

格力电器现暴力售后 董明珠惊人言论再受关注

作者：唐玉 2013 年 7 月 18 日

一、舆情概述

7 月 18 日,《时代周报》报道称,广州消费者胡先生购买的格力空调故障,向格力售后寻求帮助,不仅未能获得帮助,还因维修费用起了争执,更被身着格力制服但无工作证的维修人员打伤。对此,胡先生很是不满。随后,胡先生找到维修人员所在公司,投诉维修人员行为粗暴,该公司负责人表示,打人是员工个人的事儿,公司管不了。

随后,《时代周报》就暴力维修事件致电格力集团,格力集团多个部门避而不接受采访。最终,记者从厦门明珠格力电器销售有限公司了解到,暴力维修的工作人员所在公司确为格力电器售后外包公司。但对于打人事件,相关人员表示不清楚。

报道刊发后,格力售后服务不规范的问题引发关注。多位业内人士表示,空调售后服务质量事关企业的诚信问题。若售后没做好,会对企业品牌造成很大伤害。

与此同时,5 月底格力电器老总董明珠“格力将无售后”一言,因暴力售后事件,再遭网友调侃,引发关注。

18 日,格力电器低开,尾盘震荡,最终收于 24.52,跌幅 2.66%。

二、舆情传播分析

(一) 舆情传播范围分析

截至 7 月 18 日 14 点,格力电器暴力售后一事相关新闻传播量统计如下:传统媒体 1 篇(《时代周报》),网络媒体 63 篇,股吧和论坛 3 篇,微博 45 篇。从统计数字可以看出,目前格力电器暴力售后事件传播范围有限,负面影响较小。

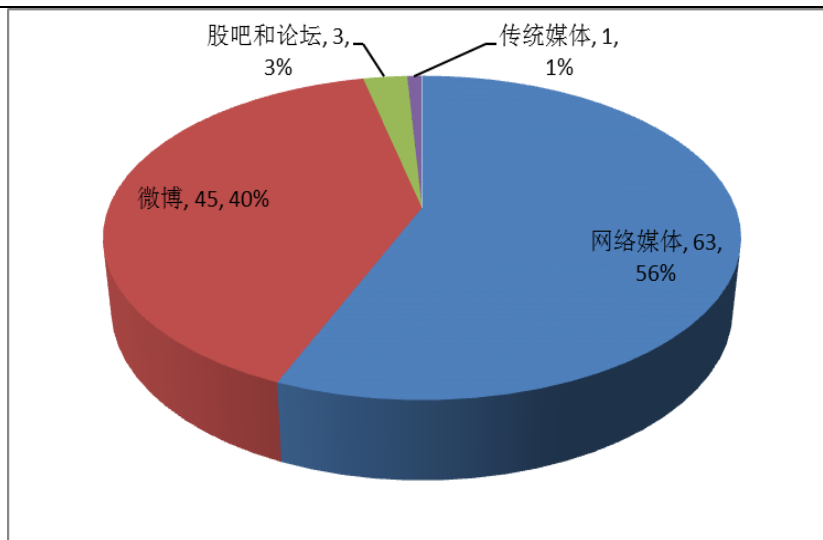


图1 舆情传播类型分析

（统计时间：7月18日0:00点至7月18日14:00点）

（二）格力电器近期关注度变化

17日，《时代周报》刊文报道格力电器暴力售后事件，受该负面信息影响，当日格力电器舆情预警度大幅攀升至48.71。同日，格力电器媒体关注度、网民关注度以及舆情关注度也呈较快增长态势。

