式、跨年活动、年末感恩折扣季……也将继续带来更多精彩。

向新而生，探索无限。天一广场16周年，立足新起点，期待在未来更多个16年，继续延续与这座城市的心有灵犀，为宁波人构建更有品质的生活方式，带来更多的精彩纷呈。

记者 史妮超 通讯员 宋扬