

搜来的“400官方售后”不是真“官方”

正规的维修电话怎么找? 专业人士支招

家里电器坏了,很多人的第一反应是上网搜“某品牌官方维修电话”。页面上跳出的,往往是醒目的400开头号码,配上品牌Logo和“全国24小时服务热线”字样,看上去权威又正规。可拨通电话、师傅上门之后,不少消费者发现,自己约来的根本不是品牌官方的维修人员。

随之而来的,可能是一场“越修越坏、小事大修”的闹剧,几百上千元花出去,家电不但没修好,反而被折腾得更糟。部分400开头的“官方售后”,为何成了修不好的“李鬼”?

来源:中央广播电视总台中国之声

空调修了又坏,电话已无人接听

今年8月,许女士发现家里的空调不制冷,由于空调使用多年已无法找到说明书,于是便上网搜索空调品牌的售后维修电话。

“在平台上找售后服务电话,搜的就是空调品牌的售后服务电话,推的就是这个400电话。”许女士说。联系完之后,有人主动打电话给许女士,预约上门维修时间。

“修空调的师傅就说约定哪天上门,问了问空调现在什么情况,上门以后他就说是有一个零件故障了,需要换件,500多块钱。他上门的时候服装也没有正规,穿了个马甲也不是这个空调品牌的。我还问他,你是只修我们这个品牌吗?他说不是,什么样的都可以修。”许女士回忆。

当时正是闷热的夏季,许女士着急想把空调修好,也没多想就选择更换了维修师傅让换的配件。几天后,空调又出现了新问题,许女士尝试联系之前的维修师傅,电话已无人接听。“换完以后这个机子倒是制冷了,但温度总是降不下来,在28℃左右再往下就不降了。他给了一个他的手机电话,说是有什么問題跟他联系他会负责,但是再打这个手机就没人接听了。”

记者搜索黑猫投诉平台注意到,遭遇许女士类似维修事件的消费者不在少数,大部分投诉内容都是打了冒牌400电话之后,维修体验大打折扣。在搜索平台以“某品牌售后维修电话”为关键词搜索,消费者需要的正确答案往往被一些所谓官方维修的页面挤掉,靠前显示的内容包装精巧,点击“拨打电话”字样还能一键跳转,普通消费者很难分辨。

正规的维修电话这样找

记者拨打了首页显示的第一个维修电话,自动跳转拨号界面后显示为400开头的电话,拨通之后有客服人员询问情况,但并没有核对产品型号,寥寥几句记录基本信息后,便进入派单环节,告知等维修师傅联系。

实际上,这些接线人员的话术较为隐蔽。他们要么自称“品牌专修”“授权点”,要么对“是否为官方维修”的问题闪烁其词。而正规官方客服通常先询问故障具体情况,给出可自助解决的方案,再安排上门。

骗局的运作逻辑,近年来被不少了解门道的博主发帖解释



央视截图

过,关键在于400电话。很多人误以为400号码是品牌官方专属,实则不然。

“400电话只是运营商针对企业的用户,可以花钱去开通一个400,后面还可以绑定一系列的手机号,比如底下有四五个客服人员,就可以这一个400电话后面绑四五个手机号。你打400第一个没有接到,就会轮到第二个接,所以这个东西是企业去运营商那边提交了营业资质之后就可以办下来的。所有的这些都是为了误导你这个400是官方售后,你一旦认为是官方售后了之后,他报价你基本上不会去讲价了,他再给你搞一些报价单什么的,会看着非常官方。”这位博主说。

那么,正规的品牌400维修电话究竟该怎么找?“官网上有一个400电话,说明书上有400电话,购买平台就是销售,你可以直接要400电话,这三个地方得到的400电话是真的。如果你的家电在质保售后期间,你找官方去修是最划算的。”这位博主介绍。

记者了解到,按照现行规定,400电话需要企业资质、由运营商核验后方可开通。可现实中,这条本应严格的链条却出现了松动:号码资源被层层转包、倒卖,出了问题往往追溯到实际使用者。

消费者应该如何辨别防范?

工业和信息化部重点实验室执行主任赵精武认为,从号码发放、搜索投放到上门维修,这是一条环环相扣的灰色产业链,单靠某一环节难以堵漏。“申请400有一定门槛,只不过这个门槛只是验证企业主体真实身份。一般而

言,申请主体通常需要提供营业执照、法定代表人身份证明等材料。号码前置拦截一般只能拦截企业主体身份是否真实,但无法验证是否为授权品牌运营方。举个例子,号码实际的登记主体与号码实际控制人并非同一人。部分代理商会批量办理,一旦流入网络黑灰产,通常只能溯源到登记主体,实际的账号使用者乃至收费主体难以第一时间追溯。”

面对如此精巧的伪装,普通消费者又该如何辨别防范?赵精武进一步分析,防范骗局需要运营商严把400号码实名认证关、搜索平台守住付费推广的审核底线、品牌方主动公示官方报修电话,更需要消费者多一分警惕。

赵精武表示,运营商应当优化号码登记主体与实际使用人的身份核验机制,针对“登记后长期无实际使用”“登记主体与呼叫特征明显不符”等问题建立不定期核验机制。对于普通用户,最简单的方式是直接对品牌官网查验号码真实性,或者查看售后保修卡等资料上的号码。

