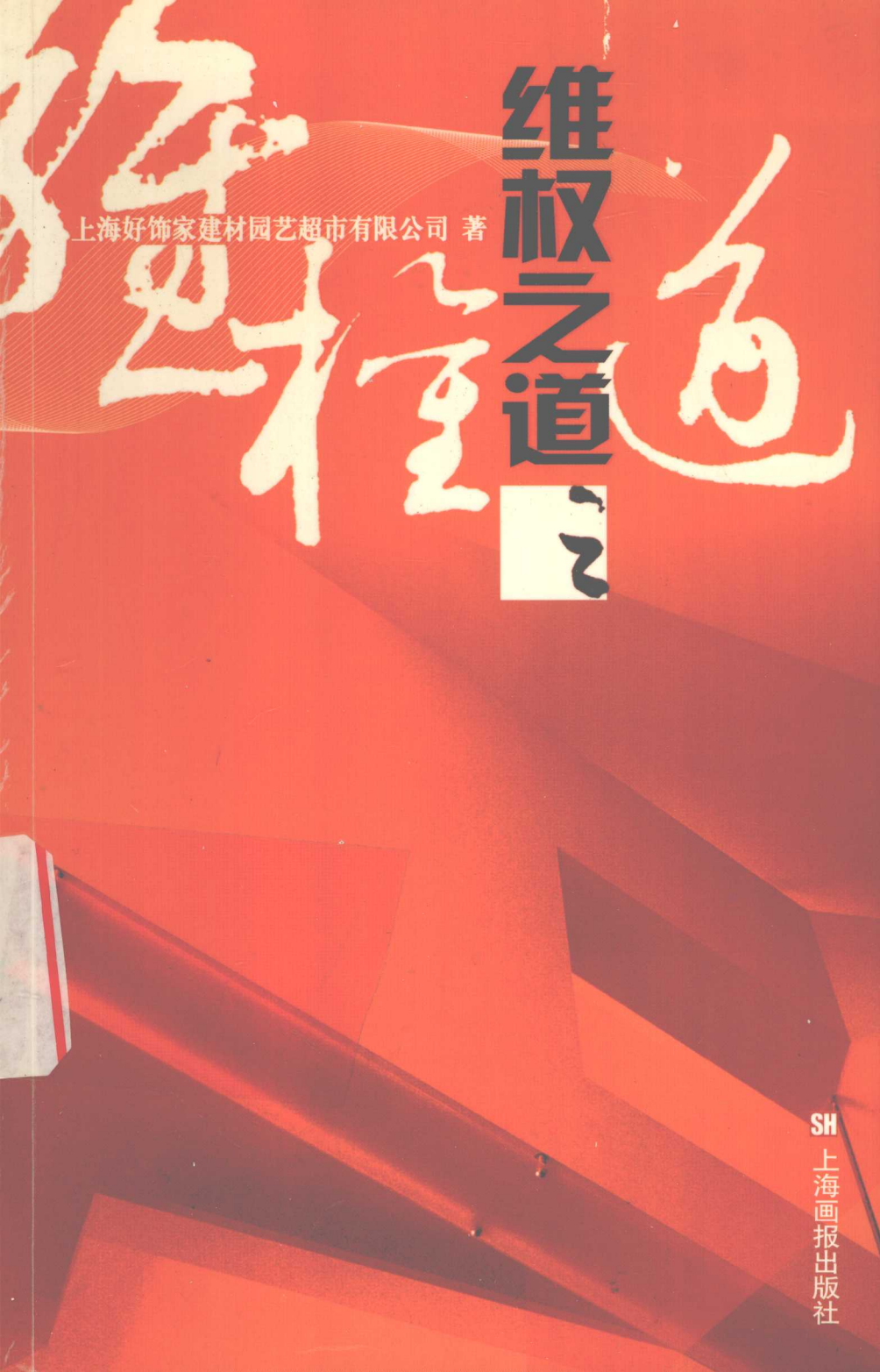




维权之道

上海好饰家建材园艺超市有限公司 著

SH 上海画报出版社

维权之道

上海好饰家建材园艺超市有限公司 著

维权之道

D923.84

上海画报出版社

图书在版编目(CIP)数据

维权之道 / 上海好饰家建材园艺超市有限公司著.
上海: 上海画报出版社, 2004
ISBN 7-80685-300-6

I. 维... II. 上... III. 建筑材料工业—消费者权益
保护法—基本知识—中国 IV. D923.8

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 072221 号

责任编辑: 罗 英

技术编辑: 李 荀

封面设计: 王建军

维权之道

上海好饰家建材园艺超市有限公司 著
上海画报出版社出版
(上海长乐路 672 弄 33 号)
全国新华书店发行
上海展强印刷有限公司印刷

序

《维权之道》一书在好饰家建材超市徐汇旗舰店同志们的不懈追求和辛勤努力之下，终于同读者见面了。我很欣喜地为本书作序，“好饰家”的领导和员工们认真回顾总结了“好饰家”依法维护消费者权益的工作，进一步推动了企业的诚信经营活动，这是一件可喜可贺的好事情。