

中消协调查显示

# 消费者最关注“售后保障”与“评价口碑”

刚刚过去的3月15日是国际消费者权益日,消费者对于当前消费环境、消费信心等方面的感知如何?中消协15日发布的2023年“提振消费信心”消费维权年主题调查结果显示,消费者信心稳步提升,大多数受访者认为消费环境越来越好。线下市场规范度评价高于线上,线上消费信任度明显增加。在企业经营表现中,“售后保障”与“评价口碑”最受关注。

关注企业和经营者的种种表现,消费者最在意的是“售后有保障”,占比为38%,受访者关注度居于第二位的是“评价口碑”。

调查显示,卫生条件差、刷单炒信、产品质量差、口头约定和承诺不予兑现、安全没保障、服务态度差等被消费者列为容易影响消费信心的关键问题,占比均超20%。

回应消费者对于捆绑销售、过度包装等问题的关注。去年下半年以来,市场监管总局协同有关单位系统推进过度包装专项治理行动。调查中,近八成受访者

认为,过去一年以来有关政府部门对改善消费环境的监管和执法力度加大。

绿色低碳、精打细算、货比三家代表了主流消费心态,消费者对于“绿色环保”和“安全可靠”的关注度占比超过30%。相比2022年,消费者对企业经营者的依法纳税、规章制度合理合法的关注度明显提高。

当前消费环境中仍然存在一些有待改进。从受访者反馈情况来看,个人信息泄露问题排在各类问题首位。对照2022年消费维权年主题调查结果,大多数受访者反感互联网平台

App产品强制要求授权和索取个人信息的行为,显示出消费者对于个人信息泄露问题的担忧。

调查显示,28.3%的受访者认为浪费现象比较严重,例如餐饮浪费问题;26.6%的受访者认为网络谣言多发,不利于消费环境建设。预付费(卡)商家跑路、虚假宣传或引人误解的宣传等问题占比均超过20%。价格虚高、假冒伪劣、售后服务、损害健康、货不对板、霸王条款等问题也被消费者诟病。这些问题都是下一阶段改善消费环境需重点着力的方向。

调查还显示,消费者通过多种方式获取消费资讯信息,社交网络和新媒体传播影响力提升。对照今年的商品消费和服务类别预计增长情况,儿童用品、汽车消费、装饰装修、医疗服务等成为重点,文旅休闲、娱乐、健身等个体或群体性消费活动占据重要比例,值得期待。

自2016年起,中消协连续开展消费维权年主题调查,并在历年国际消费者权益日面向社会发布。本次调查共回收覆盖全国的2万多个有效样本,城镇居民占比为65.2%,农村居民占比为34.8%。

据新华社北京3月15日

据新华社北京3月15日电,中消协15日发布的2023年“提振消费信心”消费维权年主题调查结果显示,消费者信心稳步提升,大多数受访者认为消费环境越来越好。线下市场规范度评价高于线上,线上消费信任度明显增加。在企业经营表现中,“售后保障”与“评价口碑”最受关注。

调查显示,卫生条件差、刷单炒信、产品质量差、口头约定和承诺不予兑现、安全没保障、服务态度差等被消费者列为容易影响消费信心的关键问题,占比均超20%。

回应消费者对于捆绑销售、过度包装等问题的关注。去年下半年以来,市场监管总局协同有关单位系统推进过度包装专项治理行动。调查中,近八成受访者认为,过去一年以来有关政府部门对改善消费环境的监管和执法力度加大。

绿色低碳、精打细算、货比三家代表了主流消费心态,消费者对于“绿色环保”和“安全可靠”的关注度占比超过30%。相比2022年,消费者对企业经营者的依法纳税、规章制度合理合法的关注度明显提高。

当前消费环境中仍然存在一些有待改进。从受访者反馈情况来看,个人信息泄露问题排在各类问题首位。对照2022年消费维权年主题调查结果,大多数受访者反感互联网平台App产品强制要求授权和索取个人信息的行为,显示出消费者对于个人信息泄露问题的担忧。

