齐鲁晚报家居315服务调查今日启动

近年来,我市家居消费持续上涨,各类新房、旧房装修需求持续放量。市场推动了行业蓬勃发展。但与此同时,各类家居消费投诉也不断攀升。读者所反映的各类问题也不尽相同。从产品质量问题、型号与实际不符,到产品量尺不准,乃至客服人员推诿拖沓,不一而足。这些问题,严重影响了消费者对行业的信赖。

作为被低关注的家装行业,受到消费频率低等行业特点的限制,家装产品品牌知名度相对较低,且种类繁多。所以消费者在选购时,往往一头雾水,总感觉无从下手。本报《爱家》编辑室十余年深入家居市场,采写了大量的行业稿件,深受读者欢迎。在新的一季装修高潮来临之际,《爱家》编辑室将启动泉城家居消费服务调查,针对读者投诉较多的问题,如,市场内各个家居卖场以及卖场内的家具、建材品牌在销售过程中是否有误导现象,货物与订购单是否相符,以及售后服务的反应速度和态度等各方面实际情况,予以持续、深入摸底调查。

调查范围将包括民用家具、地板、瓷砖、卫浴、橱柜、衣柜、门窗、窗帘、涂料、壁纸、灯具等家装所涉及的各个产品品类。以打分的形式,对品牌销售的各个环节的服务情况予以评定。

随着调查的开展,本报将陆续公布调查报告结果。为读者提供一份翔实的家居消费指南,方便广大读者有重点地进行家居消费考察。同时,通过这种舆论监督,做到有警示、有表彰,促进行业健康发展。

同时,为了提高调查的全面性,《爱家》编辑室欢迎广大读者继续提供问题家装线索,向我们反映您在家装中遇到的各种问题。包括您满意的和不满意的,具体情况是怎样的,都可以向我们爆料。爱家热线:0531-85196153。

欢迎填写问卷并关注"齐鲁爱家邦"微信公众号,将本问卷填写、拍照并发至微信公众号后台。

家装业品质小调查

在室内装修过程中,您有什么样的感受?

○根本不知道装修过程,对装修效果有顾虑

○花费了大量的精力和时间,觉得装修很麻烦

○装修用了很大一笔费用,但装修成果不尽如人意

○其他(请简略说明)

当您遇到质量问题,你会怎样?

○拿起法律武器,提起诉讼

○到消协投诉,寻求帮助

○在网站发帖,泄愤

○自认倒霉

您认为哪种家装建材问题最多?

○地板 ○瓷砖 ○卫浴 ○橱柜 ○衣柜 ○门窗○ 窗帘○ 涂料 ○壁纸 ○吊顶○灯具

装修过程中中哪些地方最易受骗?

○建材质量不保证以次充好

○装修公司不断加价

○设计不合理,水电改造留下安全隐患

○自己买建材,遇到工人浪费、偷梁换柱等情况

在屋内装修完毕后,您是否会为购置适当的家居而烦恼?

○是,很苦恼,有时候只能根据装修好的样子选择家居

○否,不会很在意,因为家具选择和装修无法同步

○否,有些装修公司会提供家居配套设计服务,但是费用要高很多

是否觉得在装修过程中,像装修材料,家居等信息量太少,缺乏选择性?

○是,有时想多找点信息,又苦于没有途径,并且太耗时间

○否

您选择购买建材的主要场所是?

○正规家居卖场○建材批发市场

○装修公司承包○网上购买

记者手记

何时不再期待3·15?

李亚南

"3·15消费者权益日"到今年已经有36个年头了。每年,消费者都期待着3·15对各种不法品牌和事件的曝光,自身权益在这一天得到更好的维护。不可否认,每一年的3·15都是一种旗帜,是保护消费者权益、规范厂商行为的一种激励。但时至今日,我们仍旧能随意地发现这样或者那样的反面教材,而3·15之于消费者,也更多地像是一个难得的节日。

世界本不应该是这样的,3·15也本不应该像今天一样显得那么重要。

在写下这些文字的时候,我们的目的并不仅仅在于揭露些什么或者引导些什么。因为不管我们怎么做,被曝光的终究只能是少数。我们所做的和能做的,也仅仅只是希望通过一些例子,让更多的消费者在尽可能的情况下避免落入厂商和经销商所设下的圈套而已。我们相信,如果一种圈套不再具备迷惑性和欺骗性,自然也就没有继续存在的市场。

另一方面,我们也发现,有很多我们今天已经发现的问题,虽然对于消费者而言极其重要,但是我们却没有办法找到根本解决的渠道。原因有很多,比如法律依据的缺失,比如垄断行业的存在……我们需要全社会的协调努力,需要时间,需要耐心……在这一层面上,一个消费者协会加上媒体的力量显得如此力不从心。

我们不希望亡羊补牢成为一种职业。此刻,我们所希望的是更多的厂商自觉地投入到诚信和规范中来,而不再是因为短视的商业利益而成为靶子或者反面教材———直到最后3·15不再具备存在的意义。我们期待着那一天。