

3·15消费者权益日 变成市民“消费日”

□本报记者 王婷 叶红

一年一度的3·15消费者权益日,是全体消费者的节日。在各种各样的咨询服务、消费投诉、出击打假、伪劣曝光、诚信签名等活动开展的同时,记者在采访中也注意到,3·15期间,信阳市大小商场、超市的促销、降价活动层出不穷。家电、手机、珠宝等许多卖场不约而同地把这一天当成树立企业形象和推销产品的良机,竞相开展各种商业活动,使3·15消费者权益日变成了市民的“消费日”。

市区和美广场七楼西亚电器城举办了“诚信3·15西亚电器特惠周活动”,卖场内各大品

牌均有优惠,格力、美的电器的促销广告格外醒目。“真实让利!绝对给力!”、“豪礼大派送”、“全年最低价”等优惠口号,大大刺激了消费者的购买欲。正在挑选家电的王先生告诉记者:“要搬新家了,准备买一台冰箱,经过一番比较后,还是觉得西亚电器城举行的3·15优惠活动最给力,并且还能享受双售后(厂家售后和西亚公司售后)服务。”该卖场负责人向记者介绍,3·15的到来,给商家的经营带来了挑战,也带来了商机。卖场推出主题活动,就是希望以此为契机,不断增强服务能力,以满足消费者日益增加的个性化、多样化的服务需求,为消费者带来更多的实惠和保障,从而提高卖场的品牌形象。

在市新玛特北门,新天地广场紫玫瑰婚庆定制中心,店家举行了“同样一颗钻,价格省一半”优惠活动,精选GIA证书半克拉J色VS2净度裸钻,限量特惠11999元。该店经理告诉记者:“我们的钻石品质有保证,在3·15期间做活动,可以让消费者对产品更加信任。由于消费者对3·15的关注度比较高,对于商家来说,也是一个赢得市场的好机会。”

新天地广场迪信通手机店也举行了“3·15放心购,抵制黑手机维权万人签名活动”,征集万人签名,凡签名顾客,均可到迪信通手机连锁店领取精美纪念品一份,购机还有四重惊喜。

手机店负责人表示,随着市场的不断发展,我市手机市场已是品牌林立,想要分到一杯羹,必须使出浑身解数开展促销。对于商家来讲,3·15也是他们营销计划的一部分。

对于3·15期间商家热衷营销的状况,一些消费者认为,在此期间,商家从事经营活动大多较为谨慎,消费者自然可以放心购买,所以商家借3·15开展营销没有什么不妥。

市工商局工作人员认为,商家从以前的害怕被投诉,到现在主动参与到3·15活动中,在消费者面前主动“亮剑”,展示自己的产品和企业形象,这是一个进步。这种现象促进了消费者与商家的互动,对于打造和谐放心的消费环境是有利的。



肯帝亚地板甲醛超标五倍

消费者投诉 厂家不予解决

近日,中国质量万里行不断收到消费者对肯帝亚地板的投诉。

地板甲醛超标5倍

河南许昌的张女士于2009年8月购买了一批肯帝亚地板。在送货时,张女士发现地板有异味,商家解释说是天然的封蜡散发的味道,晾几天就好了。可是到了2010年夏天,张女士发现地板的气味越来越刺鼻。

于是,张女士请有关检测机构到家中检测空气质量,检测结果显示甲醛超标5倍,引起了张女士的重视。

由于在铺装地板后剩下几块肯帝亚地板,于是张女士联系商家要求将剩下的地板送回厂家做检测。但得到经销商和厂家的答复是:由消费者个人对其地板出具国家认证机构的检测报告。

据了解,我国国家标准《实木复合地板》规定:A类实木复合地板甲醛释放量小于和等于9毫克/100克;B类实木复合地板甲醛释放量等于9毫克~40毫克/100克。《国家环境标志产品技术要求——人造木质板材》规定:人造板材中甲醛释放量应小于0.20毫克/立方米;木地板中甲醛释放量应小于0.12毫克/立方米。中国家具标准化中心制订的强制性标准《消费品使用说明第六部分:家具》中规定:从2005年10月1日起,家具生产

商必须对所用家具材料、涂料实际含有的有毒或放射性物质等控制指标给予说明,必须标明甲醛的确切释放量,并通过说明书等方式向消费者明示。

张女士认为,肯帝亚地板将本属厂家应出具的产品指标说明推给消费者,实属一个天大的笑话。

肯帝亚业不予解决

在接到投诉后,中国质量万里行投诉办工作人员拨通了江苏肯帝亚木业有限公司的客服电话。在向客服人员沟通完张女士投诉的情况后,客服人员表示应联系肯帝亚地板福建区经理。随即,投诉办工作人员拨通了顾经理电话进行核实,顾经理表示,肯帝亚产品质保期为一年,质保期内出现质量问题,如不是人为原因损坏公司负责维修。