《维权之道》从建材市场的角度出发，紧紧围绕建材营销过程中涉及的消费者合法权益的保护、建材经销企业诚信经营的典型事例，以《消费者权益保护法》和《消费者权益保护条例》为武器，从正反两方面进行了由浅入深的详细剖析，让消费者和企业经销人员都能更好地维护自己的权益。阅读本书，消费者可增加依法保护自己合法权益的知识，而企业营销人员可增强诚信经商的意识。

新一轮的上海城市建设的发展形势孕育了建材市场大发展的机遇，同时从事建材的企业也迎来了激烈的市场竞争。在建材市场百舸争流的压力下，“好饰家”在企业诚信经营、规范化管理、维护消费者权益等方面进行了积极探索与实践，并通过引导、规范和科学管理等手段，在建材企业与消费者之间构建起一座维系诚信的桥梁。“好饰家”的维权之道赢得了消费者，“好饰家”的诚信经营赢得了市场。

“诚信经营，保护消费者合法权利”不是一句不着边际的空话，或者是说说而已的表面文章，它要求我们用心血来培育，用制度来规范，用法律来调整。今年，中国消费者协会的年主题为“诚信、维权”，它要求我们每个人，每个企业都要讲诚信，以诚取信，以诚信来维护消费者的合法权益。诚信经营，保护消费者合法权益这些

