

化解纠纷为群众 倡导诚信促企业

——市消保委居饰材料专业办公室积极开展消费维权工作 ◆ 肖石文

用专业精神 解决消费者投诉

市消保委居饰办依托上海市建筑科学院、上海市建筑材料及构件质量监督检验站、上海市建筑材料行业协会等专业单位组建了一支专家志愿者团队,始终注意发挥专家志愿者的专业优势,使专家形象植根于消费群体,使专家作用发挥在维权阵地,为维权工作提供了强有力的专业技术支持,成功解决了多起争议金额较大的投诉案件。

比如,王先生反映所购买的某品牌桦木地板材质非常疏松,用手就能剥落,因而怀疑该地板材质并非桦木制作,而是厂家用其他品质的木材加工压制而成,要求厂家承担“退一赔一”的欺诈赔偿。对此说法,厂方当然无法接受,坚称自己的产品货真价实。就在双方僵持不下时,市消保委居饰办请来了专家协助调解。经过认真细致的鉴定和分析,专家给出了结论:该地板材质确系桦木,造成王先生所称现象的原因是作为原材料的桦木在仓储过程中受潮朽化,而生产企业在加工制作时又未充分烘干所致。在宣布鉴定结论的同时,专家又严肃地向厂家指出:虽然厂家在材质上没有欺诈消费者,但造成这一问题的根本原因还是在于其未严格遵循规范的工艺流程操作所致,因此,按照国家法律法规规定和行业规范,厂家理应对消费者的相关损失进行赔偿。对于专家令人信服的论断,企业和王先生均表示认可。最终,在市消保委居饰办的耐心细致调解下,在专家的积极参与下,双方友好协商使问题得以妥善解决。

又如顾先生因家庭装潢之需,购买了10平方米左右的新华联石英石。但在安装过程中,发现该“新华联石英石”有仿冒之嫌,即向市消保委居饰办投诉。经市消保委居饰办反复核实,发现该销售商曾作过高于有关法规的书面承诺。经协调,根据《消费者权益保护法》、《产品质量法》,最终按“退一赔七”处理。

陈先生在一家家居市场内某个门店定做了四扇磨砂玻璃移门。但厂方实际交付的并不是磨砂玻璃,而是贴了一层磨砂塑料膜的普通平板玻璃,遂与厂商联系,要求按照约定提供产品。但厂方不同意,认为陈先生订购的就是这种贴膜和普通玻璃。市消保委居饰办接到投诉后,即与厂方联系,厂方坚持认为订单的价钱绝对不可能做磨砂玻璃。此外,还提出因为陈先生住在11楼,电梯狭小又不能放,只能人力抬上去,搬运的费用还没有跟陈先生算等等,并一再强调要他再补偿些差价。在协调中,市消保委居饰办坚持订单就是合同的主张,要求厂方诚实守信,应当严格兑现合同承诺。在材质和费用上有什么困难应当在下单之前和消费者说明,不能出尔反尔。通过不断沟通,最终厂方同意帮陈先生重新做磨砂玻璃,并且从安全角度考虑,在玻璃上再贴保护膜防止爆裂造成伤害。陈先生很满意。

用调查数据 提供商品和服务信息

市消保委居饰办围绕热点、焦点问题,开展了一系列社会监督活动和商品的比较试验。

随着装饰材料加工业的细化,室内木质门已逐渐发展成为一个工厂化、标准化的独立建材子行业。越来越多的消费者会在装修时选择去商场购买室内木质门成品,不仅节省了装修时间,更加美观。但是,随着各类品种繁多的室内木质门的出现,消费者在选购时也犯了难。为此,市消保委居饰办专门开展了一次比较试验,从本市大型建材商场、超市中随机定做购买室内木质门,委托第三方机构按照国家有关标准进行了检测。在对19件样品的检测中发现,有1家企业的木门漆膜附着力不符合标准要求。漆膜附着力是反映漆膜与木门表面之间的粘接力,漆膜附着力差说明粘接力弱,使用中漆膜容易脱落、分层和泛白等,影响木门使用寿命和美观。国家标准规定必须达到或优于3级。此外,分别有1件实

