

家电家具安装、下水道疏通、搬家等领域,师傅上门服务时坐地起价,出现服务质量问题后居民难以维权

师傅上门服务,为何漫天要价?

本报记者 李吉森

本市连日高温预警,不少居民有安装、维修空调的需求。

河西区居民陈先生反映,他从网上找到维修师傅给空调移机,师傅在电话里说“安装费200元”。然而,在实际操作时,师傅又说:“空调的管线不够长,需要加长。每米100元,加4米需要加收400元。”师傅还建议给空调加制冷剂,否则制冷效果没有保障,于是,师傅给空调加了3个大气压的制冷剂,又收费300元。最后,师傅又说,陈先生住的楼层高,要收高空作业费200元,就这样,陈先生总共需要支付1100元。超过1000元的收费,令陈先生无法接受,他认为这其中存在着欺诈行为。

这不是个例。随着大量安装、维修人员上网招揽业务,家具家电安装维修、下水道疏通、搬家开锁等行业进一步走向零散化。随之而来的是大量居民反映遭遇过网约师傅上门服务时坐地起价、小病大修等情况,修一个灯具要200元以上,疏通一次下水道要300元以上,搬一次家要中途加价,索要楼层费、拆装费等费用。居民有苦难言,只能任由师傅开价。而且不少师傅在网络上使用虚拟号码,收费后立即失去联系,即使出现服务质量问题,事后居民也难以维权。相关人士建议,市场监管部门应加强监管,网络平台也应对此类服务实行实名制和淘汰机制,净化市场,保障消费者的合法权益。

网约师傅高收费已成普遍现象

日前,一条“开锁收费300元,小车司机和开锁师傅起争执”的短视频在网络上被热传。一位司机在街道边停车,回来后发现钥匙被遗忘在车里了,而他又打不开车门。情急之下,他赶紧上网搜索并联系了一位开锁师傅,对方索要300元的开锁费用。

事情紧急,这位司机只得答应师傅的要价。等到师傅赶来,一分钟不到就把车门给打开了,司机也拿到了车里的钥匙和其他物品。等到支付费用时,司机却反悔了,他觉得,开锁师傅一分钟不到就打开了车门,整个服务过程并没有费时费力,自己却要为此支付300元感觉有些“冤”。因此,他只愿意支付50元。

开锁师傅不答应了,他反复询问司机,是否只愿意支付50元开锁费用,司机仍然坚持,这样的服务他“只能支付50元”。最后,开锁师傅撂下一句狠话,50元连路费都不够,他一把从司机手里抢回钥匙扔到车里,又把司机的车门给锁上了。“你找别人50元开锁吧,我不要你的钱了!”说完这句话,开锁师傅扬长而去。

评论区里,网民也纷纷发表观点和看法。有网民指出司机应该有最基本的契约精神,无论开锁师傅花多长时间开锁,他都已经按照当初的约定完成了开锁要求,司机就应该支付事先承诺的300元费用。还有网民留言称,这司机的车最多也就值2万元,也不是有钱人,开锁师傅坚持要300元,够司机一个月的油费了,不该收这么高的开锁费;开锁师傅高价收费不成,又重新把司机的车给锁上了,这种行为明显没有职业道



有的维修工人网上低价揽客,上门服务时随意增项、坐地起价,这样的宰客行为应受到监管和约束。(图文无关 图片来源于网络)

德。网民的观点针锋相对,有支持开锁师傅的,有支持司机的。但最终,网民们普遍反映在现实生活中自己也遭遇过网约师傅上门高收费的情况,大部分时候只能忍气吞声。

近期,本市南开区居民魏女士就遇到这样的烦心事,她去年底购置了一套新房,近期要办理入住。入住前,要安装水管、插座和各种灯具、电器。由于没有工具,也没有专业能力,她就在网络平台上找师傅安装。

她买四个吸顶灯花了600元,结果请师傅安装花了400多元。师傅安装时,一会儿说房顶不平,打眼儿比较复杂;一会儿说灯具接线远,要加线;过一会儿又说这灯具的造型比较特别,要安装一些零件。“每一项都得加钱。明明起初说的是四个灯具安装费200元,结果硬是加到了480元。这收费都快赶上买灯具的价钱了。”魏女士无奈地感叹。

安装浴霸和淋浴花洒时也是如此。她从网上请的水电工,为了避免遭遇高价收费,魏女士就多联系了几个师傅。结果发现,这些师傅开价都差不多,浴霸50元,淋浴50元,一共100元。这个收费标准听起来并不算贵,然而师傅上门后就不一样了。一会儿说,开发商预留的水管口和淋浴的接口不匹配,需要加接头;一会儿又说,魏女士买的浴霸是特殊功能的,要额外加一根连接线。最终,这些都要再收费,比起初约定的100元高出很多。“到最后,我安装这两样就花了近300元,比淋浴和浴霸的卖价都高。安装费超过商品本身的价格,这事儿听起来有些离谱。”魏女士不解地说。

“送装分离”居民只得花钱请人

魏女士回忆,10多年前,她到电器城和装饰城买家电、家具时,商家都负责上门安装,很省心。后来,随着电商平台的发展,消费者大多从网上购买家电、家具。与传统商场不同的是,网上买家具家电往往不提供安装服务,只提供送货

