

# 空调维修遇假“客服” 维修乱象何时休



中青报·中青网记者 李超 实习生 方圆 彭佳瑶

前不久，一位南京市民刘雨（化名）给记者打来求助电话，她家的空调出现故障，她在小红书上检索了空调官方售后，随后维修师傅上门维修，添加氟利昂后索要2400元。对比市场价，疑惑的她发现遇上了“假售后”，而官方售后明码标价是1280元，“在电话里，客服称是官方售后。维修后，我们才发现不对劲，真是真假难辨”。

中青报·中青网记者调查发现，网络平台上充斥着大量看似正规的“400”空调维修电话，标榜约克、大金、格力、三菱重工、日立等“官方售后”“品牌授权”，却频频上演“上门费低、维修费翻倍”的戏码。

## 是“李逵”还是“李鬼”

刘雨回忆，她当时在小红书上搜索“约克空调官方售后”等字样后，一则“400-9928-161约克中央空调品牌24小时服务热线”的信息映入她的眼帘。

拨通电话，听到对方自称官方售后之后，刘雨表示，家里的空调制冷制热效果不佳。随后，客服马上安排维修师傅上门。

没过几分钟，一个自称维修师傅的南京电话打过来。通话时，这位师傅没有否认“约克官方维修”的身份。当天，师傅上门一番检查之后，表示要添加氟利昂，此外还要更换一个空调零件，收费2400元。

因为对“约克官方维修”身份的深信不疑，刘雨想都没想就同意了这个价格。

直到家人提醒她“加一个氟利昂需要2400吗？2400都可以买一个新的空调了”，她才发现这个价格确实太高了。

随后，她检查发现家里空调设备上写着“官方售后电话”，与之前小红书检索的不一樣，虽然两个电话都是“400”开头。

“你们究竟是不是官方售后？”这一点让刘雨迅速产生怀疑。

对此，师傅默不作声，并声称刘雨应该付钱。

“除了帮你添加氟利昂，我还帮你换了一个零件，都没想多收你钱！”师傅拿着一个被置换下来的、形似螺丝钉的空调维修零件对刘雨说。

在维修师傅的一再催促下，刘雨只好先行支付维修费用。

刘雨留意到，对方的账号名称是“南京五星制冷设备”。这时，这位师傅才承认自己不是官方维修，他还说，官方维修也是委托他们这样的第三方。

“如果不是官方售后，空调维修后出现问题，谁来负责呢？”刘雨致电约克空调官方售后，不久后，约克官方售后也派来维修师傅，对方报价1280元，“我们是明码标价的”。而那个被置换下来的空调零件，这位师傅表示只值几毛钱。对于被假官方售后欺骗的事情，约克官方售后的工作人员表示此前也有顾客致电反映上述情况。

日前，记者以消费者名义联系到为刘雨维修空调的师傅。记者表示，家中一台“一拖四”中央空调制冷制热效果不佳。对方在电话中回复，需要600元作为维修的总费用，已包含工时、高空作业和上门服务，承诺无任何附加收费，并保证“加到额定压力”。

随后记者表示价格“稍稍高于预期”，



一个号码贴上多个品牌的标签，就能摇身一变自称“官方”。

漫画：程臻

希望控制在400至500元时，维修师傅并未拒绝，而是主动解释，“成本300多元”，并表示若报价500元，利润仅100多元。

中青报·中青网记者查询相关企业工商资料，并未检索到“南京五星制冷设备”的相关信息。

## 假售后何以“以假乱真”

有意思的是，记者随后在小红书上以“400-9928-161”为关键词检索发现，该电话不只是代表约克空调的“品牌24小时服务热线”，此外还代表特灵、三菱电机、日立等多个空调品牌的客服。

记者以“约克”消费者的身份拨打上述号码，面对“是否为约克官方售后”的问题时，客服开始只强调为“约克专修”，但在记者追问下对方最终否认官方身份，而在面临回答“若不是官方电话为什么宣称是约克专修”问题时，选择直接挂断通话。

