

■每日观点

企业客服岂能成甩锅客服

□杨李喆

事实上，行业发展需有过硬售后支撑。不重视客服体系建设，伤及消费者的权益，更暴露出企业发展短板。

转接人工服务总是“坐席正忙请等待”；语音客服选项极多却总答非所问；一个售后小问题辗转数月无人理会；反映产品缺陷却被忽悠购物……近来，一些企业电话客服遭到消费者越来越强烈的“吐槽”。记者调查发现，作为售后服务重要环节，一些企业的客服电话不但没有实现与消费者有效沟通，反成为引爆矛盾的导火索。（10月10日

《劳动午报》）

顾名思义，企业客服就是用来服务客户的。背离其宗旨，就会成为摆设。诚如记者调查反映出的客服“甩锅”套路：人工客服电话难觅踪影；虽然态度礼貌但根本不解决实际问题；“转圈”推诿；对消费者投诉敷衍了事甚至诱导消费。如此“套路”多多，服务诚意必然会大打折扣，不仅会使消费者反映的问题得不到及时解决，更不利于企业自身发展。

不难理解，企业客服一味“甩锅”，未尝不是“自黑”行为。因为，客服电话直接代表着企业的形象，是企业的脸面，服务不周到，势必会给客户留下不

良印象。多名专家认为，售后服务对企业经营影响将越来越直接。据艾媒咨询数据显示，75%的消费者会因对客服不满意而放弃购买行为，43%的消费者会因对客服不满意而不推荐他人购买。

企业客服电话须充分发挥好作用，一则需要企业当自强。企业客服电话应当起到畅通消费者投诉渠道、及时公平化解消费争议的作用。无论是客服外包，还是企业自己来做，为客户提供优质服务当成永不变的宗旨。更何况，企业客服“外包”，并不意味着责任可以“甩锅”。所以，于企业，该履行的法定责任要履行到位，这也是

其发展根基。

二则法律与监管不手软也有助于促进企业客服认真履职。据律师介绍，平台投诉电话打不通、不接听电话，不仅失信且违法，侵害了消费者的知情权、投诉权、监督权，消费者可以跳过协商阶段直接向法院提起诉讼。法院不妨对此快立案、快审理、快判决、快执行。同时，企业客服电话问题，对于构成行政处罚的，监管部门也须毫不手软。

三则第三方监督也很重要。就有相关人士建议，互联网平台的客服不能既当运动员又当裁判员。在平台内部应有专门机构和人员来处理消费者对客服的投

诉，起到监督作用。其实，消费者也应该起到监督作用，诚如上述，遇到电话打不通等现象时，可以向法院提起诉讼，也可以向市场监管部门反映。消费者强大了，企业客服自然不会不重视消费者诉求。

事实上，行业发展需有过硬售后支撑。不重视客服体系建设，伤及消费者的权益，更暴露出企业发展短板。尤其是对于一些大型企业，即便在市场中有着呼风唤雨的能力，不重视客服电话的优质服务效能，所彰显的也就只能是“发展惰性”。因此，企业客服成甩锅客服，未尝不是发展短视之举，毕竟消费者注重的终究是消费体验。

■每日图评

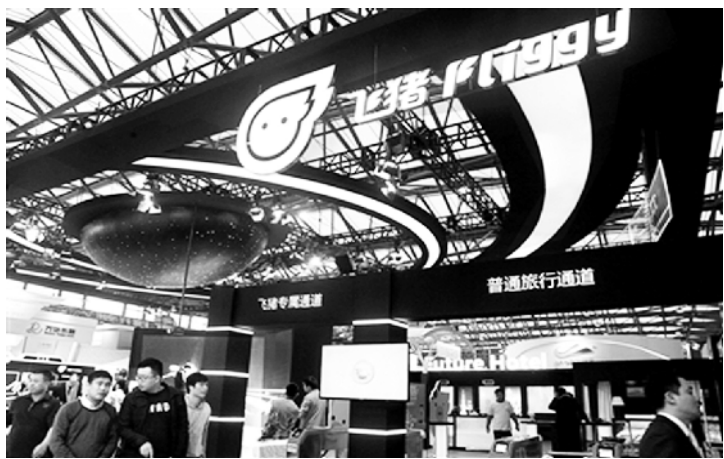
强化监管方能避免大数据“杀熟”

针对作家王小山对飞猪机票“大数据杀熟”的质疑，飞猪10月9日回应称，“飞猪敢于承诺，从来没有，也永远不会利用大数据损害消费者利益。”飞猪的一位工作人员则表示，飞猪是一个平台，不赚机票款，只赚取对入驻商家的管理费，因此这种所谓的“大数据杀熟”对飞猪来说是损人不利己的事，飞猪没有道理做。（10月10日《北京青年报》）

应该说，大数据“杀熟”是今年以来屡被提及的新事物，主要指网络电商利用大数据技术，针对有忠诚度和黏度的老顾客提供价格较高的商品和服务。如之前报道，有网友发现，同一段路程，打车软件对两部手机的报

价不一样，有旅行APP也存在“看人下菜碟”现象，对老顾客提供高定价商品。而只有强化监管措施，完善监管机制，方可遏制商家“杀熟”冲动。

敢于“杀熟”的商家显然透支了消费者信任，属于见利忘义。而且，还可能侵犯消费者的知情权、自主选择权和公平交易权。人们通过网站、APP选购商品时，自然认为商品的价格与其他消费者享受的一样，至少不会出现老顾客支付高价的情况。正是基于这种朴素认知，消费者才不会通过多个账号对比价格。即“杀熟”涉嫌对老顾客进行蒙蔽和欺诈，更涉嫌“歧视”老顾客。