先进的经营理念、科学的规范制度、人性化的管理机制不是一蹴而就的，它需要长期的积累、呵护和培养。

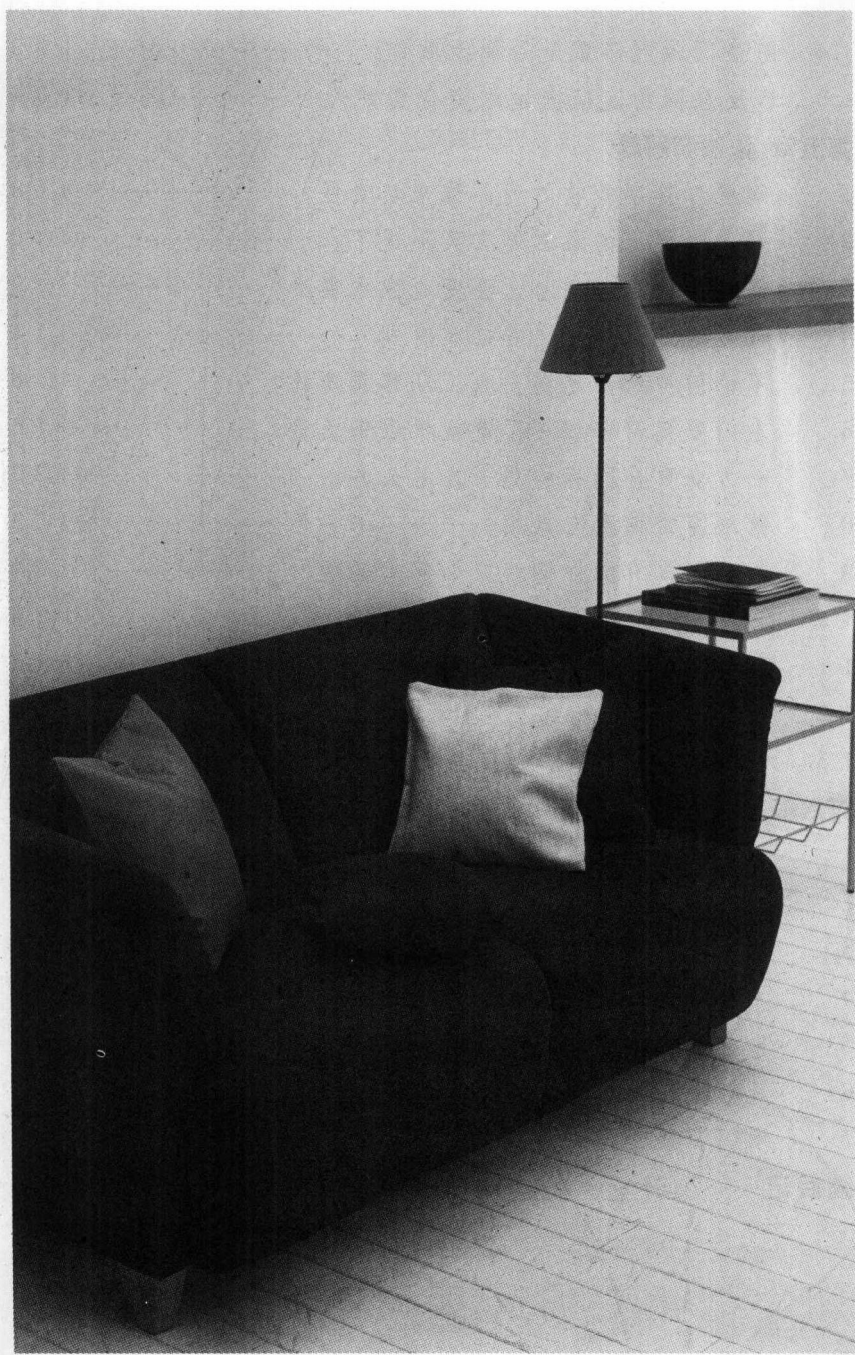
我们都热爱生活，因为生活中蕴含着许多美好的东西，等待我们去发现，去采集；我们钟情于所从事的职业，如果我们都能够把所从事的职业，当作一项光荣而神圣的事业来做，还有什么样的困难能羁绊住我们前进的脚步？我们每个社会主义市场经济的建设者，都要贯彻党的“三个代表”重要思想，把保护消费者的合法权益作为代表最广大人民群众利益来做，在上海营造一个放心的消费环境，迎接2010年上海世博会的召开。

祝愿我们的企业兴旺发达！

祝愿我们的消费者生活更美好！

赵敬峰

2004年7月



目 录

第一章 诚信经营篇

- | | |
|-----------------------------|----|
| 1. 给付定金一方违约该定金还能返还吗? | 2 |
| 2. 橱柜的台面接缝怎么多了? | 4 |
| 3. 模压门多次出现质量问题怎么办? | 6 |
| 4. 诚信与亏本孰轻孰重? | 8 |
| 5. 热心服务还会引来误会? | 10 |
| 6. 谁为涨了价的地板“埋单”? | 12 |
| 7. 地砖上的脚印难擦去谁之过? | 14 |
| 8. 自酿的苦酒谁会替你喝? | 16 |
| 9. 蒸汽房加热慢是质量问题吗? | 18 |
| 10. 解铃还需系铃人? | 20 |
| 11. 买了两个月的煤气灶能不能无因退货? | 22 |
| 12. 消费者弄错了尺寸销售商怎么办? | 24 |