对比虚假客服与官方客服的通话内容，存在差异之处。在记者拨打的假售后电话中，大多宣称会收几十元上门费，有些维修师傅甚至提前告知，除了上门费外，需要另收200元的基础检测费用。但记者了解到，不少空调的正规售后服务并不收取这些费用，相关服务项目也在官网上明码标价。

此外，大多虚假客服电话在问清消费者的家庭住址后，就直接联系外包维修团队上门。

但记者在拨打来自官网的正规维修电话时，发现不少客服人员会先询问消费者出现故障的具体情况，并且给出消费者可自助解决的常规方案，若是没有解决相关问题，再安排师傅上门维修。

有意思的是，11月3日，记者再次在小红书检索“400-9928-161”，已找不到相关信息。而检索“约克空调客服电话”，则显示另外一个“400”开头的电话，而这个电话并非约克空调的官方客服电话。

连日来，在小红书、百度、新浪微博等

平台上，记者搜索约克、大金、麦克维尔、日立、三菱重工、海信等多个中央空调品牌的官方售后电话，页面上迅速跳出多个以“400”开头的“空调售后客服电话”。

这些号码往往附上标亮标粗的空调品牌名称与Logo，甚至带有“官方”“品牌中心”“全国24小时服务热线”等标识，看起来权威可靠。

记者以消费者身份逐一拨打相关电话。

在拨打从小红书搜索到的日立“官方客服电话400-669-2555”时，客服人员先是热情接待，问询中央空调故障和所在地区，告知记者稍后会有维修师傅进一步联系。但当记者追问“这是日立官方售后吗”时，对方并未正面回答，而是含糊其词：“我们是专门做维修的，安排的师傅都是专业的。”当记者再次问“是否为厂家官方”时，电话另一端直接挂断。

另一通从新浪微博搜索到的麦克维尔“官方客服电话400-0776-078”里，对方则态度坚决，反复强调“这就是官方售后”。记者登录该品牌官网确认官方电话是“95”开头的号码，记者拨打该号码再次确认“400”开头客服电话的真伪，得到明确答复：“官方售后电话只有一个，其他全为假”。

然而，当维修师傅回电并准备上门时，记者以消费者身份再次确认，对方却坦言自己只是“第三方”。这类“前端冒充、后端自揭”的情形并不少见。

此外，记者还发现，多数假客服会询问“购买中央空调多久了”，当记者回复使用时间超过官方质保期，对方则会引导消费者接受维修师傅上门服务；当记者回复在官方质保期内，“客服”会让记者拨打真正的官方售后电话。

价格问题同样触目惊心。回电的维修电话都声称上门费只要40元或50元，看似低价诱人，但据一些消费者在社交媒体平台的真实体验反馈，在现场检修时，维修师傅往往以“核心零件损坏”“内/外机主板损坏需要换新”为由，“小病大修”，报出超出正常

维修价格区间上百元至上千元的维修报价。

记者将公布在部分网络平台的空调品牌“官方售后电话”，与在官网或公众号上找到的真正的官方售后电话进行核对后发现，这些所谓的“官方售后电话”全为打着幌子的虚假售后。

## “假客服”暴利乱象

这些号码并非品牌官方所设，却出现在搜索页面和广告信息中。一旦拨打，消费者往往会被“假客服”引导接受维修师傅上门服务，最终被要求支付远高于官方价格的维修费用。看似方便快捷的服务背后，隐藏的却是一条以假乱真的灰色产业链。

前不久，在大城市从事多年空调维修工作的刘明（化名）向记者揭开这条灰色产业链的运作方式：假客服发布电话揽客，维修师傅上门高价收费，再按比例返佣给假客服、外包公司或者平台。

刘明介绍，他主要通过一些网络家居服务等平台或冒充官方的中间商接单。“客户打电话报修后，单子会分给我们，但要返给他们15%左右的抽成。”

他说，相关平台上的一口价订单，维修师傅会收到扣除信息服务费后的费用，但无论是平台还是中间商的报价单，往往水分都很大。

刘明表示，有的中间商在客户面前虚报价格：“我报300元，他们告诉客户450元，最后再加上抽成，我只能拿到240-250元，剩下的都被中间商拿走。”如果通过再转包的外包公司接单，抽成比例更高。

