

宁波市消保委发布2016年度受理投诉情况分析报告 定制家具成消费投诉新热点



近日,宁波市消费者权益保护委员会对外发布上年度受理投诉情况分析报告,2016年全市各级消保委及成员单位共受理投诉98479件,为消费者挽回经济损失8371.49万元。其中宁波市消保委秘书处和县(市、区)消保委组织共受理消费者投诉5130件,解决4801件,为消费者挽回经济损失637.68万元。具体而言,质量投诉最多,共1755件,占总量的34.21%;虚假宣传投诉增幅最大,共404件,比2015年增380.95%。

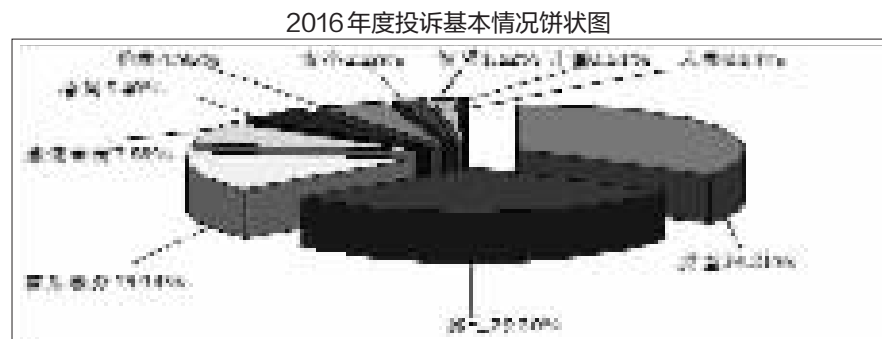
在对5130件消费投诉的细化分析中,市消保委列举2016年度消费投诉十一大问题,具体包括:虚假宣传投诉、价格投诉、家电投诉、汽车投诉、电信服务投诉、网购纠纷投诉、房产投诉、定制家具投诉、食品类投诉、手机投诉和预付式消费投诉。而且对每一大类问题,不但有数据,更有详细的重点问题分析,在此,笔者从中挖出几个重中之重,以期为广大消费者日常消费提个醒。

A. 虚假宣传投诉增幅最大

2016年度涉及虚假宣传的投诉404件,与上年同期的84件相比,增幅为380.95%。这类投诉主要集中在食品、家电、服装类以及美容、婚介服务类,投诉焦点为商品性能和服务品质。从具体投诉来看,四方面问题凸现:

第一,保健食品宣传疗效,普通食品宣传功效。一些食品生产、销售者违法宣传,在保健食品外包装、说明书上标称“本品对治疗某某疾病有一定疗效”;在“QS”标注的普通食品上违法宣传“提高免疫力、改善睡眠质量、抗疲劳”的功效。

第二,家用电器夸大



宣传产品功能。比如一些空气净化器、净水器经营者夸大宣传净气、滤水效能,虚假宣传对某类人群、某种物质能起到某种作用,实际上,只是促销噱头,有名无实。

第三,美容、婚介机构虚假宣传,招徕顾客。

美容机构推出的医疗美容、生活美容效果诱人,婚介机构提供的服务内容应顾客所需,中顾客下怀,然而这些服务承诺只是看上去很美,实际上无法兑现。

第四,第三方电商平台核查不到位,为虚

假宣传提供渠道。一些入驻平台的生产、销售商提供的商品、服务宣传内容本身就是虚假的,由于电商平台未经仔细核查,甚至不核查,为图省事直接引用,导致虚假内容直接传递到网购平台,在电商网页中传播。

B. 家电售后维修难投诉占比较高

2016年度共接家电维修投诉1199件,其中关于售后维修的占了较大比例。主要投诉的问题有五:

一是维修收费不规范。投诉维修者利用消费者对家电维修业认识的盲点,虚报零部件价格,或者谎报维修部件,故意多

收维修费用。另外也有投诉上门无论有无质量问题或能否修理,均要收取相关费用。

二是“小病大修”或多次维修问题。由于信息不对称,消费者遭遇“小病大修”“无病乱修”等情况。

三是保修期内,不留维修记录。按规定:三包期内,连续修理两次以上,消费者可以要求退换。但是部分维修工并不主动为消费者书写维修记录,这给后期维权造成取证困难。

四是无零配件。无零

配件一方面导致维修超期可换货无法实现,另一方面五年内保障有零配件成一纸空文。

五是家电维修商假冒品牌售后。一些不法家电维修商冒充品牌售后,不但让消费者蒙受损失,而且留下了安全隐患。

C. 汽车投诉约四成落在购车环节

2016年度汽车投诉共289件,位居商品类投诉第二位,比去年增长了24.57%。购车环节纠纷较集中,相关投诉约占全部汽车类投诉的四成,主要问题有:

