

## 升级容易降档难?

## 运营商套餐乱象调查



## 套餐升级容易降档难

最近浙江温州的周先生为了套餐资费降档颇费了一番周折。上个月月底,他想把39元/月的中国移动手机卡套餐改成8元资费,但接线的移动客服表示自己并无相应权限,需要建工单由客户经理处理。然而,之后来电的客户经理先追问其更换套餐原因,接着又向其推荐59元和79元的新套餐,推销未果后又表示自己没有8元资费的变更权限,周先生需要去线下营业厅办理。

周先生非常不解,继续联系移动客服寻求解决。电话总共打了十几通后,他完全失去耐心,决定“携号转网”。没过多久温州本地工作人员联系周先生,劝其停办携号转网,并允诺给其一定优惠,同时表示自己也没有更改套餐的权限。多番折腾的周先生最后只能去投诉。之后工作人员终于答应给周先生一个折中方案:先为其降档成18元/月的套餐,每月再优惠10元钱,为期三个月,等周先生十一假期回温州时,再去线下营业厅沟通更改成8元资费的需求。

虽然暂时勉强接受这一方案,但周先生依然困惑,“39元套餐改成59元或79元可以直接在线办理,但想降低套餐却如此之难。”

用户口中套餐降档难的运营商并非只有中国移动,另外两家运营商也经常给用户造成类似困扰。南昌的黄先生是中国联用户,去年他想变更自己60元/月的套餐,但中国联通APP内提示他无法降档。黄先生只能暂时搁置此事,五个月后回老家在当地线下营业厅才得以办理完成。另一位投诉者是将近10年的中国电信老用户,想换套餐但每次问客服都被告知目前是最低档,费用几乎每个月130元起步。还有中国联通用户提到,客

服对其称,8元资费是超60岁和持低保低收入人群才能变更使用的套餐。

北京市京师律师事务所合伙人李源评论称,运营商的这类区别对待(升级和降档)属违约行为。“对运营商来说,为用户升级套餐和降档套餐都属于合同约定下应当履行的义务,基于公平原则,在提供同类服务时不应因对自身是否有利而有所差别。”李源还提到,用户办理降档套餐也是在购买服务过程中自主选择服务方式的行为,运营商无权干涉或者对此设置障碍,否则侵犯了消费者的自主选择权。

## 联通暗增套餐、电信“诱骗”升级

除了资费“降档难”,运营商套餐还存在“暗中为用户增订套餐”、“诱骗”升级等情况。河南刘女士这几年使用的是中国联通一款29元/月的大王卡套餐,今年6月她发现,个人资费账单里从两个月前开始多出一个叠加套餐,每月多扣15元,此外还多了个5元短信包。她非常困惑,因为她并未主动订购过这两个套餐。

在和客服沟通未果后,刘女士在中国联通APP内投诉申请退费,但等了几天依然没人处理。刘女士又去黑猫平台投诉,没过多久,中国联通工作人员联系刘女士,主动为其取消多出来的套餐,并退还了之前3个月总计45元扣费。

实际上今年3月刘女士已有过类似遭遇。当时她收到一条短信,通知她开通了一项5元/月的新业务,惊讶的她立即拨打中国联通电话质询,客服才予以取消。

除了暗中增订套餐,也有用户被“诱骗”升级。今年7月,广西刘先生搬家时联系中国电信,咨询搬迁光纤网络相关问题,工作人员回复称,可以搬迁光纤但原有套餐无法

保留。刘先生的手机套餐是114元/月,之前在此基础上办理的宽带套餐是9.9元/月,使用的光纤速率是300M。工作人员表示,由于光纤线路升级,新地址楼宇已经没有原来的套餐,需要更换成1000M速率的,价格199元/月。

新家和原地址相差不到2公里,中国电信的说法难以让人信服,何况自己也不需要那么高的网络速率,刘先生不同意升级。多次沟通未果,刘先生去黑猫投诉平台上投诉,结果不到两天,中国电信的工作人员就来电给刘先生办理了光纤迁移。

“这两种乱象都是用欺诈手段使消费者陷入消费误区,是一种可撤销的民事法律行为,也即合同可被撤销。其本质上也是因欺诈获利,严重侵害消费者权益。”中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍说。

## 合约期内套餐更改更难

对于原有套餐涉及合约的情况,想要更改资费更为复杂,解约除了时间成本,有时还有违约金。

今年2月,深圳的刘先生想要办理套餐降档,但被告知套餐仍在合约期无法办理。但刘先生记得很清楚,自己只在2019年参加过一个活动,第二年合约期已结束。在客服提到的其它合同签订时间,自己也并没有和10086有通信往来。刘先生前后打了5次电话沟通这一情况,最后表示,如果再不能办理就去投诉。面对这一“强硬”态度,工作人员最终给其办理了套餐降档。

今年7月,广西南宁的陈先生也遇到了类似情况,客服反馈说其套餐签了两年合同,到期后才可更换。陈先生在中国移动APP,10086,黑猫投诉和工信部等多个渠道投诉后才得以变更。