“有的平台抽成能到20%，甚至30%。”刘明说，“那我们只能提高报价，否则干不下去。”刘明坦言，维修师傅通常会把小问题“说大”。“中央空调有些故障用两块钱的零件可能就能解决，但有人能报上2000块甚至更多。”这样的情况并不罕见，“中央空调单子价格普遍较高。”

刘明说，一方面，会修中央空调的师傅相对较少，是个“技术活”；另一方面，能购

买像中央空调这种价格较高的家电的客户，往往不会计较费用。利润丰厚的原因不仅在于抽成，更在于大城市庞大的维修需求。

刘明说，大城市维修订单一直很多，“官方售后根本忙不过来，高峰时有上百甚至上千单积压，用户等不及，就找网上能约到的师傅”。由于供不应求，师傅们可以“挑活干”，即便上门费就要三四百元，也不愁没客户。

人口密集、客户付费能力强，使得沿海大城市成为外来维修师傅趋之若鹜的“淘金地”。刘明告诉记者，部分品牌官方售后并不直接派人上门，而是把业务承包给第三方公司，真正和厂家签约的第三方公司再转包给像他这样的维修师傅，一层一层“扒皮”。

在这样的灰色链条中，用户支付高昂维修费，产品的维修质量和安全也无法保障。一旦出现纠纷，责任往往难以追溯。

## 消费者频频踩坑何时休

记者调查发现，冒充官方售后的“李鬼”维修让消费者频频踩坑的现象，已形成固定套路，从低价诱骗到高价宰客，从伪造资质到故意损件，消费者损失少则数百元，多则上万元。高价欺诈、低价诱骗等案例频发。

比如，上海刘女士网搜“400”保修电话，找“品牌授权店”修中央空调，付1万元后空调仍坏，维修方失联，警方打击该团伙后发现，涉案金额超300万元；重庆市民罗先生报修空调不制冷，接线员承诺“加氟五六十元”，维修后却收700余元……

此前，温州市消保委曾联合市场监管部门点明空调维修四大陷阱：夸大故障、乱加氟、过保乱收费、低价吸引，精准戳破这类套路。这些空调维修“李鬼”已形成产业链式欺诈，让消费者防不胜防。

江苏新高的律师事务所律师王璟介绍，在日常生活中，类似“李鬼”售后的问题确实屡见不鲜，这不仅损害消费者的财产权益，也扰乱市场秩序。通常情况下，此类行为涉及虚假宣传、消费欺诈以及可能的商标侵权，相关主体需要承担相应的法律责任。

王璟分析，这些假售后的行为违反消费者权益保护法和反不正当竞争法中关于禁止虚假宣传的规定，市场监督管理部门可依法对其进行查处，如罚款等。另外，其行为构成消费欺诈，侵犯消费者的知情权和公平交易权，消费者有权要求其退还费用并赔偿损失。

王璟强调，该行为还可能构成刑事犯罪。如果其冒充官方售后的行为情节严重，例如诈骗金额巨大或多次作案，可能涉嫌诈骗罪，需承担刑事责任。

王璟称，面对此类事件，请消费者务必保存好维修合同、付款凭证、与维修人员的聊天记录、维修后的空调状况照片或视频、官方售后的报价单等。随后，可立即向“小红书”等平台举报该虚假账号，要求平台对其采取封号、下架等措施，并披露其注册信息。

王璟建议，消费者可以向行政部门投诉，拨打12315热线或通过全国12315平台网站、App、小程序等渠道举报维修团队。另外，空调品牌方也有权利、义务维护自身商誉。品牌方作为正品服务的提供者，有责任确保消费者获得真实、优质的服务。他们应及时在各网络平台搜索假冒信息，及时进行处理，并通过官网、社交媒体等公布官方售后渠道，提醒消费者警惕假冒“售后”。