调查显示,28.3%的受访者认为浪费现象比较严重,例如餐饮浪费问题;26.6%的受访者认为网络谣言多发,不利于消费环境建设。预付费(卡)商家跑路、虚假宣传或引人误解的宣传等问题占比均超过20%。价格虚高、假冒伪劣、售后服务、损害健康、货不对板、霸王条款等问题也被消费者诟病。这些问题都是下一阶段改善消费环境需重点着力的方向。

调查还显示,消费者通过多种方式获取消费资讯信息,社交网络和新媒体传播影响力提升。对照今年的商品消费和服务类别预计增长情况,儿童用品、汽车消费、装饰装修、医疗服务等成为重点,文旅休闲、娱乐、健身等个体或群体性消费活动占据重要比例,值得期待。

自2016年起,中消协连续开展消费维权年主题调查,并在历年国际消费者权益日面向社会发布。本次调查共回收覆盖全国的2万多个有效样本,城镇居民占比为65.2%,农村居民占比为34.8%。

据新华社北京3月15日

据新华社北京3月15日电,中消协15日发布的2023年“提振消费信心”消费维权年主题调查结果显示,消费者信心稳步提升,大多数受访者认为消费环境越来越好。线下市场规范度评价高于线上,线上消费信任度明显增加。在企业经营表现中,“售后保障”与“评价口碑”最受关注。

调查显示,卫生条件差、刷单炒信、产品质量差、口头约定和承诺不予兑现、安全没保障、服务态度差等被消费者列为容易影响消费信心的关键问题,占比均超20%。

## 漯河市家装节3月25日举行

本次活动紧紧围绕中消协“提振消费信心”年主题精神开展。届时,活动现场将设置品质展、装修咨询台、投诉受理台等。其中,品质展包含材料、施工和设计三

个公共展示区,现场为消费者讲解装修各个环节的知识;装修咨询台,行业大咖与消费者现场交流;投诉受理台,工作人员现场受理消费者的投诉。考虑到部分群众不懂专业的装修知识,主办方还准备了装修白皮书,免费分发给到场人员。

除了消费者,企业也可以参加此次活动,但应具备三个条件:在漯河市从事生产经营活动3年以上;依法完成登记注册,各种资质许可齐全;企业管理规范,工程质量有保障,近三年内无质量安全事故发生。

如果您想参加活动,请记好了,具体时间为3月25日早上9点至下午5点,地点为神州鸟园北门。

据新华社北京3月15日电,中消协15日发布的2023年“提振消费信心”消费维权年主题调查结果显示,消费者信心稳步提升,大多数受访者认为消费环境越来越好。线下市场规范度评价高于线上,线上消费信任度明显增加。在企业经营表现中,“售后保障”与“评价口碑”最受关注。

调查显示,卫生条件差、刷单炒信、产品质量差、口头约定和承诺不予兑现、安全没保障、服务态度差等被消费者列为容易影响消费信心的关键问题,占比均超20%。

回应消费者对于捆绑销售、过度包装等问题的关注。去年下半年以来,市场监管总局协同有关单位系统推进过度包装专项治理行动。调查中,近八成受访者认为,过去一年以来有关政府部门对改善消费环境的监管和执法力度加大。

绿色低碳、精打细算、货比三家代表了主流消费心态,消费者对于“绿色环保”和“安全可靠”的关注度占比超过30%。相比2022年,消费者对企业经营者的依法纳税、规章制度合理合法的关注度明显提高。

当前消费环境中仍然存在一些有待改进。从受访者反馈情况来看,个人信息泄露问题排在各类问题首位。对照2022年消费维权年主题调查结果,大多数受访者反感互联网平台App产品强制要求授权和索取个人信息的行为,显示出消费者对于个人信息泄露问题的担忧。

调查显示,28.3%的受访者认为浪费现象比较严重,例如餐饮浪费问题;26.6%的受访者认为网络谣言多发,不利于消费环境建设。预付费(卡)商家跑路、虚假宣传或引人误解的宣传等问题占比均超过20%。价格虚高、假冒伪劣、售后服务、损害健康、货不对板、霸王条款等问题也被消费者诟病。这些问题都是下一阶段改善消费环境需重点着力的方向。

