

熊津豪威净水器系列报道之二

差异化服务模式：
破解净水器售后服务软肋

■ 本报记者 康源

“净水器等环境电器产品的性能好坏主要根据滤芯决定，而净水器的正确使用则必须要有定期的服务支持。”熊津豪威市场营销部本部长黄淳穆认为，净水器等产品需要定期维护管理及更换滤芯才能正常发挥产品的性能，因此，除了拥有一流的产品技术外，还要有科学的售后服务体系来支撑。

滤芯超期服役

记者在苏宁、国美等家电连锁卖场采访时发现，净水器大多分为活性炭净水器、超滤净水器、逆渗透净水器等几大类，品牌多以主营小家电的品牌为主。

其中初级过滤净水器结构简单，以活性炭为主，其过滤能力有限。比较高端的则是超滤净水器，由多级前置过滤和超滤膜组成，能截留绝大部分细菌、有害物质，是目前世界上分离、过滤效果较为理想的直饮水净水装置，同时保留对人体有益的矿物质微量元素。R/O 逆渗透膜净水器也是效果最理想的净水产品。它一般有三级前置过滤，一级逆渗透膜精密过滤和一级后置过滤。过滤的水无细菌、病毒、重金属、农药、有机物和异色异味，是一种纯净水，无需加热即可饮用。

采访中记者还了解到，虽然许多消费者家中已安装了净水器，但是由于并不关注滤芯的使用期限，加上一些商家“重销售、轻服务”，给滤芯更换造成困难，很多家庭的净水器已变成了“污水桶”。

有业内人士坦言，目前滤芯超期服役在市场上较为普遍。“滤芯如

果超期使用，可能会对身体有害。但不少消费者都忽视了这一点，结果没能真正喝上健康的水。”

对此，黄淳穆指出，正常情况下，净水器使用一段时间后就需要进行更换滤芯，但由于净水器在中国还是新兴产品，消费者对其功能和原理的认知度不高，误以为安装完机器就能一劳永逸，造成净水器滤芯超期服役的情况时有发生。

据了解，目前绝大多数国产净水器滤芯寿命从两个月到一年不等。如果滤芯超期服役，不仅起不到过滤的作用，由于滤芯中沉积的杂质太多还会污染水体。

售后服务脱节

临近 3·15，消费者维权的呼声越来越高。记者调查发现，消费者投诉的热点除了产品质量外，不少消费者对厂商售后服务跟不上、维修技术不高以及维修费过高等问题也表示很气愤。目前净水器行业在售后服务上整体水平都比较低，主要是因为小规模企业比较多，无力承担售后服务成本。甚至有消费者反映在购买了净水器后连更换的滤芯都没有。售后问题已经成为了净水器快速发展的障碍。

上海一位消费者打电话投诉说，使用了两年后，他才发现自己家的净水器安装在总阀门上，这样不光喝的水，就连洗澡水、冲坐便器的水用的都是净化水，降低了滤芯使用时间，提高了使用成本。但是当他发现问题后打电话给厂家售后服务要求更换安装位置时，却迟迟得不到答复。

北京王先生 2008 年安装了净水器，去年 3 月，净水器出现漏水，联系

厂家的售后服务，对方上门检查后让他花 500 元更换了一个新的滤芯，并保证可以使用 2 年。但使用了不到半年，净水器就出了问题，对方上门后却表示所换滤芯不是他们公司的产品，拒绝为其免费更换。

“任何水处理产品，在品质保证的前提下，长期售后服务非常重要。”黄淳穆表示，目前中国市场的净水器质量和售后服务还不如意，如安装不规范、滤芯更换不及时、运行过程无管控等。他认为，只有解决了这些问题，净水器行业才能得到快速健康发展。

据了解，2011 年家电消费领域投诉的焦点集中在售后服务上面，消费者普遍反映售后服务需要加强。消费者协会专家也提醒消费者，在购买水家电时应该和对方签订协议，具体到哪些需要支付安装费用，而超出协议告知范围的费用，消费者有权拒绝支付。

引入差异化 CODY 和 CS.Dr 服务模式

“自从 2006 年正式进入中国净水市场，熊津豪威一直致力于将其独有的差异化服务模式引入到中国。”黄淳穆介绍，一种是租赁销售模式，另一种则是 CODY 和 CS.Dr 服务系统。

黄淳穆介绍，在韩国，租赁业务在其他家电行业也有使用，但都是针对一些比较昂贵的高端机器设备，消费者先支付一少部分钱，把价值高的产品拿回家用，以后再分期支付其余款项。熊津豪威推出净水器租赁业务的核心是对产品的维修、维护和保质。当时，韩国的消费者也都是习惯于自己买家电使用，

对租赁的模式并不认可。但熊津豪威很好地抓住了消费者对于净水器的真正需求，买净水器是为了喝干净的水，但如果买了产品，不能够对卖出去的产品进行管理，更换滤芯或者清洁机器不及时，那么可能消费者喝到的水会更脏。因此，租赁业务的核心是让消费者通过值得信赖的公司提供的服务，喝上放心的服务理念。