第一,实际车况与宣传不符。消费者购车时轻信商家的广告宣传和口头介绍,支付定金或预付款确定购车意向后,又发现车辆情况与实际不符,要

求退款而起纠纷。

第二,混淆“定金”与“订金”。如果消费者是支付“定金”后不购车,经销商可以没收“定金”;若是经销商不按约定交车,则须双倍返还“定金”。但在实际交易过程中,“订金”和“定金”常常被混淆,甚至单方面由经营者说了算,于消费者来说十分不公平。

第三,购车后不兑现

承诺。在推销时,部分汽车销售人员为了业绩和提成,会口头承诺一些购车优惠,如赠送车载导航、加油卡、免费提供贴膜、车内装潢等。但当车辆售出后,又会以各种理由减免优惠。

第四,加装、赠品以次充好。与上一个异曲同工,即经销商以赠送各种配饰或给予价格优惠为噱头,吸引、诱导消费者购买更多加

装品或者所谓的“大礼包”。但事实上加装的各种配件可能并不是必需品,而且还存在以次充好、甚至是“三无”产品的情况。

第五,捆绑销售车险、车贷。此类现象在我市相当普遍,具体有搭售保险的,有要求购买“全险”的,有缴纳“续保押金”的,也有收取按揭手续费,甚至还有难退回还贷保证金的。

D. 电信位列服务类投诉之最

2016年度电信投诉共177件,位居服务类投诉首位,与去年的80件相比,增幅为121.25%,增幅位居第三。投诉主要表现在以下四个方面:

一是签订协议内容和程序不明确,消费者稍不小心

就可能掉进收费陷阱,而且往往签订容易退订难。

二是一些套餐和资费项目宣传,只宣传对消费者有利的,如“零月租”“存话费送手机”等,却未对活动内容作全面细致的介绍,一旦实际与消费者

的理解有偏差,很容易让消费者感到虚假受骗。

三是在设置最低消费、固话与宽带绑定后,其中一项业务欠费,另一项业务也立即停止服务。

四是免费、优惠项目结束后,套餐进入计费阶段,

在这一节点上,运营商向消费者告知并确认不再享有免费与优惠情况下,是否套用套餐进入计费,服务欠规范,告知不明确,导致消费者认为未经其同意,擅自增加套餐,产生不明资费,进而引发投诉。

2016年度投诉居前五位的商品与服务

位次	商品类		服务类	
	名称	件数	名称	件数
第一位	食品	521	电信服务	177
第二位	汽车	289	美容美发	176
第三位	家用电器	199	文体娱乐服务	93
第四位	手机	159	餐饮服务	92
第五位	空气调节产品	157	销售服务	80

E. 定制家具成消费新热点

与成品家具相比,更加实用、灵活的定制家具成为家具消费的新热点。2016年度家具类投诉共63件,其中定制家具约占三成。

第一,报价低、结算高,计价约定有蹊跷。为吸引顾客,商家在定制家具报价时常常只报一个基础费用,即按固定的简易基本格局笼统计价,价格看上去颇为实惠。然而消费者要增加配件或改变格局时普遍会被要求加价。

第二,材质约定暗藏玄机。在我国实木家具分为全实木家具、实木家具和实木贴面家具,很多消费者常常将实木家具误认为是所有木质部件均采用实木制作的家具,但实际上只有全实木家具才是如此,而实木家具、实木贴面家具只是基材采用实木制作。一些商家恰恰利用了这一点,在口头宣传、推销中将实木家具、实木贴面家具统统

介绍为全实木,但在书面约定中则标称“实木家具”。一旦消费者发现上当想要维权时,也有苦难言。

第三,产品质量问题引发投诉。一些商家设计、制造能力不过硬,导致产品因设计走样、做工粗糙、材质异味、尺寸误差、色差严重等频频引发投诉。

第四,安装施工环节造成家装损坏。一些商家为压缩运营成本,将物流配送和安装业务外包给第三方公司操作,由于一些第三方公司缺乏专业性,安装人员欠缺施工经验技术,安装时造成家具、地板磕碰、损坏。

第五,售后退货不易,维修困难。定制家具商家往往只修不退。一些定制家具使用一段时间后,出现变形、零部件脱落等现象,一些商家售后服务人员少、力量弱,消费者的维修要求很难获得满足。

■ 相关新闻

我市召开纪念3·15国际消费者权益日大会

3月13日下午,我市召开纪念3·15国际消费者权益日大会,会上同时发布了2016年消费维权报告和2016年宁波旅游环境消费体验评价报告,表彰了2016年消费维权先进集体和个人,对11家被评为首批市级“放心消费示范区”企业、9家行业协会投诉调解中心和6家宁波市金融消费者维权服务站进行授牌,还举行了2017年“网络诚信 消费无忧”年主题活动启动仪式。

2016年我市各级

消保委及成员单位坚持维权立体化的目标和导向,紧紧围绕“新消费我做主”年度主题,切实履行《消法》赋予的各项职能,全年共解答咨询235019件,受理投诉98479件,为消费者挽回经济损失8371.49万元,建立消费教育学校(中心)基地152个新增4个,开展消费教育活动150余次,开展消费体验31次、消费调查23次、商品比较试验4次,发布消费警示166条,发放宣传资料7.48万份。