服务。最开始的时候,部分网络卖家还能提供与线下商城一样的送货、安装服务,后来,为了低价吸引客户,网络商家开始争相卖裸机,不提供安装服务。“送货与安装分离”成为当前居民不得不接受的市场现实。

有业内人士介绍,现在网络卖家不提供安装服务,纯粹是为了节省成本。以前,大品牌的家电家具公司在各地都会自建售后安装维修队伍,专门为客户提供免费或低收费的上门服务;现在,为了节省成本,他们就不再花钱设立这样的团队了,部分品牌开始网络聘请师傅,按次给师傅结算;到最后,一些品牌干脆只卖机器,不提供安装、维修服务,让客户自己去网上找人安装、维修。

魏女士这次入住新房,购买的热水器、抽油烟机、空调、衣柜、马桶、灯具等,就是从网上请的电工、木工等,最终,安装这些电器花费了近2000元。热水器、燃气灶都被安装师傅“加管、加零件收费”,此外,空调的安装和灯具的安装都遭遇了增项收费、坐地起价。“而且,现在一个灯具出现问题,已经联系不上安装师傅了,师傅当时在网络上留下的是虚拟号码,现在已无法通过这个号码联系上这位师傅了。”魏女士这样感慨道。

和魏女士一样,东丽区的消费者宋先生近期在网上请的搬家公司上门服务,搬家师傅在现场突然提出这个柜子太高了,可能进不去电梯,因此需要重新拆装,每个柜门收费80元,因此这几个衣柜要额外加价600元。面对这种突然收费的情况,宋先生只能无奈接受,要是搬家公司把这堆家当扔在半路,自己还要再请人处理,很是麻烦。

没想到的是,到了新家,搬家师傅又突然提出床等家具属于超过1.5米的大件家具,每件要额外收费100元,于是,宋先生只得再额外支付费用200元。“一次搬家服务,本来约好的一口价300元,结果硬是被收了1000多元。”宋先生发出无奈的感慨。

记者在调查中发现,近年来,随着58同城、闲鱼、匠多多、万师傅、曹操到家等网约师傅平台的涌现,大部分水电工、木工等师傅都开始上网招揽业务,他们的业务也不再局限于一家公司和一家门店。随之而来的是,他们在网上的报价和实际收费脱离,一次性的短期服务逐渐高价化、暴利化。

以安装一个插座为例,网络上的电工报价大部分都是50元,但实际上,他们在现场要额外收50元的上门费,可能前后不到5分钟的活儿,师傅就要收100元。疏通下水道也是,网上报价100元,师傅在现场随口一说,要额外加管道疏通剂,居民就得掏300元以上。热水器、燃气灶、空调的安装和维修也是如此,师傅大多开价不高,但是到实际操作时,往往提出一大堆理由来加价,最终与网上的报价相去甚远。

不能任由网约服务宰客

2022年11月,上海警方捣毁了一个“以疏通管道为名,推销高价管道疏通剂牟取暴利”的诈骗团伙,抓获犯罪嫌疑人37名,涉案金额逾600万元。当时,此类报警在上海有近300起,都是趁当事人不注意,倒入多瓶疏通剂,趁机索要高额疏通费用。消费者往往需花费3000元至5000元,最大的一单竟然支付了高达1.9万元的费用。

据警方调查,该诈骗团伙成员在进行相关话术培训后,采取网络接单的方式进行上门管道疏通,并在网络购物网站开设商铺,挂上疏通剂链接,依靠“刷单”“刷评论”的方式提高商铺好评率和销售量,以此作为上门服务收费的参考标准。维修工以大量采购指定疏通剂获取公司“派单”资格,每瓶售价428元至485元不等的疏通剂成本仅为4元。

2020年,北京朝阳警方曾查处一家搬家公司,该公司在各大网站平台发布低价信息吸引顾客,在接单前宣称价格低廉,且无其他附加费用;但在搬运过程中,搬运人员便坐地起价,额外索要高额的人工费用,同时进行言语威胁,称不给钱就不走,赖在客户家中。最终,搬家公司21人因涉嫌强迫交易罪而被朝阳警方依法刑事拘留。

除了少数触碰法律红线的个人以外,大部分网约师傅单次收费的额度并不高,多在500元以下。但是,相对于服务的内容和质量,有些网约师傅的收费行为明显偏离了市场的平均水平,而且存在低价误导、随意增项等问题,侵害了消费者的知情权和公平交易权。不少消费者直言,现在的网约师傅“请神容易送神难”,他们的服务是“宰客”“刺客”。

河北区消费维权律师吴雷指出,网约师傅高收费、坐地起价的行为是《消费者权益保护法》《家电维修服务业管理办法》等法律法规明令禁止、市场监管部门重点打击的对象。当前,要从根本上解决市场乱象,除了消费者要增强维权意识外,市场监管部门要加强对网络平台的监管,维护市场秩序。此外,网络平台也应承担起主体责任,建立完备的网约服务人员实名信息库,完善用户反馈、举报、回访、评价机制,及时过滤违规人员,发现并清除低价揽客信息,并将相关违规人员的信息移交政府监管部门。