“其实他们租赁的不仅是产品，而是服务。目前熊津豪威净水器租赁在韩国市场已经很成熟，90%以上的净水器以租赁方式销售。”黄淳穆说。

一位家住北京望京地区的刘女士告诉记者，她是从一年前开始租赁熊津豪威净水器的，当时首期付款 500 元，其余款项分三年付清。从开始购买产品到后来的售后服务，熊津豪威的 CODY 给她留下了深刻的印象。

据了解，CODY 是熊津“豪威”的英文及“女士”英文的缩写(COWAY Lady)，即由女性服务人员组成的品质管理专家。为了使消费者家中的产品始终能够保持好的质量，保证消费者使用的品质，CODY 专为消费者提供净水器售前售后的管理。这一营销体系是熊津豪威于 1998 年在韩国创立的，也是其在韩国取得成功的重要因素。

“在购买产品前 CODY 就给我提供相关的咨询服务。安装以后，每两个月 CODY 都按约定的时间到家中帮着做产品的保养及更换滤芯等服务。因为是女性服务人员，给人的感觉更有亲和力，这样的服务让我觉得物有所值。”刘女士说。



熊津豪威净水器全球代言人——韩国超人气偶像组合 2PM

目前，熊津豪威在北京、上海、天津和青岛等 11 个城市开展这些特色业务。

“因为 CODY 的工作时间比较灵活，非常适合家庭主妇，既可以顾家，又可以工作。”据熊津豪威北京 CODY 支局局长崔香兰介绍，熊津豪威的许多产品都是通过口碑宣传，家庭主妇往往更有亲和力。

CS.Dr 服务也叫安装维修专家，也是熊津豪威在 1998 年首次采用的服务模式，当消费者购买产品后或在使用产品过程中出现异常情况时，CS.Dr 们将及时赶到现场为消费者安装或解除故障。CS.Dr 是熊津豪威独特的技术服务系统，它区别于业界一般采取的由销售人员负责安装的惯例，保证了安装的专业性和可靠性。因此，CS.Dr 一般由经过专业培训，技术熟练的男士服务人员组成。

“包括净水器在内的环境电器产品的性能好坏主要根据滤芯决定。”黄淳穆认为，这些产品需要定期维护管理及更换滤芯才能正常发挥产品的性能，因此，熊津豪威的这套营销模式是最适合这些产品的。毕竟，在韩国熊津豪威每年约 90% 的销售额都是通过这一体系带来的。

据透露，由熊津豪威滤芯过滤的水，前不久刚刚通过了清华大学环境质量检测中心的检测，得到了认证。“中国的饮水机市场还有些混乱，不少消费者也开始担心水家电产品的二次污染问题。目前全世界

最先进的逆渗透过滤技术集中在 6 家工厂内，熊津豪威和世韩就是其中的两家。所以，相信熊津豪威可以为中国消费者提供可靠的产品。”黄淳穆说。

业内人士认为，这两种在韩国获得成功的服务模式能否在中国市场顺利着陆，还需要时间的考验。毕竟中国的国情与韩国不一样，但在中国市场才刚刚起步，还需要用中国特色的方式展开。目前在北京、上海、香港这些超大型城市，借鉴韩国的模式还是比较可行的，但在其他市场，还是需要通过代理商、经销商来做更多的推广。净水器行业的发展，产品与服务有着不可分割的关系，而对于中国大部分的消费者来讲，对于花钱买服务的认知还不是很高。如何在净水器的推广中，将产品的销售和销售的有机结合，熊津豪威在净水器销售上的经验和技巧还是值得国内企业及代理商借鉴的。

消费者的认可是对企业最好的回报。作为消费者身边的水健康专家，熊津豪威肩负的是社会赋予净水器行业的“水健康责任”，帮助广大消费者都能喝上健康好水，还有很长的路要走。而为了让更多的中国人了解熊津豪威，选择熊津豪威，熊津豪威签下了韩国 6 人组超人气偶像组合 2PM 作为熊津豪威净水器全球代言人。相信，熊津豪威的年轻、热情、周到的品牌感染力以及差异化的服务将使得大家用水更加放心、喝水更加开心。

您家里的净水器“健康”吗？

熊津豪威提供的不仅仅是净水器

Hi! 我是Cody，熊津豪威品质管理专家

Cody一站式服务，用爱呵护您的家庭健康生活。

确认过滤功能

品质水检

戴一次性手套

清洗水箱

擦拭消毒机体

清洗出水口

外观保养

检查漏水

更换滤芯

无更换滤芯的情况



熊津豪威生活用品(中国)有限公司

北京分公司/北京市朝阳区酒仙桥路甲4号 宏源大厦1301室
上海分公司/上海市闵行区虹泉路1000号 井亭大厦B座802室

咨询电话 / 010-6435-1600
全国客服电话 / 400-818-8100

了解更多 www.xiongjin.cn

