2013年3月15日 星期五
实习编辑 郭志浩 责任编辑 陈诗松 美术编辑 施伟杰
联系我们 qnbhdb@163.com

老罗帮你忙 13801898568

新浪微博:@青年消费投诉
栏目合作:市民信箱 mail.sh.cn

《上海消费市场促销行为调查报告(2013)》发布
面对促销 消费者最担心虚假打折

本报讯 记者 罗水元 昨日《上海消费市场促销行为调查报告(2013)》(以下简称《调查报告》)发布,该《调查报告》显示,本市促销方式正从以价格为主导的经济型促销向价格与质量并重型促销转变,消费者最担心遇到的前三项不公平、不合理的促销行为依次是:虚假打折、购物券使用限制条件苛刻和促销商品存在假冒伪劣。

消费者最担心虚假打折

据了解《调查报告》是上海市消费者权益保护委员会与上海社科院社会调查中心于今年1月至3月,通过发放调查问卷、座谈走访等方式广泛调查后的结果。

《调查报告》介绍,促销有助于促使消费者购买加速,增加购买量和转换品牌,还能临时激发消费者的购物欲望,消费者最感兴趣和最有可能参与促销活动的时间为国庆、中秋、五一、元旦等集中休假时期,促销商品成为广大消费者日常消费的重要对象。

面对商家的促销,消费者最喜欢的五大促销方式依次是:价格折扣、返现、买赠、附送赠品、更多售后服务;最看重的四大因素依次是产品质量、商品品牌、商品价格、售后服务;最有可能购买的四类倾向性产品依次是:家电类、服装化妆品类、餐饮类、电信旅游服务类。

但是,在参与促销过程中,消费者经常碰到一些不公平、不合理待遇,依次是:虚假打折、购物券使用限制条件苛刻、促销优惠的计算太复杂、赠品名不副实或无法及时拿到、促销的商品存在假冒伪劣。而由于一些企业光顾促销,而在促销后的投诉渠道上,没有设置或是设置不明显,“忍气吞声”和“多一事不如少一事”成为消费者遇到如此不公平待遇的无奈选择。

“一朝被蛇咬,十年怕井绳”,消费者的促销体验直接影响着他们对促销行为的看法,在遇到诸多不公平的促销后,接受调查的消费者被面对“你购买促销商品时最担心碰到什么情况”这一问题时(多选题),70.5%的消费者选择虚假打折,54%的消费者选择购物券使用限制条件苛刻,38.3%的消费选择促销商品存在假冒伪劣。这些问题要求商家强化三项工作:价格有实惠、产品质量有保障、不折不扣地兑现促销承诺。

本市促销已进入转型阶段

而在消费者有较高偏好度和参与度的集中促销期间,促销商品缺货、服务不到位、现场秩序混乱三大问题则倍受诟病。在百货商场促销活动中,消费者不满意的情况还有:促销商品多为陈旧过时与库存商品、当季商品或品牌不参与促销折扣价名不副实等问题。

而银行保险业,存在的问题更多,如:理财产品缺乏风险提示、业务员诱骗办卡或推销理财产品、实际收益率与宣传内容不相符合、合同内容复杂不易理解、促销电话骚扰、故障回避风险等。

《调查报告》认为,上海的市场促销方式正处于以价格为主导的经济型促销向价格与质量并重型促销转变,在这一转变过程中,在公平度、效率、可持续等三个方面依然存在诸多现实问题,政府要加强规范和引导市场促销行为,营造良好的促销环境,推动促销方式从单纯的经济型促销走向质量型促销、服务型促销和文化型促销转变,通过优化供应链、提升品牌等带来更高“溢价”价值;企业要改进促销方式方法,提升促销效率、公平度和可持续度,构建一套公平、高效、可持续的“良性促销体系”。

》相关新闻

虹口区将建电商信用档案

昨日召开的“电子商务(网络购物)消费维权座谈会”上,虹口区副区长、区消保委主任张锡平透露,虹口区今年将通过建立电商信用档案等方案来进一步维护电子商务交易安全、推动和完善电子商务健康发展。

