

# 国际名牌： 为何敢在中国“耍横”？

核心提示

□新华社记者 周琳 陆文军

近一个时期，一些国际名牌企业对中国消费者的蛮横行为，引起了社会舆论的关注。从丰田皇冠轿车的“暗召”事件，到苹果手机维修的“霸王”条款以及爱玛仕等奢侈品销售不提供验货服务等。

尽管一些跨国公司每天宣扬其品牌的价值和信誉，然而，他们一进入中国市场，就好像“川剧变脸”一样，将自己的服务承诺扔到了脑后，甚至对中国消费者进行刁难。



## 1 市场销量上升，售后服务下降

由于国际经济的不景气以及中国消费水平的不断升级，中国已成为许多国际品牌的重要市场之一。

“消费同步”“销量猛涨”的火暴场景，却伴随着“售后歧视”“霸王条款”的奇怪现状。

近日，江苏一名市民在维修其购买的苹果手机时遭遇了“漫漫长途”：虽然服务商为其更换了新手机，但依然有不少故障，有时还会自动关机，而且这台手机“没有任何包装、合格证、说明书及出厂日期”。

这名消费者将此问题投诉到消协，消协在调查过程中发现，苹果手机的维修条款中有不少“霸王条款”，多项涉嫌侵害消费者权益。

据了解，中消协联合6省市消费者组织联合发表苹果维修合同不公平格式条款点评意见，认为这家跨国公司制定的“霸王条款”一是iPhone手机和其他苹果产品在维修可用翻新件后，更换下来的旧备件归苹果所有；二是如果维修造成产品损坏只赔偿维修款；三是运输损坏不负责免费维修；四是如果超过一定期限没有去取回维修完的产品，就认定为消费者放弃所有权；五是在维修时，自行限定责任范围，代替消费者作选择。

中消协要求，苹果公司在今后的维修服务中应当以明示方式书面告知消费者，消费者的手机经维修后，维修更换的部件采用全

新的部件；严格遵守《移动电话机商品修理更换退货责任规定》，以该规定作为处理消费纠纷的依据；苹果公司所谓“逾期未取机视为消费者放弃所有权”的做法违反我国相关法律规定，应予更正。

无独有偶，不久前有媒体报道，丰田皇冠轿车对有质量问题的汽车产品实施“暗召”，也就是偷偷摸摸地召回有质量问题的汽车，由此可能损害部分不知情消费者的权益。实际上，丰田在中国的“召回风波”已非首次，早在2010年，丰田就因涉嫌在中国市场与海外市场实施不同的召回政策，有意“忽略”中国市场而饱受质疑。

一名网友就表示，自己在美国买了一副古驰墨镜，不小心弄掉了一颗螺丝。北京专卖店却表示订货至少需要等半年时间，还需提供所有购买凭证并承担所有费用，而该名网友在伦敦修理时不仅不需要凭证，而且只用了三五分钟就修好了。

不仅如此，古驰、爱马仕、香奈尔等诸多国际品牌，迄今未在中国内地设立统一的客服电话。

## 2 是消费者不成熟，还是监管不到位？

业内人士反映，国际知名品牌在海外市场上是循规蹈矩的，的确让消费者有“上帝”的感觉；为何进了中国市场，行为就发生了“变异”：一方面赚取大量的利润，另一方面却如此“傲慢与偏见”？

有人认为，我国消费者心理不成熟；还有人认为，有关部门监管不到位。

专家分析，出现以上问题的原因一是有关的监管部门、第三方研究机构和企业之间并没有形成比较好的联动机制；二是中国的国家标准与国外不尽相同，检测手段有限，对一些产品的安全性等缺乏具体的评估，而且缺乏第三方检测机构对品牌形成约束力，包括舆论压力。

在欧洲，研究食品安全有顶尖的生物医药研究院——瑞典卡罗林斯卡研究院，英国、德国也有类似的独立研究机构，能够早于政府部门发现产品风险并提供独立的研究报告。这些研究报告不仅会引

起政府部门重视，还会直接影响企业产品销量。

上海市消保委常务副秘书长陶爱莲说，中国现行法律、法规设定的违法成本较低，导致一些国际名牌有恃无恐。在欧盟，触犯反垄断法规的公司最高将被处以相当于违规年营业收入10%的罚款。

还有一个原因是中国消费者的集体力量不够，导致了国际名牌减少售后成本。上海财经大学现代市场营销研究中心主任晁钢令说，消费者没有形成对商家的集体压力，商家自然不以为意。

中国消费者协会律师团团长、北京汇佳律师事务所律师邱宝昌说，虽然我国民事诉法中规定了共同诉讼的内容，但消费者组织目前并不能以自己的名义代表消费者维护权益，而单个消费者在时间、对法律的掌握、成本等方面，都很难与跨国公司去抗衡。

## 3 加强监管，主动维权

面对跨国公司在市场上一些有违商业诚信以及见利忘义的行为，陶爱莲、晁钢令、邱宝昌等专家认为，企业追求利润最大化，指望企业自律很难让市场更加合理，必须从执法层面对企业进行有效的监管和处罚。

邱宝昌说，必须先明确执法和监管主体，加大行政监管力度，例如，工商行政管理部门按照合同法规定享有执法权力，但其中

又涉及商业银行法、电信条例等其他法律、法规，因此，要明确监管部门的权责。同时，通过法律修改，赋予消费者保护组织和其他公益组织代表不特定消费者维护权益的权力，以维护公平交易秩序。

针对国际名牌的代理商及门店销售人员互相推诿、品牌公司借机逃避责任的现象，晁钢令认为，应该对代理商形成严格的监管，对不诚信的企业加大处罚力度，大幅增加企业的违法成本，形成对企业的威慑力度。

陶爱莲指出，除了有关部门加大监管力度之外，消费者也可以联合起来，集体进行抵制。

据介绍，2011年，韩国iPhone手机用户抱怨，苹果为故障手机用户更换的手机几乎都是二手翻新机，而不是全新的手机，该公司也不提供免费维修或退款服务，引发韩国“果粉”众怒。随后，韩国公平贸易委员会表示，苹果公司同意要求，对iPhone手机在韩国的服务政策进行修改，以平息众怒。

专家呼吁，不管是哪家名牌产品，消费者都应该从品质和服务出发理性选择，盲目“崇洋”的消费观不可取。只有消费者联合起来，主动维护自己的权益，才能制止国际名牌在中国“耍横”。

绘制 雅琦