调查还显示,消费者通过多种方式获取消费资讯信息,社交网络和新媒体传播影响力提升。对照今年的商品消费和服务类别预计增长情况,儿童用品、汽车消费、装饰装修、医疗服务等成为重点,文旅休闲、娱乐、健身等个体或群体性消费活动占据重要比例,值得期待。

自2016年起,中消协连续开展消费维权年主题调查,并在历年国际消费者权益日面向社会发布。本次调查共回收覆盖全国的2万多个有效样本,城镇居民占比为65.2%,农村居民占比为34.8%。

据新华社北京3月15日

据新华社北京3月15日电,中消协15日发布的2023年“提振消费信心”消费维权年主题调查结果显示,消费者信心稳步提升,大多数受访者认为消费环境越来越好。线下市场规范度评价高于线上,线上消费信任度明显增加。在企业经营表现中,“售后保障”与“评价口碑”最受关注。

调查显示,卫生条件差、刷单炒信、产品质量差、口头约定和承诺不予兑现、安全没保障、服务态度差等被消费者列为容易影响消费信心的关键问题,占比均超20%。

回应消费者对于捆绑销售、过度包装等问题的关注。去年下半年以来,市场监管总局协同有关单位系统推进过度包装专项治理行动。调查中,近八成受访者认为,过去一年以来有关政府部门对改善消费环境的监管和执法力度加大。

绿色低碳、精打细算、货比三家代表了主流消费心态,消费者对于“绿色环保”和“安全可靠”的关注度占比超过30%。相比2022年,消费者对企业经营者的依法纳税、规章制度合理合法的关注度明显提高。

当前消费环境中仍然存在一些有待改进。从受访者反馈情况来看,个人信息泄露问题排在各类问题首位。对照2022年消费维权年主题调查结果,大多数受访者反感互联网平台App产品强制要求授权和索取个人信息的行为,显示出消费者对于个人信息泄露问题的担忧。

调查显示,28.3%的受访者认为浪费现象比较严重,例如餐饮浪费问题;26.6%的受访者认为网络谣言多发,不利于消费环境建设。预付费(卡)商家跑路、虚假宣传或引人误解的宣传等问题占比均超过20%。价格虚高、假冒伪劣、售后服务、损害健康、货不对板、霸王条款等问题也被消费者诟病。这些问题都是下一阶段改善消费环境需重点着力的方向。

调查还显示,消费者通过多种方式获取消费资讯信息,社交网络和新媒体传播影响力提升。对照今年的商品消费和服务类别预计增长情况,儿童用品、汽车消费、装饰装修、医疗服务等成为重点,文旅休闲、娱乐、健身等个体或群体性消费活动占据重要比例,值得期待。

自2016年起,中消协连续开展消费维权年主题调查,并在历年国际消费者权益日面向社会发布。本次调查共回收覆盖全国的2万多个有效样本,城镇居民占比为65.2%,农村居民占比为34.8%。

据新华社北京3月15日

据新华社北京3月15日电,中消协15日发布的2023年“提振消费信心”消费维权年主题调查结果显示,消费者信心稳步提升,大多数受访者认为消费环境越来越好。线下市场规范度评价高于线上,线上消费信任度明显增加。在企业经营表现中,“售后保障”与“评价口碑”最受关注。

据新华社北京3月15日电,中消协15日发布的2023年“提振消费信心”消费维权年主题调查结果显示,消费者信心稳步提升,大多数受访者认为消费环境越来越好。线下市场规范度评价高于线上,线上消费信任度明显增加。在企业经营表现中,“售后保障”与“评价口碑”最受关注。

调查显示,卫生条件差、刷单炒信、产品质量差、口头约定和承诺不予兑现、安全没保障、服务态度差等被消费者列为容易影响消费信心的关键问题,占比均超20%。

回应消费者对于捆绑销售、过度包装等问题的关注。去年下半年以来,市场监管总局协同有关单位系统推进过度包装专项治理行动。调查中,近八成受访者认为,过去一年以来有关政府部门对改善消费环境的监管和执法力度加大。