接受度，就是空中楼阁。后来推广技术时，大家更注重讲解实际效果和操作可行性，慢慢赢得村民信任。

在关王庙村，一位被调研问卷“耽搁”了农活、汗水浸透衣衫的老爷爷，非但没有不耐烦，反而在大家调研结束后，真诚地对同学们说：“谢谢你们关心农村！”那一刻，她内心受到巨大触动。“在农民辛劳的付出面前，我们做的微不足道，却收获了他最朴素的感激。我前所未有地感受到了这片土地上人们的坚韧、善良与他们所承载的重量。”

在一次社区科普活动中，小女孩指着屏幕上彩色油菜花惊奇地问陈慧琳：“姐姐，油菜花还有彩色的呀？”女孩眼中纯粹的好奇，让陈慧琳意识到在孩子们心中播下科学种子的重要性。

陈慧琳告诉记者，农业不仅是关于技术的课题，更是一个关于“生活”和“传承”的综合性事业。它既需要科技的“硬支撑”，也需要人文关怀的“软浸润”，激发劳动者身上的内生动力。她希望深入研究草莓炭疽病绿色防控等技术，把复杂的科学知识“翻译”成农民能听懂的语言。同时把类似“彩色油菜花”的农业之美和科学之趣带给更多青少年。

农业科技创新联盟和“百校千镇万村”等调研活动的价值，早已超越了社会实践的范畴。在安徽农业大学党委书记张庆亮看来，万余名学子用脚步证明——乡村振兴不是遥不可及的“宏大叙事”，而是可触可及的“实践课堂”，“在安徽这片充满希望的田野上，更多‘好种子’正在扎根、生长，终将长成支撑乡村振兴的繁茂森林。”

（张旭念对此文亦有贡献）

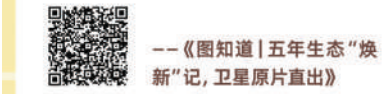
## “温暖的BaoBao·六边形” 人机协同精品榜

（2025.10.18-10.24）

作为本报人机协同试验田，“温暖的BaoBao·六边形”频道全新升级，将通过人机协同生产模式，不断推出多样化的精品。本报青年编委会每周评出一份人机协同精品榜单，呈现年轻人与AI交互中迸发的奇思妙想，展示人机共舞共创的新图景，敬请关注！



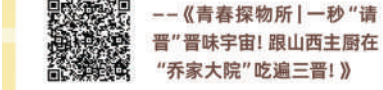
这五年，神州大地正经历一场深刻的生态“焕新”。跟随卫星的轨迹，俯瞰万里山河的容颜更迭，共同见证“十四五”的绿色答卷。



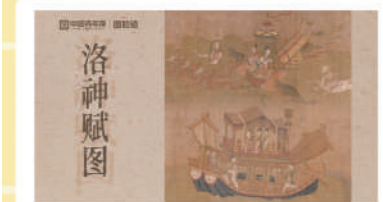
——《图知道 | 五年生态“焕新”记，卫星原片直出》



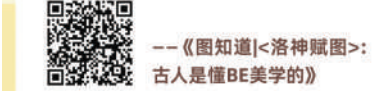
本期主播将与山西大同主厨一起品鉴刀削面、过油肉、筱面栲栳等正宗山西美食，解读晋商文化与山西饮食的深厚渊源。从乔家大院到美食传承，从面食文化到山西文旅新体验，一起探寻舌尖上的三晋故事！



——《青春探物所 | 一秒“请晋”晋味宇宙！跟山西主厨在“乔家大院”吃遍三晋！》



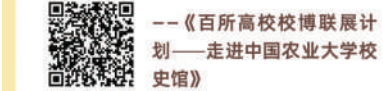
走进东晋顾恺之绘就的《洛神赋图》，现存宋代摹本藏于北京故宫博物院。洛水边，曹植惊鸿一瞥绝美洛神，解佩相赠倾心相爱，却因人神殊途含恨分离。六龙云车远去，曹植追丹凤果。千古BE美学，一眼万年！



——《图知道 | <洛神赋图>：古人是懂BE美学的》



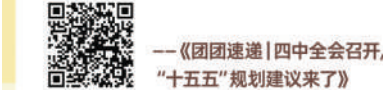
今年是中国农业大学建校120周年。10月21日，“百所高校博联展计划”来到中国农业大学校史馆，了解该校师生120年同礼根泥土，“担起天下饥馑与安康”的故事。



