

《征集读者给通信“三巨头”挑刺》后续

“挑刺”一举多赢，消费者盼多举办

消费评议活动结束，评议员很负责：多个敏感问题“直陈”通信企业负责人 省消委：活动非常成功，将督促企业整改并发布评议报告

“客户投诉的问题，可以少兜点圈子，直接解决吗？”、“乱收费少一点，账单可以更明晰一点。”、“垃圾短信是不是可以使用关键词屏蔽，太烦人了！”……日前，历时一个月、由省消委与本报联合开展的通信企业消费体察活动圆满结束。来自全省各地的60名本报读者作为消费评议员，分期分批走访了移动、联通、电信三大通信企业，提出了自己的意见和建议。

“这次消费体察活动非常成功。”省消委秘书长李镜亮表示，省消委下一步将就消费者反映的问题督促各通信企业予以整改，并会根据本次评议活动结果发布评议报告。“消费者满不满意，是我们解决企业工作好坏至关重要的标准，以后这类活动会经常开展。”

■记者 刘玲玲



图为评议员举手发言。

图为电信客服负责人在介绍情况。



消费者评议活动圆满结束，省消委称此次活动非常成功。 本组图片均为记者 童迪 摄

通信行业消费投诉连续两年居首

近年来，消费者对通信企业的投诉一直居高不下。

根据省消委的统计，2009年，消费投诉量居首的就是通信类产品，其次是通信企业；同样，2010年，消费投诉量排第一位的是通信类产品，通信服务名列第三。而在投诉十大热点问题上，通讯产品也名列前茅，主要问题反映在手机、电话质量、售后服务以及虚假的广告宣传方面；通信服务的问题主要体现在资费不透明、私自开通收费服务等。

为了进一步促进通信行业改善服务质量，切实维护消费者的合法权益，省消委在全省范围内开展了这次通信行业消费者评议活动。

“对于通信服务，投诉量这么高，消费者反映这么强烈，我们的消费者是不满意的。”李镜亮直言开展此次消费评

议活动的目的就是促进了通信企业整改，维护消费者的合法权益。

351条投诉直指通信热点问题

自11月16日省消费者委员会通过本报独家向社会征集消费者以来，在读者中引起了强烈反响，许多消费者直言“想去给通信企业挑挑刺”，本报热线接线员直呼电话被“打爆”。截至正式体察前，本报共接到746个报名信息 and 351条投诉。

记者发现，除了争做消费评议员、准备“直陈”通信问题的读者外，还有不少读者讲述了遇到的通信权益受损案例，这些投诉都直指目前的通信热点问题。

本报大致对投诉情况进行了整理发现，在读者遇到的问题中，收费项目繁多且不透明占40%；“捆绑套餐”陷阱太多，通信故障(如手机信号不稳定、宽带经常掉线等问题)各占30%。

读者期待多举办此类活动

“听到移动基站不会对身体造成影响，我放心多了。”

从衡阳赶到长沙参加消费体察活动的何发东，当听到移动工作人员从专业层面解答了基站的问题后，困扰他长时间的问题终于寻到了答案，“我一直悬着的心可以放下来了”。

“通过这个活动，我们的诉求得到了表达，同时，一些实际问题也得到了解决，暂时无法解决的问题也进行了沟通。”读者沈明明说，“这类活动要多搞，通过媒体搭桥，让我们面对面与企业进行沟通，增进彼此的信任，使问题得到更好的解决。”

读者彭建政表示：“消费体察让我们通过与企业的交流，了解到企业的工作流程以及他们的困难，站在企业的立场去思考问题，以后遇到困难后能够更好地找到解决办法。”

通信商

读者挑刺很专业

“这些消费评议员很厉害，反映的问题都是我们正积极准备改进的，很有建设性。”湖南移动客户部副经理蒋志衡表示。

同样，长沙联通客服部蔡经理也认为，虽然消费者是来挑刺的，但也给了双方一个沟通的平台，不仅能够将消费者的一些疑问解答清楚，还能够加快部分问题的解决速度，对企业的发展是个很好的促进。

“此次挑选的消费者代表太优秀了。”在座谈会上，长沙电信副总经理向绪宁更是连连感叹，代表们提了很多很好的建议，“给电信的发展提供了很宝贵的财富”。

省消委

将督促企业尽快整改

对于此次消费体察活动，李镜亮表示：“达到了我们预期的目的，非常成功。”

“开展消费体察活动，并不是我们的目的，而只是一个手段。”在李镜亮看来，此次活动应该是多赢的：第一，消费者合法权益能够得到充分保护，消费者利益能够得到充分尊重；第二，企业在获取合法利润的同时，能够勇敢地承担社会责任，不以损害消费者利益来获取利润；第三，省消委能够真正地做到为政府分忧，为消费者解难，让消费者找到娘家的感觉。

李镜亮说，他们下一步将就消费者反映的问题督促各通信企业尽快予以整改并给出答复。

今年买年货有了新选择，“网购+小区分销体验店”购物新模式长沙上线

社区看实物+网上订购+送货上门= 放心购物



年关将近，买年货提上了各家庭的“工作日程”。然而，去超市购物要排长队、上网淘货又不太放心，怎么办呢？

12月17日，记者了解到，湖南有企业在全国率先推出B2H网购模式，这让湖南人今年买年货有了新选择：可先在社区体验店看实物，再上网下订单，最后享受送货上门。

上网购物前能先看到实物

再过个月就过春节了，然而，一想到

买年货，长沙市民刘女士就犯愁。“每次到超市去采购年货都要花上大半天时间，想要网购又担心年货质量和物流服务不到位。”

正是刘女士这种担忧，让精明的生意人嗅到了商机。12月17日，记者了解到，春节前，湖南经桥网络科技将上线经桥购物网，让湖南人率先享受到买年货的“另类”模式。这种新模式名为B2H(Business to Home)，即“网购+小区分销体验店”模式。它将网上商城、电话、电脑及社区DM单组合为一个信息沟通平台，以社区分销体验店为服务载体，以社区家庭为终端消费客户，形成最贴近社区居民的终端服务模式。

其中，小区体验店承担了配送功能，同时负责宣传推广和售后服务，解除居民的后

顾之忧。经桥网络科技相关负责人透露，一月份上线公测阶段，长沙十多个成熟社区将率先开设实体店。

这意味着，今年，长沙市民买年货可以先在社区体验店看到实物，再回家上网下订单，最后享受送货上门服务。

“网购+分销体验”模式大有可为

记者了解到，除了经桥购物网，湖南另一个电子商务平台——都乐购，也在运行“网购+分销体验”的模式。不同的是，都乐购的终端消费客户是高校学生。

都乐购的分销模式是：采用连锁加盟形式，每个高校招收一个大学生创业团队作为分销商，分配给他们一个独立运营的子站，子站负责商品配送和宣传、售后服务等，总

站提供技术、货物渠道等方面的支持。

“这两个平台都在区域和细分市场下了功夫”，长沙网创电子商务有限公司CEO任双坦言，相比浙江、广东、四川等省份，湖南的电子商务并不算太活跃，只有深耕区域和细分市场，跳出网络做网络，避免与现有网购方式的同质化竞争，才能快速步入中国网购的前沿阵地。

鉴于巨大的市场前景，近日，河北君益股权投资基金有限公司为经桥购物网注入8000万元资金，用于发展数字化社区购物服务网络。经桥网相关负责人保守估计，到2014年，其B2H模式将覆盖湖南县级以上的6860个大型小区；发展8万个企业VIP会员；实现销售收入55亿元。

■记者 未晓芳