

空调用三年 年年出问题

2015年7月,李女士在吴中区木渎镇金山路一家网店买了一台“格力”空调,价格为3600元,三包期为6年。空调安装使用一个月后,李女士发现这台新买的空调噪音很大,制冷效果不好,且氟利昂味道很重。于是她拨打空调客服热线报修,维修师傅立即上门将空调修好。谁知,到了2016年7月份,空调又出现同样问题,维修师傅再次上门维修勉强能用。结果到了2017年7月,空调干脆“罢工”不制冷了。

无奈之下,李女士只得再请维修师傅上门维修。维修师傅查看情况后,这台空调的高压管和外机坏了,有两种维修方案,一是把外机拆下来送到生产厂家检修,但时间要长一点,估

计要两个月;二是加氟利昂,先用氟,氟利昂用了再加。李女士对师傅提出的两种方案都不满意,就与售后客服联系,要求更换新机。客服工作人员称,需要与生产厂家沟通后才能确定是否换新机。至此以后,售后客服一直给她出招兜圈子。

李女士担心这台空调使用时间太久,过了三包期就不能免费维修了,就叫“12345”便民热线反映,要求商家给延长三包期,并开维修单,并想给维修好空调。如果不能一次性维修好,希望直接更换新的空调。

吴中区消保委木渎分会接到“12345”转发的诉案后,约请被诉店家、售后服务部和投诉人李女士来木渎分会接受调解。后经调解,格力售后服务部同意立即派人上门,将李女士的空调拆下来,寄到售后维修点免费检测维修,一星期之内维修好,并上门安装,同时给这台空调延长1年的包修期。李女士同意此方案。

消保委工作人员告诉记者,根据国家三包规定要求,商品售出之日起7日内发生性能故障时,消费者才可以直接选择退货;超过7天三包有效期的,如果同样故障维修两次仍不能正常使用,消费者可以凭维修者提供的修理记录和证明,由销售者负责为消费者免费调换同型号同规格的产品——符合退货条件的,销售者因无同型号同规格产品,消费者不愿调换其他型号、规格产品而要求退货的,销售者应当予以退货;有同型号同规格产品,消费者不愿调换而要求退货的,销售者应当予以退货。

本案中,李女士的空调经两次维修仍不能正常使用,商家应该给予退货,但前提是用户应提供维修记录,因李女士没有维修单,因此只能继续维修。为此,消保委协调广大消费者,在三包期内,产品维修后要请维修师傅填写维修记录,一旦出现同样的故障维修两次仍不能正常使用,可凭维修单要求商家退货。

(李若兰 吴士明)

姑苏区消保委2017年三季度投诉分析

2017年三季度,姑苏区消保委共接到12315系统转办投诉236件,按规定不予受理的(或受理终止)91件,办结201件,办理中4件投诉为消费者挽回经济损失15.9万元;按投诉消费者来电、来访、咨询2000余人次。

一、按消费类型:商品类投诉79件,其中家用电器26件,占商品类投诉总量的33%,排名第二;服装鞋帽18件,占商品类投诉总量的23%,排名第二;家居用品10件,占商品类投诉总量的13%,位居第三。其余还有通讯产品7件;首饰5件、交通工具4件、食品和饮料3件、其他商品及装饰装修2件、保健品及计算机产品各1件。

服务类投诉122件,其中制作保养维修服

务24件,占服务类投诉总量的20%,排名第一;房屋装修服务25件,占服务类投诉总量的19%,列第二;美容美发洗浴服务及餐饮住宿服务各14件,各占服务类投诉总量的11%,并列第三。其余还有教育培训服务13件,销售服务9件、文化娱乐体育服务8件、专业技术服务6件、中介服务和物业服务和其他服务各2件、洗染染色服务和卫生保健社会福利服务和社区服务和维修服务及电信服务各1件。

二、按消费途径:合同类79件,占投诉总量的33%,居首位。其中利用预付卡(卡)方式侵害消费者权益3件,质量类51件,占投诉总量的21%,居第二位。售后服务类42件,占投诉总量的21%,居第三位。其余还有其他类26

件,不正当竞争(虚假宣传)2件、计量1件。

三、情况分析:家用电器与维修鞋帽类商品投诉数量最多,因为这两类都是与百姓日常生活联系最紧密的商品,变得多而投诉也多,这是正常现象。最近值得注意的,是保健品类投诉减少较多,一方面通过消保委及社会各界不遗余力的宣传指导,老年人在保健品消费方面几年来的谨慎性;另一方面保健品企业通过前几年几轮的投诉潮,近年产品优胜劣汰,经营行为趋于规范。