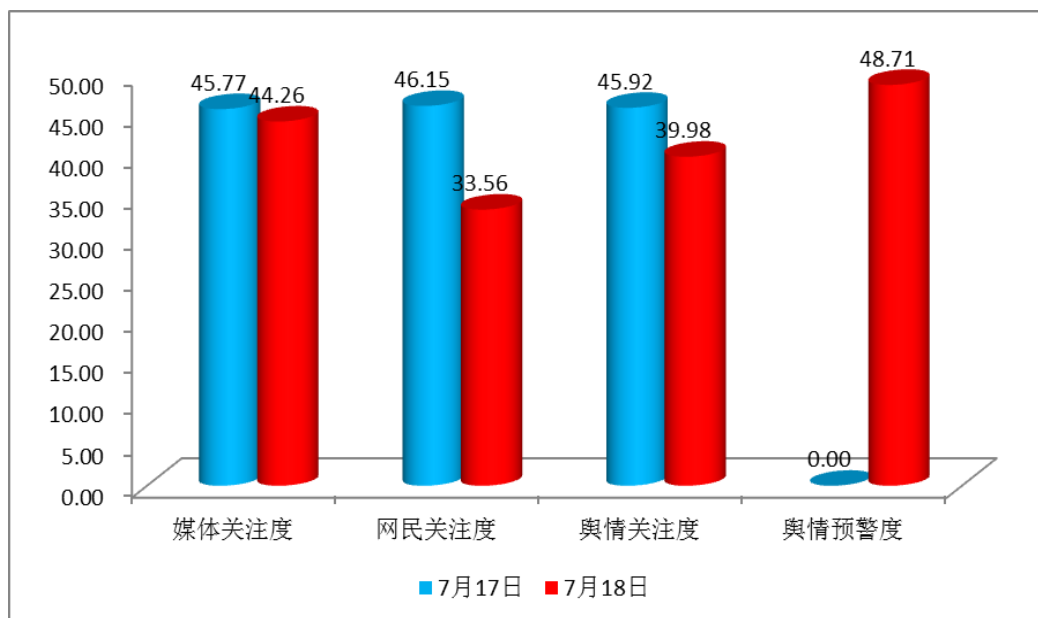


图2 格力电器两日关注度比较图

（统计时间：7月17日0:00点至7月18日13:00点）

注释：

舆情关注度：综合反应上市公司受媒体和网民的关注程度。通过对主体的报道、媒体重要性、网民对主体的讨论热烈程度等综合得出。舆情关注度得分越高，说明该主体受关注程度越高。

媒体关注度：指事件或公司、人物受媒体的关注程度，通过计算网络中媒体对主体的报道、媒体重要性等综合得出。关注度仅研究“量”的变化，不考虑情感倾向。关注度得分越高，说明网络中该主体受关注程度越高。

网民关注度：指事件或公司、人物受网民的关注程度，通过计算网民对主体的讨论热烈程度等综合得出。关注度仅研究“量”的变化，不考虑情感倾向。关注度得分越高，说明网络中该主体受关注程度越高。

（三）舆情传播特点分析

1. 单一传统媒体刊发负面报道

18日《时代周报》刊发的报道文章，是此次舆情爆发原因，也是该暴力售后事件的单一报道源头。随着该文章在网络上传播范围的扩大，暴力售后事件舆情持续发酵。目前，尚未见有媒体就暴力售后事件刊发评论性报道。

2. 此前董明珠惊人言论再成热点

“一年之后的今天，格力所有产品将不再有售后服务。”5月底，格力电器董事长兼总裁董明珠在成都与媒体纵论中国空调行业大势时语出惊人。虽此后，董明珠解释道，所谓最高的服务境界就是没有售后服务，是用卓越的产品品质替代优良的售后服务，是服务理念升华。但在比拼售后服务的家电行业，董明珠的言论还是引起了业界的高度关注。此次暴力售后事件发生后，不少媒体以及网友再提此事，借机调侃讽刺格力电器。

3. 近一个月来售后负面舆情频发

据“新财富舆情研究中心”监测显示，6月18日至7月18日期间，传统纸媒刊发的，涉及格力电器的，具有一定影响力的负面消息共计14例，其中9例（占比64.2%）与售后服务有关，这些负面信息均在网络上一定范围传播，具有一定的影响力。微博方面，用“格力+售后”的关键词搜索，同一时期内，共有11537条微博信息与此相关，而其中绝大部分都是投诉格力售后服务差的。这表明，格力售后负面舆情态势严峻。

三、各方观点

（一）公司回应

1. 售后服务部门表示打人事件移交派出所处理 公司不负责

时代周报记者打通上述电话，接线工作人员强调自己是珠海格力厂家直接授权的售后服务部门，里面都是格力的员工，厦门格力客服中心接到服务预约后，便会下单委托他们去处理。但该公司人员拒绝透露公司的全名，面对时代周报记者的询问态度凶悍。当提及

打人一事涉事员工的处理情况，对方称事件已交由禾山派出所处理，公司不负责，拒绝透露相关情况。在时代周报记者的多方试探下，对方称公司已由莲前西路搬至龙华路。（7月18日《时代周报》）