于是,中国质量万里行投诉办工作人员再次联系到泉州王女士,告知她可以与顾经理沟通解决此事。2012年2月4日,王女士拨打肯帝亚地板福建区顾经理电话,但得到的却是对方“无法解决,爱怎样就怎样”、“地板没问题,是心理有问题”的回答。王女士认为,作为品牌区域代表,代表的是品牌的形象,像肯帝亚地板福建区经理如此回答消费者,伤害的不仅仅是品牌形象,更是消费者的信任和购买信心。

(据《中国质量万里行》)



信阳千盛百货自2008年开业以来,为广大消费者提供了一个轻松、幽静的购物环境。走大众流行路线的千盛百货,商品质量有保障、价格实惠,赢得了顾客的好评和信任。3·15消费者权益日当天,千盛百货将举办“诚信3·15放心购”、“购物满额中大奖”等活动。商场春装全场低至3.8折,超市内多种日常用品打折促销,青菜、水果打出“惊爆价”,有的甚至“买一送一”。图为市民正在该商场选购商品时的情景。

本报记者 王婷 通讯员 尹燕丽 摄

消费广场 新闻部

负责人:王婷

电话:6221069 13837632729

邮箱:wjgwgc@126.com

敬告读者

伴随着3·15消费者权益日的到来,本着“和谐购物,阳光消费”的宗旨,《消费广场》专版将受理你在购物消费领域的投诉,切实为广大消费者排忧解难,并指导消费者如何规避消费风险,有效维护自身权益。

投诉电话:6221069 13837632729。



手机品牌投诉三星居首

手机终端是近年来消费质量投诉的“重灾区”,其中国绕着终端厂商和手机品牌质量问题等投诉依然层出不穷,如手机质量、售后服务等问题。而最新涌现出的手机恶意程序、内置SP收费菜单等更是令消费者防不胜防。

在调查被投诉的手机品牌中,三星居首,天语第二,诺基亚排第三。和前几年相比,消费者对三星手机故障投诉有上升的趋势,究其原因,除了产品本身的问题外,还与其销量和市场占有率有很大的关系。笔者分析,三星手机在中国的市场占有率排第二,在销售量增加的同时,投诉量也会相应有所提高。加上市场竞争的压力,厂家为控制成本往往会偷工减料,导致产品的品质不能得到保证。这同样也是大多厂商产品存在问题的弊端所在。

(据《中国网》)

哈佛电热水器家中自燃

消费者购买的商品出现质量问题,商家就应该给个说法,但想要让有些商家很痛快地给说法,目前看来不是所有的消费者都有这样的待遇的。最近邵先生就遇上了一件麻烦事,他购买的商品出现问题后,商家处理问题的态度让他很是不满。

2006年,邵金泉为了生活方便,他一次性购入了3台哈佛即热式电热水器。近日,正在家中的邵金泉忽然闻到一股烧焦的味道,原来是家中的电热水器自燃着火了。看着已经烧化了的热水器外壳,邵金泉认为这是质量问题。

近日,邵金泉找到商家希望能有个说法,可是售后维修人员认为出现这样的问题,可能是个意外。邵金泉表示不能接受。而对于邵金泉坚持要退货,售后人员认为机器已经过了保修期和三包服务的期限,他们只能进行维修。

目前,邵金泉表示,他将联系相关部门对发生自燃的电热水器进行检测,他一定要为自己讨个说法。

(据《维权网》)

美宝莲和兰蔻广告遭遇禁令

近日,英国广告标准局对化妆品广告发布禁令,剑指法国化妆品巨头欧莱雅旗下美宝莲和兰蔻两个平面广告,理由是这两个广告在后期制作时有意美化模特,误导消费者。美宝莲和兰蔻当天均发表声明,对广告标准局这一裁定表示遗憾。

据悉,遭禁的两个广告分别是由明星朱莉娅·罗伯茨代言的兰蔻奇迹薄纱粉底液和由名模克里斯蒂·特林顿代言的美宝莲抗衰老粉底“The Eraser”。英国广告标准局说,欧莱雅不能证明在杂志上刊登的这两个广告准确表现产品效果。“我们接受广告使用数字处理技术,但应该以真实方式呈现。”法新社引述广告标准局发言人马特·威尔逊的话报道,“在这两个广告中,我们不满意后期制作技术没有夸张产品功效这一说法。”

(据《新华网》)

虚假打折 虚假特价

商场购物谨防“五大陷阱”

□本报记者 王婷 程云

今天是一年一度的3·15消费者权益日。沁河区消费者协会敬告市民:商场购物时要擦亮眼睛,谨防可能遇到的几类欺诈手段,巧妙防范“美丽陷阱”。

陷阱一: 虚假打折

一些商家在促销时,常常和消费者玩起虚假打折的把戏。经营者采用先提高原价再打折的方式,造成大的价格差欺瞒消费者。

消协点评:消费者应货比三家,冷静对待商家采用提高原销售价格再打折的方式。虚构原价,并谎称降价或即将要提价,诱骗消费者购买。在促销活动中,商家对原价必须提供交易记录和票据。原价是指经营者在本次降价前