绿色低碳、精打细算、货比三家代表了主流消费心态,消费者对于“绿色环保”和“安全可靠”的关注度占比超过30%。相比2022年,消费者对企业经营者的依法纳税、规章制度合理合法的关注度明显提高。

当前消费环境中仍然存在一些有待改进。从受访者反馈情况来看,个人信息泄露问题排在各类问题首位。对照2022年消费维权年主题调查结果,大多数受访者反感互联网平台App产品强制要求授权和索取个人信息的行为,显示出消费者对于个人信息泄露问题的担忧。

调查显示,28.3%的受访者认为浪费现象比较严重,例如餐饮浪费问题;26.6%的受访者认为网络谣言多发,不利于消费环境建设。预付费(卡)商家跑路、虚假宣传或引人误解的宣传等问题占比均超过20%。价格虚高、假冒伪劣、售后服务、损害健康、货不对板、霸王条款等问题也被消费者诟病。这些问题都是下一阶段改善消费环境需重点着力的方向。

调查还显示,消费者通过多种方式获取消费资讯信息,社交网络和新媒体传播影响力提升。对照今年的商品消费和服务类别预计增长情况,儿童用品、汽车消费、装饰装修、医疗服务等成为重点,文旅休闲、娱乐、健身等个体或群体性消费活动占据重要比例,值得期待。

自2016年起,中消协连续开展消费维权年主题调查,并在历年国际消费者权益日面向社会发布。本次调查共回收覆盖全国的2万多个有效样本,城镇居民占比为65.2%,农村居民占比为34.8%。

据新华社北京3月15日

据新华社北京3月15日电,中消协15日发布的2023年“提振消费信心”消费维权年主题调查结果显示,消费者信心稳步提升,大多数受访者认为消费环境越来越好。线下市场规范度评价高于线上,线上消费信任度明显增加。在企业经营表现中,“售后保障”与“评价口碑”最受关注。

调查显示,卫生条件差、刷单炒信、产品质量差、口头约定和承诺不予兑现、安全没保障、服务态度差等被消费者列为容易影响消费信心的关键问题,占比均超20%。

回应消费者对于捆绑销售、过度包装等问题的关注。去年下半年以来,市场监管总局协同有关单位系统推进过度包装专项治理行动。调查中,近八成受访者认为,过去一年以来有关政府部门对改善消费环境的监管和执法力度加大。

绿色低碳、精打细算、货比三家代表了主流消费心态,消费者对于“绿色环保”和“安全可靠”的关注度占比超过30%。相比2022年,消费者对企业经营者的依法纳税、规章制度合理合法的关注度明显提高。

当前消费环境中仍然存在一些有待改进。从受访者反馈情况来看,个人信息泄露问题排在各类问题首位。对照2022年消费维权年主题调查结果,大多数受访者反感互联网平台App产品强制要求授权和索取个人信息的行为,显示出消费者对于个人信息泄露问题的担忧。

调查显示,28.3%的受访者认为浪费现象比较严重,例如餐饮浪费问题;26.6%的受访者认为网络谣言多发,不利于消费环境建设。预付费(卡)商家跑路、虚假宣传或引人误解的宣传等问题占比均超过20%。价格虚高、假冒伪劣、售后服务、损害健康、货不对板、霸王条款等问题也被消费者诟病。这些问题都是下一阶段改善消费环境需重点着力的方向。

调查还显示,消费者通过多种方式获取消费资讯信息,社交网络和新媒体传播影响力提升。对照今年的商品消费和服务类别预计增长情况,儿童用品、汽车消费、装饰装修、医疗服务等成为重点,文旅休闲、娱乐、健身等个体或群体性消费活动占据重要比例,值得期待。

自2016年起,中消协连续开展消费维权年主题调查,并在历年国际消费者权益日面向社会发布。本次调查共回收覆盖全国的2万多个有效样本,城镇居民占比为65.2%,农村居民占比为34.8%。