李源分析称,合约相关规定是否合规要视具体情况

为给家里老人办理套餐资费降档,一位中国移动用户耗时2个月,往返老家两次,中间还经历一次“不降反升”。近日媒体曝光的用户资费降档难案例引起广泛关注,也再次揭开了运营商套餐乱象的冰山一角。

据了解,手机套餐升档容易降档难并非个例,三大运营商的诸多用户均有类似遭遇。此外,运营商还存在“暗中给用户增订套餐”、“诱骗”用户升级资费”等乱象。而“改套餐后按原套餐收费”、“宣传的无限流量限速”、“高频骚扰用户推销升级套餐”等也被众多用户“声讨”。在黑猫投诉平台上,和三大运营商套餐相关投诉量累计已有数万条。

业内法律专家表示,运营商的这类区别对待(升级和降档)属违约行为。消费者享有自主选择商品或者服务的权利,运营商无权干涉或者对此设置障碍。

而定。运营商与用户所签订的合约套餐,通常会在给予用户一定优惠的同时对用户权利进行一些限制。如果双方对各自权责及签订的法律后果都明晰,正常情况下应当对双方都产生约束效力。目前的突出问题是,多数情况下,在合约签订时,消费者对己方的义务了解并不全面,而运营商工作人员则会夸大用户所能够得到的优惠,致使用户作出错误判断。这种情况下,运营商一方的隐瞒、诱导行为是否合规则存在疑问。

## 现有规范性文件约束有限

早在2006年前后,媒体就曾曝光这类现象。此后数年,随着智能手机和通信技术发展带来的套餐多样化,相关乱象愈演愈烈。仅黑猫投诉平台上,和三大运营商套餐相关投诉量已有数万条,其中,中国移动套餐投诉量29896条,中国联通套餐投诉量23645条,中国电信套餐投诉量8233条。

乱象频出背后,或与运营商的经营业务考量有关。财报显示,三大运营商的营收增速近几年均有所下滑。以2023年为例,中国移动全年营收10093亿元,同比增长7.7%(上年增速10.5%),中国电信营收5078.43亿元,同比增长6.9%(上年增速为9.5%),中国联通营收3726亿元,同比提升5.0%(上年增速8.3%)。实际上,这种降缓的迹象从2021年已经开始。与此同时,三大运营商的毛利率总体上一一直呈下降趋势。

国家相关部门也曾多次出台相关规定。2008年,信息产业部发布了《关于规范电信资费方案管理指导意见》。2017年,工信部相关部门还曾约谈三大运营商,要求企业除了双方合约另有约定外,不得限制用户的资费选择权。

2018年8月,工信部又发布《关于进一步规范电信资费营销行为的通知》,通知提到,电信业务经营者应充分尊重用户自主选择权。在宣传推广资费方案时,对资费方案限制性条件以及有效期限、计费原则等事项也应当履行提醒义务。

在多次文件出台下,为什么上述乱象仍屡禁不止?李源表示,工信部是国务院下属部门,仅由其制定的规范性文件效力不及全国人大制定的相关法律,对运营商约束有限。同时运营商具有垄断优势地位,其面对用户使用的合同多为格式合同,其中条款或对运营商天然有利。

李源表示,消费者在面对这类问题时,应当明确自身所拥有的权益以及认清对方的侵害行为,首先与运营商进行交涉,协商不成可以向工信部等行政监管部门进行投诉,或通过法律诉讼的方式维护自己的合法权益。面对广大用户维权困难的问题,监管部门应加强制度建设、统一监管规范,出台相关指导文件,明确运营商的责任和义务,切实维护消费者合法权益。孙文轩



## 运营商该收起那点“小心思”了

□龙之朱

升档也好、降档也罢,在大数据、智能化的语境下,操作起来不会有太大差别。即便涉及到复杂的权益、沉没的功能,以及服务的变化,那也没什么大不了,至少在技术上不会存在难以克服的壁垒。对于一向以科技创新为标榜的电信运营商来说,一样可以“秒办”。如果运营商会被困在降档里,只能让降档专员手动操作,那也未免让人怀疑企业的技术水准。

如此,恐怕只剩下一种可能了。即运营商之所以设置繁复的门槛,让用户来回折腾、横跳,进而产生“降难升易”的印象,只能说,这是一种导流的算计,希望用户知难而退。联想到平日里很多人都有接到升档电话的经历,可以想见,运营商为了让客户多消费,实在是煞费苦心。

然而,电信服务不应该如此“降难升易”,且不说电信服务已经成为民众生活刚需,现实中升档的比例确实不少,但也不排除有些人群像老人等也有降档的需求,这些需求应该得到运营商积极的响应,不能被各种门槛缠绕、封堵。

这本身也是消费者的选择自由。选什么标准的资费套餐,或者希望产生某些变化,这些都是消费者的合法权益,不该被粗暴干涉。正常的商业服务,本该无条件满足消费者的这些诉求,“来去自由”才能获取信任,也才是激发深层消费的动力。

服务的核心是选择自由,罔顾客户感受,越俎代庖,甚至通过设置门槛间接阻拦消费者降档,这样的做法太过拙劣,已经涉嫌侵犯消费者权益。

技术的进步应该惠及更多民众,引领民众走向广阔的消费蓝海,而不是相反。身为电信运营商,格局不妨打开一些,不要总是玩一些“小心思”。