但是,最近也有一种新现象需要大家警惕。一是所谓艺术品、收藏品投资企业将目光盯住了老年群体。姑苏区消保委多次接到老年朋友有关此类企业的咨询和投诉,这些企业的

商品一般为“名人”字画、纪念币或工艺品,他们以“收藏若干年后可拍卖实现有巨大升值空间”为诱饵,吸引老年人高价买下这些商品。等老年人发现这些商品并不具有商家宣传的高收藏、升值及绝卖也是“空心汤圆”而提出退货时,企业又以各种理由推诿,甚至有些挂名的文化艺术品公司以理财收藏为名目,口头承诺购买实物艺术品后可按一定的利率返还,但购买合同中并无具体条款注明,致使售后无法兑现,消费者就投诉也找不到合同依据。

艺术品市场鱼龙混杂,商品本身无确定的价值,以升值空间大为诱饵,致使一些老年消费者人其陷阱而无法脱身,商家存在欺诈的嫌疑。

(曹峰 一译)

商品缺标价 误导惹纠纷

前不久,张家港市民张女士来到大新镇一家超市购物,在收银台结账时,她查看了一下小票,发现其中一款2kg装“汰奇”牌的洗衣液收取了52.8元,她觉得很奇怪,当时明明看到这款洗衣液旁边的价牌上标示是29.9元,怎么到了收银台就“涨价”了,她问收银员这是怎么回事,收银员说,超市内确实有29.9元的洗衣液,但张女士选的这款是52.8元,因为最近有事,张女士误工费跟超市交涉,办完事后,她来到张家港消保委大新分会投诉。

分会工作人员接诉后来到投诉超市,现场查看该品牌洗衣液发现,“促销价29.9元”的价牌位于两排洗衣液中间的位置,而收银员所说的52.8元洗衣液没有任何价牌。随后,分会工作人员找到超市店长,同时指出,超市内促销牌明显有问题,该促销价牌易造成误导了消费者,让消费者取了价高洗衣液,误以为是促销商品,希望超市马上对这款洗衣液标明正确的价格,并对相关负责人进行职业道德和工作责任教育,同时妥善解决此次纠纷。

经分会工作人员批评教育,投诉超市店长表示,今后一定吸取教训,认真审查管理责任,杜绝今后再发生类似的纠纷,同时分会工作人员调解,超市退还张女士两件商品的差价,并赔偿现金300元。

(吴若兰 曹峰)



张译一画

问题商品要换货 “皮球”一圈回原地

8月11日,吴先生在LOCK LOCK厨电广场买了一只水杯,使用时发现有瑕疵,8月19日,他打电话到该店协商换货,因购买时只有微信购买凭证没有小票,营业员说没有小票无法处理,让吴先生联系店长,随后,吴先生电话联系店长,店长说超过7天退换货无法处理,让吴先生再跟LOCK LOCK客户服务部联系,于是吴先生只好打电话与客服联系,结果客服态度不上进,星期一,吴先生再次联系LOCK LOCK客户服务部,客服人员说吴先生,投诉应该去门店解决,就这样,皮球踢来踢去又踢到原地。

无奈,吴先生只好耐着性子再次联系店长,店长还是以前同样理由,即“超过7天不能处理”回绝,让吴先生去找客服解决,吴先生对店员的处理十分气愤,认为LOCK LOCK售后服务太差劲,让吴先生一而再、再而三地打电话,一次又一次地“踢皮球”,完全没有服务顾客的常识,对产品缺陷给消费者带来的困扰从未想过要解决问题,只是一种推诿,这不是一家品牌零售店应该有的服务,为此,吴先生于8月21日向苏州工业园区12315热线投诉,希望在相关部门的协调下要个说法。

8月22日,苏州工业园区区市场监管局接中心工作人员与吴先生取得联系,详细了解了情况,并把他的诉求向店方通报,希望店方重视顾客的诉求,拿出解决办法,不要推来推去,这不是一个品牌店对待顾客应有的态度,店长对投诉报中心工作人员的好评表示感谢,经过沟通后同意为吴先生的杯子作换货处理,吴先生对调解结果表示满意。

(朱雪峰 曹峰)

维护消费者权益 反映消费者呼声 提供消费信息

欢迎订阅《消费者周刊》

苏州地区征订号 27-998,每周四出版,24版。2018年度《消费者周刊》开始征订,全年订费60元,可到苏州各邮政支局或本刊编辑部(盘胥路485号401室)订阅,月月可订。订阅咨询电话:68152761 68152763

构筑消费平台