2. 针对记者质疑的售后公司资质 格力多个部门避不接受采访

这个所谓的格力认证的售后公司，究竟有无官方的授权，如果有，员工上岗前有没有正规的培训，上门维护有没有统一的规范和标准，违规操作需要由谁来负责？格力终端售后服务网点是否欠缺管理，放任自流？如果没有，为什么格力官方客服会将维修单直接指派到该公司执行？连日以来，时代周报记者连续拨打格力电器董秘望靖东、市场部媒介负责人蒋育新的手机，均处于无人接听状态，总部固话长久打不通，唯一接通的市场部工作人员黄文婷，则表示休假不接受采访，并拒绝将相关采访转接至其他同事手中，正常采访渠道大玩“瘫痪”。（7月18日《时代周报》）

3. 厦门明珠格力电器销售公司证实打人者所在公司确为格力售后外包公司

时代周报记者联系到厦门明珠格力电器销售有限公司了解情况，该公司工作人员向时代周报记者表示，厦门明珠格力电器销售有限公司就相当于格力在厦门的总公司，涉事的公司叫厦门欣诚美制冷设备有限公司，确实是格力厂家的签约售后，相当于外包的售后公司，客服中心接到的单如果属于“欣诚美”负责的片区，就会委派其去处理。员工上岗前均会接受培训，上门须持工作证，穿工作服。当问到“欣诚美”打人事件，工作人员称“欣诚美”不属于厦门总公司直接管理，情况不清楚，需找上级部门了解情况。（7月18日《时代周报》）

（二）业内人士

售后服务关乎企业诚信 差的售后会对企业品牌产生很大的伤害

中怡康总监左延鹤向记者表示：“空调产品七分讲的是本身的品质，三分讲的是安装及维修的服务体系。”实际上，企业售后服务体系存在业务外包的模式，售后服务加盟商与厂家双方签订维修保障协议，提供为期若干年的服务维修，作为制造型企业厂家，更加应该对于外包的售后服务网络给予更加有力的监管和执行。否则，承诺的品质和服务没有做好，是企业不诚信的表现，会对自己品牌产生非常大的伤害，那意味着销售上做出的承诺是虚假的。中怡康总监左延鹤表示。（7月18日《时代周报》）

格力的售后体系经常烂尾 欠缺完善的监督和管理

“家电厂家生产完产品，并不是说销售完成之后，整个流程就终结了，更要在乎用户的满意体验，企业在售后服务体系上，需要与品牌形象和价值达到更好的匹配度。格力的

售后体系经常烂尾，备受诟病，欠缺完善的监督和管理。”业内人士评价道。（7月18日《时代周报》）

（三）网友观点

暴力售后事件经媒体报道后，引起了网友的关注，不少网友纷纷借机吐槽自己所遭遇的糟糕售后服务，更有网友再提董明珠之言，借机调侃讽刺格力电器。

投诉格力售后服务

搜狐网友“youxian12357”：三年前我就遭遇安装收费的事，高价收费还用劣质材料，3年后重新维修换材料，共用费用占购机的20%，好产品劣服务！

@邵予生：格力空调果然是大牌，售后投诉无门。看来以后大家购买格力一定要自配梯子高层的话如果有能力要自备直升飞机之类的，否则室外机一旦有问题他们不管的！

@警察画家曹金亚：以前家里用的是某品牌空调，质量一般。因看了成龙的广告，在前年搬新家之际，一下换了四台“格力”空调。没想到，“格力”也不省心！其中一台用了一年就罢工了，去年找到“格力”售后来修理，折腾了半个月，也没修出眉目，今夏高温来了，“格力”效果还是很差，售后呢？走两步！

对产品而言 口碑很重要

凤凰网友“助人为乐 2736442880”：一个好的品牌是口碑加质量树立起来的。

调侃董明珠没有售后之言

@深圳_茜呢：格力董明珠早已发话“不要服务的服务，才是最好的服务”，胡文立竟然还敢让格力售后上门，是自己找罪受吧。

暴力售后伤不起

搜狐网友“益萊”：格力，掌握核心科技，就是拳头打人，暴力收费。

@小美人 XIAOGUI1988：暴力维修伤不起啊，修不好，那要买格力的空调何用啊。

@彭雄江：售后外包，能成为格力暴力售后的理由么？