# 三大运营商叫停不限量套餐?

# 仅是改名 流量使用仍是达量限速

在被工信部约谈、点名批评后,被三大运营商大肆宣传的"不限量套餐"终于在日前悄然改名,更名为畅享套餐、敞开用套餐。记者调查发现,三大运营商的官网已全面更换了套餐名称,但不限量的字眼并未消除,而达量限速的门槛也未改变。

#### "不限量套餐"悄然改名

不限量却限速,自从今年7月流量免漫游后,三大电信运营商的"不限量套餐"就饱受争议,也曾被工信部约谈,被要求规范宣传。记者10月9日登录官网发现,三大运营商悄悄对"不限量套餐"进行了改名,其中,北京移动将"不限量套餐"改名为"畅享套餐",北京联通的"冰淇淋套餐"改名为"敞开用套餐",北京电信的"不限量套餐"则更名为"天翼畅享套餐"。

中国移动向媒体表示,公司已经下发通知,要求在大流量资费产品中停止"不限量"传播,将各类线上线下广告、自有渠道、营销活动中含有"不限量"内容的宣传下线;对已经发布的含有"不限量"内容的广告物料

进行撤换。所有档位套餐,均需在广告画面中标注"流量畅享,达量降速"提示。

#### 7 不限量字眼仍未消除

名字里尽管没有了"不限量",但运营商想打造的依然是流量可以无限制使用的形象。在北京移动的官网上,记者从首页点击"畅享套餐"进入子页面后,产品的名称就悄悄变长了,变成了"畅享不限量套餐促销",依然有"不限量"的字眼。在产品介绍中,只写着可享优惠,记者只有点击进入资费标准,才能看到流量限速的详细规定。

而在北京联通的官网首页上,记者看到,被标注热销的"冰神卡"宣传提示模块上,只写出了99元全国流量敞开用,并没有达量限速的提示。记者只有进入办理页面,才能看到详细的限速说明。北京电信的"天翼畅享套餐",明确提示了达量限速,但当消费者阅读商品信息时,先看到的依然是超实惠、流量任性用、通话畅聊的好处,限速的说明则在最后。

## 限速的隐性门槛仍在

记者对更新名称前后的套餐进行 比较,发现三大运营商只是去掉了套 餐名字中"不限量"的字样,套餐内 容依然是"不限量却限速"。

以北京电信129元的畅享套餐为例,关于流量使用,明确规定当月国内手机上网流量达到20G后,上网速度就会下降到1mbps,次月恢复。这和之前129元的"不限量套餐"完全一样。北京移动88元的畅享套餐,同样规定当月国内通用流量使用超过10G后,整体上网速度将不高于1mbps;累计使用流量超过100G后,整体上网速度将不高于128kbps,次月网速自动恢复。这和之前不限量套餐的内容也无不同。

"只要是有限速的隐性门槛,那就不能称为任性用、敞开用、放心用。"有移动用户就在网上投诉,20G的流量用完后手机被限速,上网速率被降到不到60K,并不是运营商所说的1M,即使叠加流量包也无改善,"每秒几十K的日子,仅仅够看新闻,而且还得是图片不多的新闻。" 据《北京晚报》

## **─** 社会万象

# 男子沙漠迷失方向 民警用无人机引路

近日,一名男子独自走人新疆巴音郭楞西南部的塔克拉玛干沙漠内,随即迷失方向,与该男子同行的伙伴立即向且末县公安局报警。由于沙漠区域面积广大,民警派出无人机进行寻找,最终在距离沙漠公路约2公里的地方找到了该男子,并用无人机引路将其从沙漠中带出。

且末县公安局的任警官10月9日告诉记者,民警首先采用徒步寻找的方式,随后,考虑到该男子行走的方向无法确定,便开始施放无人机进行寻找,为防止无人机没电,当时一共携带了5块备用电池。

据了解,且末县位于新疆维吾尔自治区南部,西北部是塔里木盆地,北部伸入塔克拉玛干沙漠,该县总面积138680平方公里。 据《北京青年报》

# 公交司机绑上沙袋 体验老人乘车不易



手腕和脚腕各绑上半斤重的沙袋,手肘和膝盖处缠上绷带,穿上装有8斤铅块的小马甲,二三十岁的年轻人一下子变得行动迟缓,如果再戴上眼罩和隔音罩,仿佛瞬间穿越到了几十年后。10月9日,几位年轻的杭州公交车司机穿上"适老体感服",体验到了衰老,更体验到了老年乘客赶公交车的不易。公交司机洪师傅说体感服其实并不太沉,但很"费力",只能慢慢地往前挪。

