

奢侈品“倔强”只换不退

高昂的价格，糟心的售后，这已成为众多消费者购买奢侈品的真实购物体验。本来作为质量保证的奢侈品，如今却在国内屡屡曝出产品质量问题；销售产品的门店不仅无法在第一时间为消费者解决产品问题，还故意设置门槛，不断降低消费者售后体验。国内外售后服务差异政策，也成为影响奢侈品牌在国内声誉的一个重要因素。

▼ 消费者维权时间表

2016年12月29日	消费者在Gucci金融街店购买包袋
2017年1月3日	消费者到Gucci金融街店反映包袋金属属性磨损，要求退货遭拒
2017年1月4日	14时10分 消费者联系Gucci金融街店，店员表示消费者需要耐心等待
	15时19分 北京商报记者致电北京金融街工商所，以消费者身份反映情况
	16时52分 Gucci金融街店致电消费者表示可以为消费者退货
2017年1月9日	17时30分 消费者到店退货，不满15个工作日退款，要求尽快到账，店员表示只能向上级请示
	21时20分 消费者等待无果最终离店
2017年1月11日	消费者表示Gucci已将退款归还给消费者

Gucci售后服务：
自购买之日起14天内可办理换货，无法退货。



价格服务成反比

日前，一位消费者在Gucci金融街店购买的一款价值1.26万元的包袋，使用仅4天，包袋上的五金件便出现明显磨损。Gucci店员称，五金件磨损是由于消费者姿势不正确或发生碰撞导致；而对于消费者退货的诉求，店员表示只能通过邮件向总部汇报，并在7个工作日后将总部回复转告消费者，除此之外，门店无其他解决办法。随后，在工商部门的介入下，消费者很快便接到Gucci金融街门店同意退货的回复。

当消费者到店进行退货时，店员再次推脱责任。消费者表示希望可以尽快收到退款时，相关店员只反复表示自己无法解决退款时间问题，需要向上级汇报情况，消费者只能等待上级协商结果。然而消费者在店内等待近4个小时，一直无实质进展，该位店员也始终未能提供令消费者满意的解决方案，致使消费者只得妥协离开。

事实上，奢侈品在国内出现质量问题却给消费者及时退货的事件并不鲜见。2012年8月，Gucci武汉国际广场店因一款价值6990元的男士挎包在短时间内出现严重磨损与消费者产生纠纷。2013年11月，海南谢女士在Gucci北京都会天地店以5000多元购买的高跟鞋因存在瑕疵而产生纠纷。

不仅奢侈品质量接连出现问题，消费者要求维权时，店员的强硬态度且售后问题难以有效解决的案例也频频发生。2015年6月，孙先生在长春的Gucci专柜购入一款上万元的Gucci包袋，仅过4个月就出现背带断裂现象。店员表示只能维修，不予退换，若消费者认为产品质量有问题，可做鉴定。

奢侈品质量被国内消费者广为诟病。一位长期从事奢侈品行业的人士指出，在华狂“揽金”的同时，以Gucci为代表的奢侈品牌却不愿为消费者提供高质量的服务，确实给部分奢侈品的声誉带来了不小的损害。

差异的国内外退货

北京商报记者通过调查发现，商品“只换不退”、服务程序繁琐的情况普遍存在于国内各大奢侈品牌。

北京商报记者以消费者身份，先后致电Gucci、Burberry、LV、爱马仕、迪奥、Coach等品牌的门店或客服中心，咨询退换货相关事宜。6家品牌服务人员均表示，若对商品不满意，在未使用的情况下，14天内可提供换货服务；Burberry、LV、爱马仕称，若出现质量问题，只能为消费者提供免费维修，无法退货。Coach店员表示，若消费者因商品质量问题要求退货，门店无法直接提供解决方法，而是需要消费者与Coach售后客服联系，进行协商。

迪奥与爱马仕客服均明确说，商品是否存在质量问题需公司来确认问题原因，消费者方面的说法无法作为依据。Gucci店员称，即便消费者提供了相关检测报告，仍需邮件汇报给总部，由总部裁决，最终给出解决办法。

此外，Coach客服中心的服务人员透露，通过官网购买的商品可7天内无理由退货，但实体店无法提供退货服务。

令人费解的是，奢侈品退换货在国外则毫无阻碍。多名在海外有奢侈品购买经历的消费者告诉北京商报记者，国外退换货很容易。在英国购买过奢侈品的王小姐与胡小姐说，只要保留小票、商品原包装，商品保持购买时的状态，英国的门店会直接为消费者退货。身在美国的韩先生与刘小姐表示，不管是奢侈品还是普通商品，若出现质量问题，可在门店进行退货。这与国内Gucci店的“14天内可以换货一次，但若消费者只是对商品不满意而没有质量问题的话，只能换货无法退货”的政策可谓天差地别。

财富品质研究院院长周婷指出，奢侈品行业将服务的稀缺性也作为品牌稀缺性的组成部分，让消费者意识到，产品的维修有时间要求，3个月到6个月，要返回原厂，产品原件都在国外。这构成了奢侈品行业的核心竞争力。同时，通过这种方式，奢侈品牌营造了一种高高在上的消费印象。

周婷进一步解释说，不过最重要的因素是奢侈品牌在中国售后服务体系的缺失，除了钟表行业之外，其他品类的奢侈品基本均未建立售后体系。因为售后服务体系的建立是一项巨大

支出，奢侈品牌更多时候将中国当做是“变现的机器”。这才是导致他们不为消费者提供良好服务的原因。

“概不退货”霸王条款

中消协律师团成员、汉鼎联合律师事务所合伙人汤浩表示，如果是产品有瑕疵，消费者要求退货，这是理所应当的。瑕疵有很多种，有肉眼可以辨别的，有需要第三方机构鉴定的。无论是哪种，证明有瑕疵，要求退换货，都是消费者的权利。消费者权益保护法并未具体区分奢侈品与普通商品，因此，若消费者因产品质量问题要求退货，商家是无理由拒绝的。消费者可通过向消协投诉，或者使用法律手段来维护自己的权利。

不过，北京义派律师事务所公益法律中心执行主任李恩泽指出，商家如此明目张胆地表示不为消费者退货的主要原因是商家违法成本很低。投诉或起诉，消费者的时间和精力耗不起，且获胜的几率不高。相较而言，这些大品牌的精力与能力、背景、资金都远胜消费者，同时大品牌商家掌握着话语权，消费者想要获胜就更加困难。

李恩泽进一步指出，事实上，奢侈品在国内实行的退换货政策实则是变相的“一经售出，概不退货”，是霸王条款。同时，网购商品提供7天无条件退换货是新修订的《消费者权益保护法》的规定，品牌实则应秉持对消费者一视同仁的原则，为在实体店购买商品的消费者提供同等退货服务。

周婷表示，明确表示无法为消费者提供退货服务，涉嫌消费歧视。而提供网购的奢侈品牌，因《消费者权益保护法》有相关规定才为消费者无条件退换货，但同时因法律未对实体店退换货进行强制规定，便表示不为消费者退货，其实是钻了法律的漏洞。

“这虽然算不上违法，但奢侈品牌如此武断地告知消费者不能提供退货，在如今消费透明化的趋势下不是一种积极的做法，对消费者的情绪伤害较大。”周婷指出，此外，品牌在类似事件上要考虑的是，少退了几件货，但是带来负面情绪的无限制爆发，这是无论多少钱都无法挽回的。