规制大数据“杀熟”，显然不能依靠消费者单打独斗，势必由监管部门出面干预。且有必要采取大数据技术反制大数据“杀熟”，通过大数据技术梳理商家的交易信息，筛查出可疑交易信

息并严惩“杀熟”行为。这样才能建立诚信、公平、透明的交易环境，避免大数据成为商家牟利工具，消费者沦为先进技术的“围猎”对象。

□史洪举

■有话直说

警觉职工过劳问题

日前召开的“企业员工健康适度劳动与美好生活构建”学术研讨会，有研究团队发布一项“职场行为与疲劳状况”调查报告指出，超过8成的劳动者承受着一般或更高的精神压力和身体压力，处于过劳状态。尽管这项调查限于一省，有效问卷样本只有645份，但报告显示的问题却很有代表性。

调查显示，职场人普遍反映工作负担较重，50.2%的人每天上下班往返交通时间超过30分钟；12.9%的人平均周加班时间超过10小时；53%的人有时或者经常深夜仍在工作；36%的人需要偶尔或者经常出差；71.9%的人有时或者经常出现不规律工作的情况……这些调查项目，放在任何地方都会引起共鸣，得出近似甚至更高比例的结果，因此，调查报告所称“超过8成的劳动者承受着精神压力和身体压力，处于过劳状态”的结论是可信的。请注意，这里所说压力，包括生理与心理两重含义，就是说，“过劳”并不仅仅意味着身体吃不消，精神“过劳”同样可能压垮人。

毋庸讳言，在市场、就业竞争加剧的背景下，职场过劳现象有普遍化、加剧化的趋势。但是，这个问题却没有引起相关企业、政府部门的足够重视。作为职工权益的代表者和维护者，工会应该站出来说话。

过度劳动损害职工健康，甚至可能涉嫌侵权、违法，不可等闲视之，工会有责任为之维权。况且，职工长期处于过劳状态，势必降低工作效率，削减积极性、创造力，影响企业发展；过度劳动挤压越来越多职场人的休闲时间和消费行为，对于经济社会发展绝非利好；至于由此可能引发的工作与家庭关系失衡，同样可以演变为社会问题。凡此种种，足以提请相关企业、政府部门警觉，给予切实的改善、有效的监察，以保障职工的合法权益。

□一刀（资深媒体人）

■网评锐语

不能任由“最低消费”坑害消费者

李雪：10月8日，广东省消委会发布调查报告，针对100家餐馆调查结果显示，近半数餐馆仍设置最低消费，其他各种包间收费名目繁多。设置“低消门槛”看似是盈利法宝，其实更是短视之举。因为，一方面如此算计消费者，必然会招致反感；另一方面逾越法律规矩的生意更难逃制裁。对不合法不合理且侵害消费者权益的“最低消费”就须零容忍、严打击。

■世象漫说



■有感而发

治理“靓号”高收费还应擦亮规则

使用多年的普通号码，却在一夜之间“被靓号”，还多了最低消费限制。不少用户苦于换号麻烦，不得不乖乖缴费。除了被莫名升级的“靓号”，有些吉祥、顺耳的号码的确是用户特地办理的，但不少人并不清楚，自己签订的“靓号”协议，背后还隐藏着长期的最低消费限制，有些甚至“长过寿命”。（10月10日《新华每日电讯》）

有人可能要问，正因手机“靓号”承载着吉祥美好寓意，具有好听好记的特点，有的用户的确愿为它支付高价。但这并不能成运营商可向用户收取“靓

号”选号费或占用费的理由，否则只会加剧运营商认定“靓号”的主观随意乃至任性。手机“靓号”到底该何去何从？运营商到底该怎么分配“靓号”才算公平合理？消费者首先要转变观念，特别是要消除虚荣、攀比、跟风等不良消费心理，手机号码不过只是一串数字而已，不必附着太多吉祥美好的涵义；在选择认购“靓号”时也要多长一个心眼，坚决抵制附着于“靓号”的霸王条款。上级运营商除了自身不拍卖“靓号”、不向用户收取选号费或占用费外，还需承担起监督各级分销商的责任，防止下级运

营商用炒作“靓号”牟利。

面对“靓号”高收费成潜规则，监管部门更应擦亮规则。比如，《电信网码号资源管理办法》并没有针对运营商收取选号费或占用费的惩罚措施，只要求整改，这就让运营商不愿从根本上纠正。同时要用户对运营商间的权益予以平衡，对“靓号”套餐协议中侵害消费者利益的内容及时叫停，要求运营商对相关内容明确告知、重点标记，以保证消费者的知情权。还要完善“靓号”认定标准、码号资源科学分配机制，从源头杜绝“靓号”被少数人囤积。 □何勇海

冷热不均

我国高速公路电子不停车收费系统（ETC）车道对于节能减排，减少收费站拥堵效果明显。但数据显示，当前全国绝大多数省份ETC使用率难过半，有的省份不足三成。记者调查发现，办理程序繁琐，可使用场景偏少，车主办理ETC业务动力不足，导致ETC覆盖率偏低。专家建议，通过丰富使用场景，提升便利性等方式，提高ETC使用率。（10月9日新华社）

□朱慧卿

校园食品安全要抓实抓牢

午光言：近日，北京市教委和北京市食药监局联合发布了《关于进一步加强中小学校幼儿园食品安全工作的通知》，今后北京各学校的食堂在采购食材时，应百分百索要发票，确保源头可控、有据可查。校园食品安全，事关千家万户，牵动公众神经，永远在路上，再严也不为过，应当始终作为食品安全监管的重中之重，抓实抓牢抓到位。