——《百所高校博联展计划——走进中国农业大学校史馆》



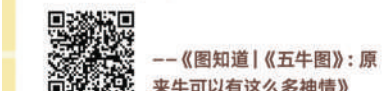
中国共产党第二十届中央委员会第四次全体会议在京举行。中央委员会总书记习近平作重要讲话。会议审议通过了《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》。团团带你一起关注。



——《团团速递 | 四中全会召开，“十五五”规划建议来了！》



走进唐代韩滉的《五牛图》，现藏于北京故宫博物院。在中国文化里，牛是勤劳、力量与富足的象征。画中五牛，姿态各异：低头吃草的恬静，昂首向前的力量，纵趾而鸣的声响，回首低语的温情，缓步跋涉的沉稳。



——《图知道 | 《五牛图》：原来牛可以有这么多神情》

中青报·中青网记者 王海涵 王磊

华中农业大学博士生王惠接过了博士助农团的聘书，“我要把接下来的论文，实实在在地写在田间地头”。

10月24日至26日，“1+5”农业科技创新联盟青年安徽行举办，来自中国农业科学院、中国农业大学、西北农林科技大学、华中农业大学、南京农业大学及安徽农业大学的师生代表，行走江淮大地，感受融历史寻访、改革溯源、红色教育与科技观摩于一体的旅程，谱写一幅农科学子服务乡土的图景。

此前，中国农业大学的杨若楠同学对农业实践缺乏真切感知。漫步桐城六尺巷，“懿德流芳”字样高悬石门，她在岁月的痕迹里感受到文化传承的绵长；在安徽农业大学江淮分水岭综合试验站，静静陈列的动物标本无声诉说着自然的故事，她看到农科科研背后的细致与执着。行程的终点汇聚于安徽创新馆，扑面而来的科技魅力与创新图景，让她深刻认识到，以创新驱动发展，正是通往农业现代化未来的必由之路。

南京农业大学投资学专业大四学生徐徐启航对此深有共鸣，“农业发展不仅需要科技支撑，更需文化浸润与人的奉献。作为投资学专业的学生，我希望为农业项目提供精准的资金支持与风险管理。”

感知，是为了更好地行动。活动期间，“1+5”农业科技创新联盟共青团工作座谈会在安徽农业大学召开，一批博士生接过共青团安徽省委等单位发放的聘书，标志着这支汇聚了顶尖农业智慧的助农团正



## 农科青年如何知农爱农



“1+5”农业科技创新联盟青年安徽行现场。安徽农业大学团委供图

边，需要更多人参与科普工作。团队还请指导教师和安农大皖北综合试验站工作人员，为当地农户制作《农机技术手册》并配套开展田间课堂。

安徽农业大学植物保护学院的陈慧琳同学来到六安市裕安区城南镇关王庙村，她平时脑海里想象的更多是大型农机、智慧大棚和先进的生物技术，甚至带有“技术万能”的理想化色彩。但调研活动让她看到了一个无比真实、立体而复杂的乡村。

她见证城南镇草莓产业的蓬勃生机，也看到了当地产业的品牌宣传瓶颈，她被罗集育秧基地工作人员记录田间数据的执着打动，也看到了部分水稻“优质难优价”

的无奈。“整个过程让我深刻体会到，乡村需要我们，但需要的不是高高在上的指导，而是平等的、接地气的交流与协作。”

她说，最初的调研问卷充满专业术语，农户们听不懂，学生们连夜修改，把“发病机理”“品牌附加值”等专业词汇，都换成“这病是怎么得的”“怎么让草莓卖得更贵”等大白话，并且让懂方言的同学做“翻译”，才终于打开话匣子。

“我们一度以为带着先进技术下去就能立竿见影，但在草莓大棚，莓农一句‘这个技术贵不贵，今年能多收多少？’就把我们问住了。”陈慧琳说，同学们意识到，再好的技术如果不能考虑成本、效益和农户的