7日内,在本交易场所成交的、有交易票据的最低交易价格。如前7日内没有交易价格,以本次降价前最后一次交易价格作为原价。

陷阱二: 虚假特价

商家以“特价”为诱饵,借机将积压商品甚至劣质商品兜售给消费者。

消协点评:注意区分“处理商品”和“打折商品”。处理品是因商品有一定瑕疵,但不影响使用而降价处理,不享受“三包”,商家在销售时应明确告知;打折商品则不同,它与商品质量无关,是商家促销的手段。打折商品若有质量问题,应一律视为正常商品执行“三包”政策。

陷阱三: 买一送一

商家赠送的不是与所购商品相同的商品,而是“买大送小”、“买好送差”。换季大减价、清

仓大甩卖时,部分商品放置时间过长,已过保质期或临近保质期,甚至有残次品掺杂其中。有些消费者图便宜,喜欢购买反季特价商品,等到真正使用发现有质量问题时,商品通常已超过“三包”期限。

消协点评:“买一送一”变“买大送小”,这种钻空子手段在多种商品销售上可能出现,因此消费者在花钱之前,一定要向商家了解清楚优惠部分的相关规则,做到明明白白消费。对“买一送一”的促销手段,消费者不应为了贪小便宜,而大肆购买这类产品。一旦发现赠品是不合格产品,消费者也不要认为自己没花钱购买,就自动放弃合法权益。

陷阱四: 消费赠券

一些百货企业为招揽顾客,采取消费满一

定数额即获现金赠券或优惠券等促销手段,但限制这些优惠券的使用范围。结果,可以用优惠券购买的往往是高价格、高利润的商品。其实,商家就是借此不断刺激消费者的购物欲望,引诱消费者掉进循环购物的怪圈。

消协点评:不要被“打折、返券”迷惑,盲目购买不需要的商品,用不上反而造成二次浪费。

陷阱五: 清仓甩卖

不少商家打出“半价大甩卖”、“拆迁最后几天热卖”、“因本店经营期限已满,所有商品一律三折优惠”等招牌,引来不少消费者选购。然而,这些商家往往不但没有降低商品价格,有的甚至暗中涨价。此外,少数商家不提供发票,商品如果出现质量问题,消费者会因为缺乏证据而难以维护自身的合法权益。

消协点评:虽然部分商家“大甩卖”的确是因为停业、装修之类的真实原因,但“挂羊头卖狗肉”的现象还是时有发生。天上不会掉馅儿饼,消费者一定要提高防范意识,购物时多留个心眼儿,仔细查看商品质量。购物后向商家索要购物凭证和发票等,以便日后自己的权益受到侵犯时有证可查。

迁坟通知

为进一步加强国家级公益林的管理,确保森林资源安全,预防和减少森林火灾的发生,计划在震雷山建设森林防火管理站。根据《殡葬管理条例(国务院令225号)》第十条规定“禁止在林地建造坟墓”的规定要求,需要对位于震雷山北麓,林场边界以西,淮河沿河路以上长800米宽200米范围内(碑湾厂东边),林场林地范围内的土地进行开挖整理。凡在上述用地范围内的现有坟墓均为迁移对象,请各坟主在通知之日起至2012年4月10日前自行迁移清理完毕,请相互转告,逾期作无主坟处理。

有关迁坟事宜联系方式:
联系电话:6396708
联系人:万师斌 13607608292 王伟 13461525950
高家成 13837689216

特此通知

信阳市南湾实验林场
2012年3月15日

声明

兹有叶长婷毕业于黄河科技学院临床医学专业,其专科毕业证书(证号:118341201006003147),因不慎丢失,特声明作废。

声明

兹有信阳华祥鸚岛国际旅行社有限公司营业执照副本(证号:411500100007487),因不慎丢失,特声明作废。

声明

兹有河南佳明房地产开发有限公司行政章、法人代表印、鉴章、财务专用章、合同专用章各一枚。现声明原印章从即日起全部作废。

河南佳明房地产开发有限公司法人代表王泽明
2012年3月13日

声明

兹有潢川县华津天齐物业管理有限公司税务登记证副本(证号:信潢国国税413024679485584),因不慎丢失,特声明作废。

声明

兹有信阳华银珠宝商业经营有限公司税务登记证正、副本(证号:税登字411502716785480号),因不慎丢失,特声明作废。

信阳华银珠宝商业经营有限公司
2012年3月13日

信阳协和医院

市医保、新农合定点医院

健康社区

男科: 郝东风 主任医师
电话: 6206888 8555
手机: 13343768889

妇科: 李淑芹 主任医师
电话: 6206888 8266
手机: 13343768882

河南中医学院毕业,从事男性疾病的临床诊断与治疗20余年。擅长用中西医结合治疗、物理治疗各种男科疾病,对性功能障碍、男性不育及男性泌尿生殖感染和前列腺炎、前列腺增生(肥大)的防治工作有着丰富的临床经验。在全国专业性杂志及性学术会议上发表论文10余篇。

健康热线: 6206888 地址: 市人民路与工区路交叉口(中泰市场对面)