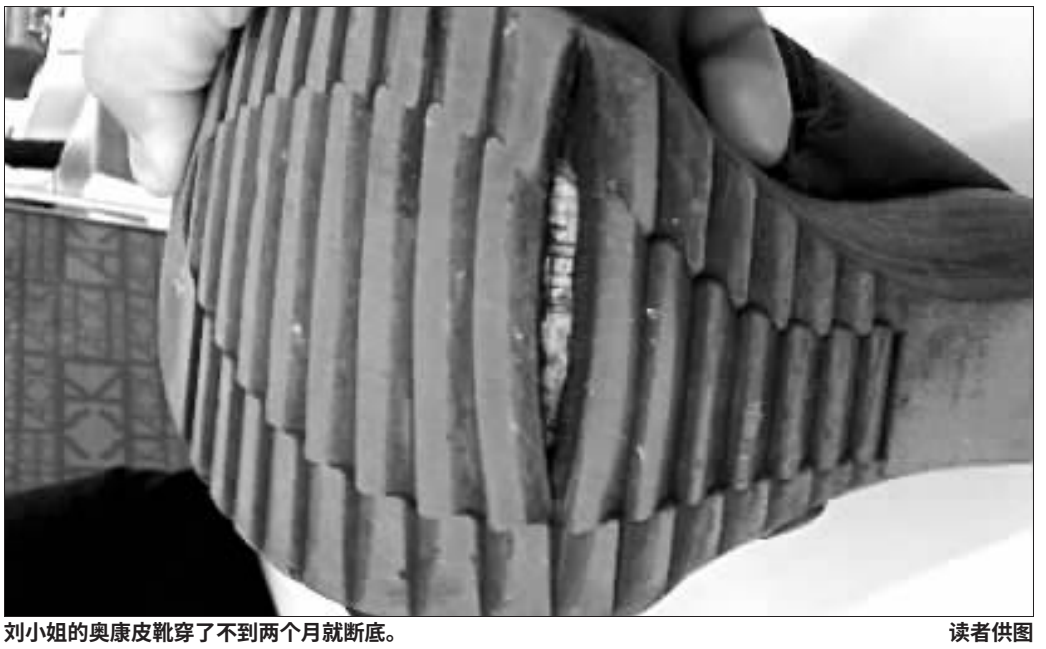
有关数据统计,去年上海的电子商务交易额已达到7800亿元,较前年增长了42%,尤其在“双十一”、“双十二”等集中促销时,日交易量就达上百亿元。但是,大额交易过后,投诉量也随之增多。究其原因,与一些电子商务经营者缺乏诚信不无关系。

在虹口区,已集聚了苏宁易购、百事通等知名电子商务经营者,总数量已从2005年的44家增长到了237家。虹口区副区长、区消保委主任张锡平表示,将采取措施进一步完善区内电子商务市场,促进电子商务健康发展。

根据计划,今年将对电子商务经营者建立信用档案制度,并将诚信档案信息向区内工商等部门公开共享,电子商务经营者诚信档案里出现的不诚信记录,可能致使该公司在工商年检时通不过;而电子商务经营者如果有影响人民群众生命安全的情况,将直接列入“黑名单”。

张锡平介绍,在建立电子商务信用档案过程中,虹口区内今年还将联合区内十一个部门,建立电子商务诚信联席会议制度,建立电商统计与信息发布制度。 记者 罗水元

》维权现场



刘小姐的奥康皮靴穿了不到两个月就断底。 读者供图

奥康皮靴穿了不到两个月就断底
经协调,商家愿为客户退款

本报讯 记者 俞韡岭 近日刘小姐向与本报合作的市民信箱“市民热线”反映,1月上旬在奥康闻喜一店购买的一款促销女士皮靴穿了不到两个月就出现了断底,想要退货才发现收银条上写有“特价商品保修期一个月”。记者采访时奥康鞋业相关人士并未否认皮靴断底的事实,但称曾表示愿为刘小姐维修,但后者只肯退货。3月9日记者截稿时,奥康鞋业已表示愿意退还全部钱款。