据新华社北京3月15日

据新华社北京3月15日电,中消协15日发布的2023年“提振消费信心”消费维权年主题调查结果显示,消费者信心稳步提升,大多数受访者认为消费环境越来越好。线下市场规范度评价高于线上,线上消费信任度明显增加。在企业经营表现中,“售后保障”与“评价口碑”最受关注。

调查显示,卫生条件差、刷单炒信、产品质量差、口头约定和承诺不予兑现、安全没保障、服务态度差等被消费者列为容易影响消费信心的关键问题,占比均超20%。

回应消费者对于捆绑销售、过度包装等问题的关注。去年下半年以来,市场监管总局协同有关单位系统推进过度包装专项治理行动。调查中,近八成受访者认为,过去一年以来有关政府部门对改善消费环境的监管和执法力度加大。

绿色低碳、精打细算、货比三家代表了主流消费心态,消费者对于“绿色环保”和“安全可靠”的关注度占比超过30%。相比2022年,消费者对企业经营者的依法纳税、规章制度合理合法的关注度明显提高。

当前消费环境中仍然存在一些有待改进。从受访者反馈情况来看,个人信息泄露问题排在各类问题首位。对照2022年消费维权年主题调查结果,大多数受访者反感互联网平台App产品强制要求授权和索取个人信息的行为,显示出消费者对于个人信息泄露问题的担忧。

调查显示,28.3%的受访者认为浪费现象比较严重,例如餐饮浪费问题;26.6%的受访者认为网络谣言多发,不利于消费环境建设。预付费(卡)商家跑路、虚假宣传或引人误解的宣传等问题占比均超过20%。价格虚高、假冒伪劣、售后服务、损害健康、货不对板、霸王条款等问题也被消费者诟病。这些问题都是下一阶段改善消费环境需重点着力的方向。

调查还显示,消费者通过多种方式获取消费资讯信息,社交网络和新媒体传播影响力提升。对照今年的商品消费和服务类别预计增长情况,儿童用品、汽车消费、装饰装修、医疗服务等成为重点,文旅休闲、娱乐、健身等个体或群体性消费活动占据重要比例,值得期待。

自2016年起,中消协连续开展消费维权年主题调查,并在历年国际消费者权益日面向社会发布。本次调查共回收覆盖全国的2万多个有效样本,城镇居民占比为65.2%,农村居民占比为34.8%。

据新华社北京3月15日

据新华社北京3月15日电,中消协15日发布的2023年“提振消费信心”消费维权年主题调查结果显示,消费者信心稳步提升,大多数受访者认为消费环境越来越好。线下市场规范度评价高于线上,线上消费信任度明显增加。在企业经营表现中,“售后保障”与“评价口碑”最受关注。

据新华社北京3月15日电,中消协15日发布的2023年“提振消费信心”消费维权年主题调查结果显示,消费者信心稳步提升,大多数受访者认为消费环境越来越好。线下市场规范度评价高于线上,线上消费信任度明显增加。在企业经营表现中,“售后保障”与“评价口碑”最受关注。

调查显示,卫生条件差、刷单炒信、产品质量差、口头约定和承诺不予兑现、安全没保障、服务态度差等被消费者列为容易影响消费信心的关键问题,占比均超20%。

回应消费者对于捆绑销售、过度包装等问题的关注。去年下半年以来,市场监管总局协同有关单位系统推进过度包装专项治理行动。调查中,近八成受访者认为,过去一年以来有关政府部门对改善消费环境的监管和执法力度加大。

绿色低碳、精打细算、货比三家代表了主流消费心态,消费者对于“绿色环保”和“安全可靠”的关注度占比超过30%。相比2022年,消费者对企业经营者的依法纳税、规章制度合理合法的关注度明显提高。

当前消费环境中仍然存在一些有待改进。从受访者反馈情况来看,个人信息泄露问题排在各类问题首位。对照2022年消费维权年主题调查结果,大多数受访者反感互联网平台App产品强制要求授权和索取个人信息的行为,显示出消费者对于个人信息泄露问题的担忧。