近年来,上海市消费者权益保护委员会居饰材料专业办公室认真处理消费者投诉、积极开展对市场的监督,大力推动企业自律、规范引导家庭装饰建材行业健康、有序发展,在倡导诚信、扩大内需、创建和谐的经济和社会建设活动中,赢得了企业和消费者的赞誉。



市消保委居饰办召开2012年度消费维权专题恳谈会



市消保委居饰办召开“3.15”活动研讨会

木门和1件实木复合门样品的漆膜硬度不符合标准要求,在使用过程中漆膜容易被划伤或者出现永久性划痕等,影响木门的使用寿命和美观。还有3件样品明示产品类型均为实木复合门,实际产品类型应为木质复合门,这两种类型门的生产工艺以及价格存在较大的区别,通常实木复合门售价高于木质复合门。据专家分析,多数消费者不清楚木门类别和定义,无法识别木门内部真实结构,通常也不可能破坏木门去辨识,部分生产企业或经销商便利用这一点,故意不按实际产品类型命名,将木质复合门标称为实木复合门,提高产品的售价,以低档充高档,误导欺骗消费者。而在7件实木门样品中,有4件样品的木材名称标示与实际不相符。如有的实木门,其木材名称明示为红胡桃,经检测其实际木材名称为漆树科坎诺漆属的坎诺漆。据专家分析由于木材名称类型多样,使用比较混乱,市场上没有统一的规范和要求,导致消费者很难分辨。不法商家便以编造品名、混淆木材名称等方式,用低档木材冒充高档木材,赚取高额利润。

水嘴(俗称水龙头)是现代家庭厨卫中必不可少的用水器具,为此,市消保委居饰办从本市大型建材商场、超市中随机购买了27件样品,委托第三方机构对阀体强度、流量、管螺纹精度、盐雾试验(24h)、铅、铬(六价铬)、砷等7项指标进行检验。经检测,符合标准的15件,不符合标准的12件,符合率仅为55.6%。存在的主要问题有:管螺纹精度不达标、盐雾试验不符合标准、铅、铬(六价铬)、砷超标等。专家指出,通过本次试验可以发现目前国内水嘴产品在盐雾试验方面存在明显的两极分化现象,质量好的产品采用的原材料和加工工艺都较好,完全能够达到标准要求;劣质产品则存在基材质量差、表面处理工艺不当、电镀缺陷等问题,在使用一

段不长的时间后,表面会产生“铜绿”、白色斑点、黑色斑点或腐蚀,影响美观,严重的基材腐蚀甚至会导致锈蚀或机械卡阻,直接影响产品的使用寿命。

近年来,因橱柜质量问题而引发的投诉一直居高不下。为此,市消保委居饰办从本市11家大型建材市场、超市和直营店中随机定制购买了15件样品进行了比较试验,委托第三方机构对甲醛释放量、人造板柜体抽屉及滑轨强度、木工要求、人造石台面的巴氏硬度、柜门安装强度、拉门强度、拉门猛开试验、吸水率、耐热水性、耐污染性等10项重要质量指标进行了检测。其中,人造板柜体的柜门安装强度、拉门强度和拉门猛开试验主要反映板材握螺钉力、五金件配合及加工精度等质量水平。本次试验共有3件样品不符合标准,反映出的问题主要有铰链与旁板连接处松动;门与橱柜脱落;门与铰链均无破损,但门已松动;铰链功能不正常,门开关不灵便,有阻滞现象等。耐热水性是反映人造石台面抗沸水、热水侵蚀能力的指标。国家标准规定,人造石台面经(80±2)℃恒温水浴处理100小时后,应无裂纹、不起泡。据专家介绍未能通过耐热水性试验的人造石台面容易出现褪色、开裂等现象。本次试验中有1件样品的人造石台面出现裂纹现象。耐污染性是人造石台面的主要理化性能,国家标准规定人造石台面经乙醇、丙酮、2%红汞溶液(红药水)、2%碘溶液、龙胆紫(紫药水)、3%双氧水、茶、醋、黑色液体鞋油、唇膏等试剂污染,24小时后用洗洁精洗净擦干,其表面不能有明显变色。本次试验中有11件样品耐污染性指标不符合国家标准,有明显变色现象。据专家介绍不符合要求的人造石台面抗渗透力弱,渗污性强,在日常使用过程中容易受日用化学品如食用酱醋等有色液体侵蚀,导致变色,且不易去除。