第二章 热忱服务篇

- | | |
|--------------------------------|----|
| 1. 做“小生意”服务质量就可低一些吗? | 28 |
| 2. 地板起拱该由谁来负责? | 30 |
| 3. 谁来应对移门错位出现的“风波”? | 32 |
| 4. 塑钢窗渗水梅雨季节究竟修不修? | 34 |
| 5. 不一样的煤气灶会有不一样的名堂? | 36 |
| 6. 水管“漏水”殃及池鱼谁之错? | 38 |
| 7. 定制商品问题在所难免但还得服务周到热情吗? | 40 |
| 8. 橱柜门板起拱不是质量问题能否帮一把? | 42 |
| 9. 脱排油烟机还会消极怠工? | 44 |
| 10. 自家的门锁怎么就不认自家人? | 46 |

11. 卸下坐便器水如泉涌谁之过? 48
12. 谁为二次装修中墙纸浪费负责? 50

第三章 制度建设篇

1. 退货找不到商品经销厂家怎么办? 54
2. “三无产品”还会有藏身之地? 56
3. 特价商品的质量和服務可以“短缺”吗? 58
4. “无因退货”就是无任何条件的退货? 60
5. 谁为鲁先生卸下心理上的负担? 62
6. 谁说建材的保质期可以马虎? 64
7. 先行赔偿保障权益是挂在嘴上的吗? 66
8. “产品清单”等于“销售清单”? 68
9. 被玷污了的磁砖能退还销售商吗? 70
10. 销售商“退场”售后服务怎么办? 72

第四章 规范管理篇

1. 龙头的“脸面”怎么说变就变了? 76
2. 退货需要增加退货手续费? 78
3. 出言不逊都是“不耐烦”惹得祸? 80
4. “尊重知情权”仅仅是说说而已? 82
5. 迟迟不予以答复能解决问题吗? 84
6. 盛米的箱子控制不了下米的量? 86
7. 商品的生产厂家怎么会出现两张脸面? 88
8. 品牌“角线”被谁调的包? 90
9. 沙发的腿瘸了谁来医好它? 92
10. 淋浴房的玻璃瞬间开裂问题何在? 94
11. 水龙头修了两次仍有问题能退吗? 96
12. 促销赠与的商品有无质量保证? 98
13. 洗手间的防雾镜防不了雾气? 100

14. 防盗门张冠李戴是否属于欺诈?	102
15. 违反合同约定应当适用定金罚则?	104

第五章 依法调解篇

1. 消费者签字验收的商品谁来负责?	108
2. 消费者要退的浴缸怎么又不退了?	110
3. 预订的桦木餐桌怎么会变成橡木餐桌?	112
4. 订金与定金一字之差性质有别?	114
5. 不论何种原因延误安装工期都属违约?	116
6. 上门安装窗帘损坏了电视机谁来负责?	118
7. 一方变更合同标的另一方怎么办?	120
8. 落地窗帘缩水有点烦?	122
9. 消费者享有的知情权应如何实现?	124
10. 经销方的免责条款有效吗?	126
11. 既然约定了价格怎么说涨就涨呢?	128
12. 新款浴缸的功能到底有什么不一般?	130
13. 木门的保修期谁知道有多长?	132

第六章 信任理解篇

1. 地板咚咚作响谁之过?	136
2. 购买地板规格是否越大越好?	138
3. 墙上磁砖的裂纹是怎么来的?	140
4. 木线条怎么会翘起来了?	142
5. 地板怎么也会得“空调病”?	144
6. 地板的样品与实物色差明显怎么办?	146
7. 木门明显变形是何缘故?	148
编后记	151

诚信经营篇



诚信是金

诚信是本

它需要千万次的锤炼，
因为我们懂得珍惜今天的荣誉，
它是安身立命的根基，
因为我们期盼明天的发展。
诚信需要用心去实践，
需要强烈的责任心、
事业心去栽培、
去呵护，
诚信需要爱心去体验，
因为诚信是全社会共同的责任。