调查显示,28.3%的受访者认为浪费现象比较严重,例如餐饮浪费问题;26.6%的受访者认为网络谣言多发,不利于消费环境建设。预付费(卡)商家跑路、虚假宣传或引人误解的宣传等问题占比均超过20%。价格虚高、假冒伪劣、售后服务、损害健康、货不对板、霸王条款等问题也被消费者诟病。这些问题都是下一阶段改善消费环境需重点着力的方向。

调查还显示,消费者通过多种方式获取消费资讯信息,社交网络和新媒体传播影响力提升。对照今年的商品消费和服务类别预计增长情况,儿童用品、汽车消费、装饰装修、医疗服务等成为重点,文旅休闲、娱乐、健身等个体或群体性消费活动占据重要比例,值得期待。

自2016年起,中消协连续开展消费维权年主题调查,并在历年国际消费者权益日面向社会发布。本次调查共回收覆盖全国的2万多个有效样本,城镇居民占比为65.2%,农村居民占比为34.8%。

据新华社北京3月15日

据新华社北京3月15日电,中消协15日发布的2023年“提振消费信心”消费维权年主题调查结果显示,消费者信心稳步提升,大多数受访者认为消费环境越来越好。线下市场规范度评价高于线上,线上消费信任度明显增加。在企业经营表现中,“售后保障”与“评价口碑”最受关注。

调查显示,卫生条件差、刷单炒信、产品质量差、口头约定和承诺不予兑现、安全没保障、服务态度差等被消费者列为容易影响消费信心的关键问题,占比均超20%。

回应消费者对于捆绑销售、过度包装等问题的关注。去年下半年以来,市场监管总局协同有关单位系统推进过度包装专项治理行动。调查中,近八成受访者认为,过去一年以来有关政府部门对改善消费环境的监管和执法力度加大。

绿色低碳、精打细算、货比三家代表了主流消费心态,消费者对于“绿色环保”和“安全可靠”的关注度占比超过30%。相比2022年,消费者对企业经营者的依法纳税、规章制度合理合法的关注度明显提高。

当前消费环境中仍然存在一些有待改进。从受访者反馈情况来看,个人信息泄露问题排在各类问题首位。对照2022年消费维权年主题调查结果,大多数受访者反感互联网平台App产品强制要求授权和索取个人信息的行为,显示出消费者对于个人信息泄露问题的担忧。

调查显示,28.3%的受访者认为浪费现象比较严重,例如餐饮浪费问题;26.6%的受访者认为网络谣言多发,不利于消费环境建设。预付费(卡)商家跑路、虚假宣传或引人误解的宣传等问题占比均超过20%。价格虚高、假冒伪劣、售后服务、损害健康、货不对板、霸王条款等问题也被消费者诟病。这些问题都是下一阶段改善消费环境需重点着力的方向。

调查还显示,消费者通过多种方式获取消费资讯信息,社交网络和新媒体传播影响力提升。对照今年的商品消费和服务类别预计增长情况,儿童用品、汽车消费、装饰装修、医疗服务等成为重点,文旅休闲、娱乐、健身等个体或群体性消费活动占据重要比例,值得期待。

自2016年起,中消协连续开展消费维权年主题调查,并在历年国际消费者权益日面向社会发布。本次调查共回收覆盖全国的2万多个有效样本,城镇居民占比为65.2%,农村居民占比为34.8%。

据新华社北京3月15日

据新华社北京3月15日电,中消协15日发布的2023年“提振消费信心”消费维权年主题调查结果显示,消费者信心稳步提升,大多数受访者认为消费环境越来越好。线下市场规范度评价高于线上,线上消费信任度明显增加。在企业经营表现中,“售后保障”与“评价口碑”最受关注。

调查显示,卫生条件差、刷单炒信、产品质量差、口头约定和承诺不予兑现、安全没保障、服务态度差等被消费者列为容易影响消费信心的关键问题,占比均超20%。

回应消费者对于捆绑销售、过度包装等问题的关注。去年下半年以来,市场监管总局协同有关单位系统推进过度包装专项治理行动。调查中,近八成受访者认为,过去一年以来有关政府部门对改善消费环境的监管和执法力度加大。