这里也要提醒消费者,查找正规售后电话时,不要直接使用搜索引擎首页广告位里标注的所谓“官方售后”的400号码,优先从家电机身铭牌、产品保修卡、纸质说明书、品牌官网、官方微信公众号、品牌官方APP内查询;拨通后可核验客服信息,正规品牌售后一般会核对产品型号、购机信息,不会急于直接派单上门。搜索结果里带“广告”标识的400热线多为第三方支付推广。报修时可留存号码截图,若维修人员上门,再通过品牌官方渠道二次核验师傅身份,避免落入假冒售后的维修陷阱。

运-20B多用途加油运输机亮相

专家点评:“一机两用”强在何处



《解放军报》刊登的运-20B图片

《解放军报》近日刊登了一张运-20B运输机的图片引发军迷朋友关注,该图配文:“仲秋,空军某部开展装载训练”。图片显示:一架运-20B正敞开货舱,装载货物,机翼下方则挂载着加油吊舱。军事专家认为,运-20B型运输机已经实现了空中加油、运输多用途构型。

“鲲鹏”家族近年来不断壮大,运-20A主打战略投送,运油-20侧重空中加油,运-20B采用模块化设计,可兼顾物资运输与空中加油。“一机两用”的运-20B多用途加油运输机强在何处?

来源:央视新闻客户端

运-20B是我国自主研发的大型运输机,与运-20A基于同一平台,但动力系统进行了换代升级。一架运输机是怎么实现空中加油任务的?中国之声《烽线瞭望》军事评论员宋晓军介绍说,运-20B在设计时便预留了多任务接口。“它首先就是一个字‘大’,换了国产涡扇-20发动机,推力更大了,航程也更大了,载重也更大了。另外油耗相对低了,在重装的作战条件下,可以搭载99A主战坦克。此外它提前进行了专门的设计,把不同任务的接口都预留出来了,这样在多任务上面就有了很大的拓展。”

中国之声《烽线瞭望》军事评论员傅前哨表示,运-20B加油吊舱是模块化、可拆卸的,运-20B可以根据任务的不同,随时切换身份。“运-20B加装空中加油吊舱这个位置和运油-20的位置是一样的。加油吊舱是可以拆下来的,如果把它拆下来,那么运-20B就是一个战略运输机;如果需要它承担空中加油机的任务,直接在这个位置上增加空中加油吊舱,它就能变成一款空中加油机,其他的基本上都不需要变化,使用上非常灵活。可以说这是未来空中加油机的一个重要的发展趋势,就是一机多用。”

傅前哨进一步指出,加油吊舱的位置选择十分关键,经过运油-20的检验,运-20B不需要进行大范围的结构性调整。“它这个位置的好坏已经被运油-20验证过了。如果太靠外的话,翼尖涡流会对空中加油导管形成干扰;如果太靠里,同时给两架战斗机实施空中加油的时候,两架战斗机

之间的间隔又会比较近,有可能会发生危险。那么现在既然已经经过验证了,改装就比较简单了。”

公开的图片中,运-20B机翼下挂着加油吊舱,而货舱里是空的,保留着完整的运输空间,意味着飞机需要依靠机身自带的燃油,通过吊舱来提供有限的空中加油支援。这样对该机型的加油和运输能力是否有影响?

“它不是一个纯粹的空中加油机,但是能够承担空中加油机的任务。运-20B本身的机内载油量非常大,不需要为它专门增设副油箱,就足以承担给重型或者中型战斗机实施空中加油的任务。经过实验,如果不增设副油箱,飞机机体本身比较轻,耗油比较少,因此实施空中加油的加油量,或者它的输油能力不会有太大的影响。”傅前哨介绍。

我国空军近年来已经列装了重型运输机和空中加油机,那么运-20B实现加油/运输多用途,对空军装备体系发展有怎样的意义?能够适配什么样的场景?

“如果要专门开发和生产空中加油机,它会占用整个空中运输机队的数量。现在这么一改,在某一个战略方向上,我们就可以在执行远程攻击任务的时候,出动大量的运-20B临时承担空中加油任务,而且在执行空中加油任务的过程中,机内还可以装载货物、人员和其他的物资。大量生产运-20B既增加了运输机的数量,也增加了空中加油机的数量。”傅前哨介绍。

从运输的运-20A,到加油的运油-20,再到能运输能加油的运-20B,运-20平台不断升级优化。宋晓军表示,或许这一平台改装拓展的潜力还会运用到无人机作战领域。“比如说大型运输机搭载蜂群式的小型无人机,它可以在相对远离战场的空域,把这些无人机释放出去,那么它就变成了一个类似空中的无人机航母。它作为一个加油机,是否能给无人机加油?将来能不能实现无人机和有人机之间的空中加油,这个也完全有可能。”

傅前哨也认为,运-20平台未来不会局限于运输和加油。“运输机未来的发展变化可能更多集中在变成特种机,比如变成空中加油机、电子战飞机、空中指挥机,甚至是激光武器平台。未来会不会以运-20B为基础发展多用途的平台,我觉得也是值得期待的。”