该定金还能返还吗？

事例

李先生在商场选购地板时，发现某地板商铺贴着“处理一等品，数量有限，价格从优”的海报。李先生一问价格，发现该地板价格确实比其他商铺便宜20多元。由于商场临近下班，李先生没有细看便匆忙下了定单，并支付了500元定金。第二天，李先生来该商铺挑选地板时，发现地板色差明显，不如人意，于是认为该地板不是一等品。为此，李先生向商场服务总台投诉，称商家是以次充好，属欺诈行为，要求双倍返还定金。

处理

商场管理人员听完李先生的叙述后立刻到该商铺查看，发现该批地板的色差的确很大，有虫眼、树节的地板也比较多，确实有碍美观。商场管理人员就此询问了营业员。营业员解释说：这批地板确为一等品，之所以看上去有失美观，是因为这批地板是先前的消

费者挑剩下的，数量也不多，考虑到地板色差比较大，所以就便宜卖了，但这批地板的技术指标是符合一等品要求的。营业员还解释说，由于是素板，所以色差看上去明显，上过油漆后色差会减少很多。对于营业员的解释，李先生表示能够理解，但不愿购买这批地板，并提出返还定金。商场管理人员认为，按理定金是不能随便返还的，但考虑到李先生定货时时间过于仓促，双方在下订单时存在误会，尤其是作为消费者的李先生对地板的价格、质量存在误解，所以建议商铺返还定金。商铺鉴于李先生并未给自己造成实际的损失便同意商场的作法，李先生对处理结果表示满意。

定金是证明合同成立并确保合同履行的一种保证金，作为合同其担保功能主要是通过定金罚则来体现的。本事例中，消费者同地板商订立了合同并交付了定金，买卖合同已经成立。按照定金的效力，给付定金的一方当事人解除合同，无权要求返还定金；而收受定金的一方当事人解除合同时，应当双倍返还定金。在双方均认可该地板为“处理一等品”和处理价的前提下，消费者在次日要求解除合同，严格讲属于违约行为，不得要求返还定金。但是，商场和销售商考虑到双方订约时间仓促，买卖双方没有做到完全沟通，消费者对所购地板存在一定误解，本着诚信经营的原则，同意了消费者的要求，并归还其定金。

评析

接缝怎么多了？

事例

宋先生新房装修，在商场选购了一套橱柜，其中橱柜的台面材质为人造大理石。在订立合同之前，宋先生就强调，制作台面一定要用整块的材料，尽量减少拼装接缝。得到营业员的承诺后，宋先生付了定金。几天后，生产厂家派人上门量好尺寸，宋先生也付清余款。随后，厂家派工人上门安装制作。完工验收时，宋先生从台面的侧面看出台面有三条接缝，而如果厂家使用整块材料制作不可能会有三条接缝。为此，宋先生非常生气，认为厂家没有尊重自己的意见，遂向商场服务总台投诉。

处理

服务总台的工作人员接待了宋先生，听完宋先生的叙述后，就此事先询问了该商铺营业员。营业员回答说，宋先生订购时确实提出过台面要使用整块材料制作的要求，自己也将这个要求告诉了厂家，至于厂家为何不按消费者的要求制作，这可能是厂家出于省料

考虑。商场管理人员为此事咨询了橱柜专业人士，他们解释说，人造台面是由一块块的人造板拼接而成，人造板的标准规格一般为2米，有时厂家为了减少材料的损耗，某些地方会用多块剩料代替一块整料制作，这样台面的接缝就多了。了解了相关知识后，商场管理人员对事情的起因有了认识。随后，商场管理人员即与厂家联系。厂家承认当时是出于省料的考虑。商场管理人员对厂家这种无视消费者要求的行为进行了批评，厂家也虚心接受了商场的意见。在商场管理人员的调解下，宋先生接受厂家的处理结果：1. 厂家承诺为以后该台面因接缝引起的问题负责免费保修；2. 一次性补偿宋先生500元。