内墙涂料作为一种日常使用的建筑装饰材料,以其颜色多样、安全低毒、易于维修和翻新等特点,受到广大消费者的欢迎。为此,市消保委居饰办在本市的8个建材超市和市场中随机购买了20个品牌的样品,委托第三方机构对游离甲醛、挥发性有机化合物(VOC)、对比率(白色及浅色)、耐洗刷性等4项进行了检测。耐洗刷性是内墙涂料的重要技术指标之一。家居生活较易弄脏墙面,好的涂料可随时用水擦拭,又不会被擦掉。该项指标不符合会导致涂料不耐擦洗,起不到涂料应有的保护和装饰功能。本次试验中仅有一家企业生产的合成树脂乳液内墙涂料耐洗刷性实测值远低于标准规定值。据专家分析,造成涂料耐洗刷性不符合的主要原因,一是生产企业在采购原料时把关不严,使用质量低的原料;二是在生产过程中,主要原料(钛白粉及乳液)或助剂选料不当,或涂料配方不合理、未严格按工艺要求生产、缺乏质量控制等;三是部分企业为了利润,采取偷工减料,使用质量低劣的原材料。此外,本次试验还发现有40%左右商品的包装标志未达到国家标准GB/T 9750-1998《涂料产品包装标志》中的规定。国家标准规定涂料产品包装标志应标注产品型号等级和产品标准号,不同产品型号等级在性能指标如对比率、耐洗刷性上有很大的差距,自然在成本和售价上也差别很大,但目前多数企业未标注型号等级,使消费者不能做到明明白白的消费。

用积极行动 督促企业诚信自律

企业作为消费维权第一责任人,在营造和谐、有序的居饰材料消费环境和消费市场中,具有十分重要的作用。为督促企业诚信自律,市消保委居饰办积极引导规模大、影响大的企业加强诚信自律建设,尤其是加强售后服务,切实保护消费者合法权益。红星美凯龙国际家居建材市场在规范企业自身发展中,十分注意培育企业的诚信体系,建立了健全完善的售前、售中、售后服务机制,在同行业中,率先向消费者承诺先行赔付、按约定无理由退货等便民利民措施。

比如,2012年11月,一知名品牌地板厂因资金问题,导致厂方停产,工人歇业,大量订单无法供货,因该品牌在上海有将近十几家门店,其中红星美凯龙的真北店和汶水店都经营该品牌,所以影响面很大。地板安装是整个装修过程中很重要的环节,而地板购货款动辄就是几万元,施工工艺也是一环紧扣一环。如果地板卡壳,势必会引起消费者焦虑和冲动。面对数量大、金额高、影响面广的特殊诉求,红星美凯龙在第一时间成立协调小组,对可能出现的问题做了足够分析,并议定了解决方案。经过统计,在红星美凯龙消费的客人有31位,涉案金额高达49万元。同时商场发现厂商以刷卡9.5折优惠促销,因而吸引了消费者将地板款一次付清。面对激动的消费者,工作人员对消费者表达了足够的尊重,终于争取了消费者的理解。消费者也从商场工作人员的态度中,感受到了商场为消费者处理问题的诚意。于是,一场本来可能引发群诉群访的事件很快得以平息。同时,对没有来到商场的消费者,协调小组又主动电话沟通,表明商场的态度,给他们吃上“定心丸”。最后,半数以上的消费者在商场选择了其他品牌,剩下的消费者表达了对红星美凯龙的充分信任,明确表示:等到需要安装时,再来商场选购。

又如,吴先生在红星美凯龙真北店购买了一套家具,他怀疑有质量问题,坚决要求退货。而家具厂厂方以种种理由拒绝,吴先生无奈之下投诉至市消保委居饰办。市消保委居饰办立即约了红星美凯龙真北店工作人员,赶往消费者家中调查,经取证和分析,发现家具确有质量问题,符合退货条件。当场,红星美凯龙工作人员作出“先行赔付”承诺,并于次日安排专人,带着3万多元的现金,为吴先生办理了退货手续。吴先生感到非常满意。