皮靴穿了两月断底 顾客疑质量问题

1月10日,刘小姐在奥康闻喜一店内看中了一款女士皮靴,作为特价商品售价比原价要便宜200元。于是刘小姐欣然将其买下,并在今后一段日子里经常性地穿。

根据刘小姐的说法,3月1日她和往常一样穿着皮靴出门,但没过多久发现袜子有些潮湿,正眼一瞧后惊讶地发现皮靴出现了断底情况,且左右两只均有此现象。“(断底厚度)大约可以塞进两个一元钱硬币”,刘小姐说。

3月3日,刘小姐带着皮靴到店内交涉,被告知皮靴需要拿到厂里做鉴定,要10个工作日左右。但3月6日刘小姐就接到了门店回复,得知因已过保修期,这款皮靴不会作任何处理。“我查阅收银条后才发现,上面写有‘正价商品保修3个月,特价商品保修1个月’。当时我就懵了,但后来仔细想想,如果不是质量问题,为什么要缩短三分之二的保修期呢?”刘小姐进一步表示所谓的“鉴定结果”她也没收到。

商家称可以维修 但客户要退货

根据2006年10月16日起实施的《零售商促销行为管理办法》第十二条规定:零售商开展促销活动,不得降低促销商品(包括有奖销售的奖品、赠品)的质量和售后服务水平。

那么奥康鞋业自己对“缩短”特价商品保修期的做法是如何解释的呢?对此浙江奥康鞋业股份有限公司上海分公司的谢小姐说:“因为特价商品相比正价商品在价格上有优惠,所以保修时间肯定不一样……这已经在亏本买卖了。”不过谢小姐也补充道:“一般来说门店能为客户做到的服务肯定都会第一时间去做到。”

3月8日下午,记者接到奥康闸北区督导陆小姐的电话,对于他们家特价产品的保修期,陆小姐似乎有另一种解读:“按照我们的‘三包’范围内,特价商品一个月内属于退换货期限,1个月至3个月属于保修期。所以我们一开始就愿意为客户维修,但客户就是要退货。”

3月9日至记者截稿时,陆小姐表示,和公司、门店店长协商后,愿意为刘小姐办理退货、退款。“我们还是本着为消费者利益着想的态度,不要因为这290元让消费者留下不好的印象。门店日后会联系刘小姐让她到店里办理相关手续。”

》律师说法

特价商品应有质量底线

上海盛联律师事务所徐游律师表示,虽然刘小姐在买卖后才注意到收银条上的保修条例,但根据“有约定从约定”的做法,刘小姐这笔买卖是“视为对条例的认可”。因此徐律师认为商家做到了明确告知,消费者未注意相关信息的行为值得商榷。

不过徐律师也表示,虽然正价、促销、打折商品作为一种市场营销行为可以在保修期上有所不同,但必须质量过关。“撇开企业自定标准不谈,任何一个作为公开销售的商品,其质量底线需要符合国家有关标准,否则很容易让消费者认为特价品等同于处理品,引起售后纠纷”,徐律师说。

》投诉反馈

订光明牛奶 2月份8天没送
已退款并道歉

市民 张先生 投诉:我常年订光明牛奶,今年订的是每天五瓶,但2月份有8天没收到牛奶,我算了一下,这8天的奶也有145.6元。

我想既然没送到,钱总该退给我吧,但我向光明投诉后,一直没有回应。

记者 罗水元 反馈 3月13日,记者致电光明牛奶客服热线,工号810工作人员表示会向有关领导反映,五分钟后,光明牛奶浦东片区有关负责人回复记者,将马上上门退款并道歉。

这位负责人称,光明牛奶今年3月起启用新通道送奶方式,张先生为老顾客,原享受的是老通道送奶方式,在新老通道更换中,产生了一些误会。