诚实信用原则在合同法律关系中被称为“帝王条款”，其本意是要求双方当事人按照市场规则行事。缔约时不欺不诈，缔约后信守承诺并自觉履行合同义务。在商言商，追求利润的最大化情有可原，但是不能损人利己。既然双方订立了合同，那么合同条款对双方都具有约束力，特别是作为相对强势的商户更应当自觉履行合同条款。商户经营只考虑降低制作成本，违反合同约定以及对消费者质量、规格的承诺，这显然是错误的。商场遵循诚信经营的原则，在分清是非的情况下，不推诿、不护短，对商户不负责任的做法给予严肃的批评，并要求其承担相应责任，维护了消费者的合法权利。

评析

模压门多次出现 质量问题怎么办？

事例

董先生在商场花了1170元定购了六扇某品牌的模压门，使用不到一个月，便发现其中二扇门的油漆发生脱落现象，起初董先生认为不是大问题，自己花钱请油漆工对发现问题的二扇门重新油漆。然而，过了几个星期，又发现其中二扇门有明显的变形，董先生随即意识到这是质量问题，立即投诉至商场，并要求退货。商场管理人员接到投诉后即同厂家取得了联系，并随同厂家工作人员到董先生家查看实情，发现董先生家中的六扇门中有三扇已经发生不同程度的变形。董先生连同油漆掉落的问题一起向商场管理人员作了反映，并再次提出退货，同时要求厂家承担上次请油漆工的费用及油漆费。厂家承认，这几扇模压门发生的问题确实是质量问题，可能是在进行“高压定型”的过程中发生了意外，提出可以为董先生重新定做三扇门。董先生却坚决要求退货。

根据以上情况，商场管理人员认定了厂家的过错。同时了解到该品牌的模压门在销售过程中从未发生过此类事情，售后服务也较好，现在遇到这种情况，处理的态度也很积极，便建议董先生给厂家一个机会，接受厂家的解决方式，如果新门安装后，再发现任何问题，则再作退货处理。至于请油漆工的费用及油漆费，只要董先生拿出相关的凭证，厂家理应承担。董先生听商场管理人员这么一说，认为合情合理，而厂家在此事处理的态度上确实很认真、积极，便也退了一步，答应了这种解决方法。事情就此圆满解决。

俗话说，商场犹如客栈，众人在此相聚，却不久留；人生有讨不尽的便宜、吃不尽的亏，问题在于是否合理。在商品流转过程中，商户与消费者之间由于各自对商品认识的出发点不同，难免出现矛盾冲突。商场在处理此类纠纷中，本着求大同、存小异原则，积极化解矛盾冲突是必要的，但是实事求是、分清是非责任是平息矛盾冲突的前提，不然难以使双方当事人心悦诚服。发生上例投诉的主要原因是产品的质量出现问题，消费者提出退货要求是受到《消费者权益保护法》保护的。然而，消费者并非不讲道理，只要商户态度积极、诚恳，很多问题都会得到较好的解决。本事例，厂家承认商品存在质量问题，并能够积极地采取一定的处理措施，体现了诚信经营理念，而商场管理人员的这种处理方法就更显得人性化。

孰轻孰重？

事例

李小姐在商场看中一台三眼煤气灶，与营业员谈妥价格为900元。同商铺另一名营业员得知后，发现该煤气灶的进价为950元，只卖900元是亏本的，故热情地推荐李小姐购买另一款相似的煤气灶。李小姐并不中意，表示还是想购买上一款。此时这位营业员告诉李小姐刚才那位营业员是新来的，搞错了煤气灶的价格，那款三眼煤气灶进价就要950元，自己不能以比进价还低的价格卖给她。而李小姐认为已经谈定的事情怎么说改就改，遂向服务总台投诉。

处理

商场管理人员立即询问了两位营业员，得知情况后，认为商家既然已经向消费者承诺以900元的价格出售，就建议商家履行先前的承诺，况且900元卖出并未达到显失公平的程度。经过与营业员的沟通，最后商家同意以当初承诺的价格将煤气灶卖给了李小姐，差价由营业员自行负担。李小姐对商场维护消费者权益的处理态度