公交二公司四车队的袁队长告诉记者,这次活动是为了让公交司机们对老年乘客有更深入的理解。 据《钱江晚报》

# 谎称在迪拜度假 被撞破将熟人拉黑





"突然被张XX拉黑,原因嘛,就是传说中的——我知道得太多了。"日前,谢筠突然发出这么一条朋友圈,原来,他的前同事刚发完朋友圈,称自己在迪拜度假,便与谢筠在重庆的某生活超市相逢……

谢筠在重庆解放碑时代豪苑的一家教育培训公司上班,10月8日,说起被拉黑的事时,他边笑边摆手摇头,"没想到会因为这样被拉黑。" 晚综

# 打不通、无人理、忽悠购物……

# 客服电话为啥这么多"槽点"?

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"。

#### 客服电话"甩锅"被投诉

当前,消费者对商家售后服务投诉数量呈明显上升态势。据中消协提供的2017年全国消协组织受理投诉情况,服务类投诉量首次上升到总投诉量50%以上,销售服务类投诉量位居第二,而客服电话的投诉占很高比例。记者调查发现,消费者吐槽的客服"甩锅"套路主要包括:

——人工客服电话难觅踪影。消费者李辉是某知名互联网公司一款游戏的玩家,为咨询游戏过程中的一个服务问题,他需要找人工客服。谁知耗费九牛二虎之力,才在内容繁多的网页边角位置找到"藏"在其中的人工客服电话,拨打30多分钟才接通。

一态度礼貌但不解决实际问题。成都消费者小取使用"快狗打车"软件找人搬家,却遭到搬家人员的骚扰。她联系客服人员寻求解决,客服虽然态度礼貌称会尽快与相关人员沟通,但迟迟没有实际推动事情解决。拖到后来,甚至不等她说完话就挂断电话。当小取遭第二次骚扰再次拨打客服电话时,语音提示"工作人员已下班"。

——"转圈"推诿。消费者刘先生称,今年8月,他在苏宁易购购物后,因咨询优惠问题拨打客服电话,其间多次被不同客服转接,且每一位都表示对此前的沟通进展毫不知情,直到最后也无法解决争议,只能投诉。



——对消费者投诉敷衍了事甚至 诱导消费。江苏昆山消费者胡先生投 诉一家老牌家电企业,称他6次报修空 调,历时一周无人上门。其后,只有一 名售后工作人员上门拍了几张照片,说 "变频空调就是这样"之后即离去。

北京消费者周女士购买一款音响 发现使用异常,便致电客服,被告知是 某个部件损坏,需要购买新部件。但周 女士咨询一搞技术的朋友发现,该产品 并未损坏,只是有一处开关未打开。

#### 客服因素质问题沟通能力不强

中消协副秘书长王振宇认为,一 些领域的售后服务已成为企业发展明 显短板。

据猎聘大数据研究院统计,当前,市场中客服团队需求量的七成集中在互联网和快消品两个行业。记者了解到,这两类企业在组建客服团队时多选择外包方式。某知名大型跨国企业高管于先生告诉记者,建立售后客服

团队成本较高,而企业在这个部分往往投入有限,所以通常选择外包方式。

"目前,厂家、商家在售后服务上的投入明显不足。"中国家用电器维修服务协会理事会主席团副主席张彦斌表示,一般厂家在售后服务上的投入能省则省,预算仅为产品定价的不到2%。一些毛利30%左右的家电龙头企业,在售后服务投入上舍不得花钱,结果招致大量消费投诉和品牌质疑。

据记者调查,由于普遍薪酬不高,一些企业在招聘客服时对学历要求不得不放宽。记者采访的一些客服人员表示,对岗位培训内容与消费者诉求有时感到难以理解,沟通存在一定困难。不少消费者表示,与客服电话沟通时,常常感到对方不明白自己在说什么,或者无论提出怎样的诉求,得到的答复都千篇一律。

某知名家电企业的一位管理人员告诉记者,有些企业对电话客服的要求就是两个"快"——快接、快挂,抓紧处理下一个。

#### 警惕"垄断惰性"滋生漠视服务心态

一些互联网电商平台也是售后服 务问题较多的领域。中国人民大学未 来法治研究院研究员熊丙万说,对于 售后客服质量不高,应警惕垄断带来 的惰性问题。

他说,值得关注的是,近期因客服质量频繁引发社会热议的几家企业,多在互联网领域中占明显市场优势,缺少应有的竞争性可能才是其漠视售后服务的深层原因。"提升服务质量,除了加强消费者投诉、监督,最重要的是通过活跃的市场竞争进行有效改善。"熊丙万说。 据新华社