

“全球联保” ≠ 全球能保

购买前请仔细阅读条款

近日，一则“联想电脑坏了售后让去美国修”话题冲上热搜。王先生在海外购买笔记本电脑时，花费2200元加购了“全球联保”服务，在国内想要维修时却遭到拒绝。记者调查发现，不少消费者，尤其是年轻消费者因价格差异、出差求学等不同因素，喜欢购买海外电子产品，不过在售后保修上却时常被以“缺乏配件”等理由拒绝。对此，律师建议，企业应当提高服务透明度，明确告知消费者“全球联保”的具体范围和限制，同时优化全球供应链和售后服务网络，以提升用户体验；消费者也应在购买前充分了解相关条款，以规避潜在风险。

事件

2200元买的“全球联保”不能用

近日，郑州消费者王先生反映，其高价购置的联想美版笔记本电脑遭遇跨国保修困境。

事件追溯至2023年11月，王先生通过联想美国官网以约合人民币2.8万元的价格购入一台笔记本电脑，额外支付2200元购买了为期四年的“全球联保”服务，保修期至2027年11月。

今年2月中旬，王先生发现设备散热系统出现异常，但当他联系联想品牌官方售后提出保修申请时，却被告知需将设备寄回美国维修。对此王先生质疑道：“仅散热系统故障就要跨国返修？国内服务中心难道不能申请备件更换？”王先生表示：“就一个风扇主板的问题。我说能不能调备件，他说做不到。”

客服告知无法“调备件”的原因是“现在没有这个件，具体需要上报沟通”。联想售后中国服务总部客服回应：“如果有物料可以协调沟通，如果没有，一般还是要回购地维修。”王先生强调所购买的服务是“全球联保”服务，对此，客服却强调王先生购买的是全球有限联保服务。因此，当维修地区缺货或者无货的时候，无法为消费者提供保修服务。

关注

“全球联保”被吐槽变“空头支票”

记者发现，消费者购买海外电子产品的现象越来越普遍，同时海外消费者购买中国电子产品也越来越多。

一方面，不同品牌电子产品的价格在不同地区、不同时间有所区别，比如美国“黑五”、国内“双11”等购物节时的价格就比其他地区优惠20%-30%；另一方面，部分地区的新品上市速度不同，比如欧洲地区手机可能在欧美首发，而中国产品可能在中国首发，消费者选择不同的渠道，可以优先享受到新品。比如苹果品牌新推出的iPhone 16 Pro在中国官网定价为10999元，美国官网同款手机定价为1199美元（折合人民币约为8666.25元）。

本来跨境电商购物，能享受到价格优惠和一些其他福利，是一件特别好的事，但越来越多的消费者体验到：说好的“全球联保”，在需要联保时却变成了“空头支票”。

“我从国外买的戴尔外星人笔记本电脑，购买时承诺2年‘全球联保’，随后带回国使用，结果5个月后就发生故障，戴尔就不给修了。”“在第三方平台购物购买了beats的耳机，2000多元，但是半年后就不出声了，查了下，beats是支持‘全球联保’的。联系客服维修，结果被告知，因为是跨境平台购买的商品，不支持售后”……“全球”保修难，已经成为被不少消费者诟病的问题。

调查

“全球联保”有限定条件

记者看到，目前包括苹果、联想、戴尔、东芝、富士通、三星、惠普等多个电子品牌方都提供“全球联保”服务，不过这一服务也有其

限定条件。

首先是购买渠道。记者随机联系了几家购物平台的不同品牌的授权店，这几家店均表示：“没有办法提供‘全球联保’服务，只能提供全国联保。”在查看了官网之后，记者发现，同款的电子产品在官网就可以提供“全球联保”服务。戴尔、联想、苹果等品牌的京东和淘宝授权店的客服表示：“本授权店没有和官网签署服务合同，因此如果消费者需要‘全球联保’服务，需要从官网联系客服后。”

其次是机型限制。那么是否官网购买的所有产品都可以享受“全球联保”？记者看到，售后条款规定，“由于不同的机型所需要的配件不同，部分机型无法提供全球联保服务”，有的还需要额外花钱。而不少机型则需要加钱换购，从“全国联保”升级为“全球联保”，消费者在购买的时候需要仔细阅读相关条款。

那么，购买了这一服务的消费者，为何仍然难以享受“全球联保”的服务？实际上，仔细查看“全球联保”服务细则，大多都写明了“如果部分地区零件缺货则不提供维修服务”。在联想的事件中，客服正是以“零件缺失”的理由拒绝保修。

追访

个别“全球联保”需提供证明

不过，在采访过程中，记者也看到，一些消费者表示，自己的确享受到了“全球联保”服务，十分欣慰。

目前在德国的赵女士接受记者采访表示，她在国内购买的戴尔笔记本电脑自带“全球联保”服务，但是到了德国之后笔记本就无法开机了。于是赵女士联系了戴尔官方客服报修，虽然客服第一时间告知赵女士“零件延误”，但是两星期后，戴尔工程师提供了上门维修。赵女士表示，她只给官方提供了购买时的“全球联保”号码，不需要其他证明就成功享受了这一服务。

联想官方客服回应记者：“不同的国家和地区对提供‘全球联保’服务的所需手续不同，有些国家和地区只需要购买时官网提供的‘全球联保’号码，有些国家和地区则需要提供护照、出入境证明等。”

提醒

“全球联保”不等于全球能保

“全球联保不等于全球能保”，互联网观察人士龚进辉表示：“事实上，‘全球联保’服务只能以官网发布为准，不过消费者可能并不清楚服务条款细则，尤其是涉及服务范围 and 限制，想当然认为‘全球联保=全球能保’。而联想方面也未尽到明确告知的义务，且理解‘全球联保服务=全球有限联保’，最终导致争议产生。”

为何企业要隐性提高“全球联保”的门槛？天使投资人、资深人工智能专家郭涛表示，企业层面，考虑到维修成本高昂及跨国调配配件的复杂性，企业可能限制异地维修。同时，部分企业可能将“全球联保”作为营销手段，实际服务并未完全落实。消费者层面，信息不对称导致消费者在购买时未能充分了解“全球联保”的具体条款和限制。此外，跨国使用场景下，消费者对维修的及时性和便利性需求各异，保修困难时感觉权益受损。

有律师指出，消费者对“全球联保”的理解往往与企业的实际服务存在差异。许多消费者认为“全球联保”意味着在任何国家都能享受同等服务，但实际上，由于技术限制（如配件差异、设计标准不同），企业可能无法在所有地区提供相同的支持。企业应进一步优化服务流程，例如提供替代方案（如近似配件维修）或更透明地沟通，以减少消费者的不便。此外，企业可以通过加强全球供应链管理，确保关键配件的库存覆盖更多地区，从而提升服务能力。

郭涛建议，消费者购买“全球联保”服务时，需仔细阅读条款，明确联保范围、期限及限制条件；核实全球服务网点，确保常驻或使用区域有便捷维修服务；保留购买凭证，以备享受联保服务；了解产品信息，确保与联保服务匹配。如遇问题，应先与商家协商，无果后向购物平台投诉，必要时可向消费者协会或市场监管部门求助，提交证据维护自身权益。

上述律师也表示，相关部门可加强对跨国服务条款的监管，确保企业提供的服务与宣传一致，避免误导消费者。消费者也需在购买前充分了解相关条款，以规避潜在风险。

据《北京青年报》