绿色低碳、精打细算、货比三家代表了主流消费心态,消费者对于“绿色环保”和“安全可靠”的关注度占比超过30%。相比2022年,消费者对企业经营者的依法纳税、规章制度合理合法的关注度明显提高。

当前消费环境中仍然存在一些有待改进。从受访者反馈情况来看,个人信息泄露问题排在各类问题首位。对照2022年消费维权年主题调查结果,大多数受访者反感互联网平台App产品强制要求授权和索取个人信息的行为,显示出消费者对于个人信息泄露问题的担忧。

调查显示,28.3%的受访者认为浪费现象比较严重,例如餐饮浪费问题;26.6%的受访者认为网络谣言多发,不利于消费环境建设。预付费(卡)商家跑路、虚假宣传或引人误解的宣传等问题占比均超过20%。价格虚高、假冒伪劣、售后服务、损害健康、货不对板、霸王条款等问题也被消费者诟病。这些问题都是下一阶段改善消费环境需重点着力的方向。

调查还显示,消费者通过多种方式获取消费资讯信息,社交网络和新媒体传播影响力提升。对照今年的商品消费和服务类别预计增长情况,儿童用品、汽车消费、装饰装修、医疗服务等成为重点,文旅休闲、娱乐、健身等个体或群体性消费活动占据重要比例,值得期待。

自2016年起,中消协连续开展消费维权年主题调查,并在历年国际消费者权益日面向社会发布。本次调查共回收覆盖全国的2万多个有效样本,城镇居民占比为65.2%,农村居民占比为34.8%。

据新华社北京3月15日

据新华社北京3月15日电,中消协15日发布的2023年“提振消费信心”消费维权年主题调查结果显示,消费者信心稳步提升,大多数受访者认为消费环境越来越好。线下市场规范度评价高于线上,线上消费信任度明显增加。在企业经营表现中,“售后保障”与“评价口碑”最受关注。

市工改办与市清源供水有限公司

## 主动靠前服务 实现信息共享

本报讯(记者 张丽霞)“我们主动靠前服务,提前为用户预留好接水口,第一时间为用户接入通水,让用户无后顾之忧。”3月16日,市清源供水有限公司客户服务中心主任王学杰说,2022年11月,该公司通过漯河市工程建设项目审批管理系统获取会商信息,在项目立项阶段提前了解到郾城区妇幼保健院的信息资料,立即与项目联系人对接,并组织技术人员赶赴现场实地勘验,在项目阶段提前完成接入通水前置事项,并预留接水口。同时,市清源供水公司建立跟踪服务卡,对项目提供全程跟踪服务,在项目进展到施工阶段或竣工阶段具备通水条件时,不用办理用水报装申请,及时为用户接入通水,提高了接水效率和用户用水便捷度。

近年来,市工程建设项目审批制度改革领导小组办公室(以下简称市工改办)与市清源供水公司积极会商优化服务,

## 严格落实抑尘措施 全力应对沙尘天气

连日来,市场尘污染治理指挥部办公室、市住建局有关负责人带队督导检查建筑工地,沙尘天气管控措施落实情况,强化监督执法,采取各项控尘抑尘措施,全力应对沙尘天气。

针对现场检查情况,督导组要求建筑工地负责人严格按照防控工作要求,全面落实抑尘措施,加强施工现场易起尘污染源的清理覆盖,严格规范操作,落实好湿法作业以及密闭清运措施,避免将清扫保洁

过程变成污染过程;重点对楼体积尘、场区道路、材料存放区和加工区进行洒水、保洁,对未施工区域裸露黄土进行严密覆盖,大风时段禁止室外土石方作业,施工现场雾炮喷淋设施全部开启,确保措施得力、行之有效;做好沙尘过境后的清理保洁工作,按照精细化管理标准,全面清理施工现场积尘,做到不留死角、不留隐患,最大限度地减少沙尘天气带来的不利影响。

张晓晓

## 市物业和房屋维修资金服务中心 为居民排忧解难

3月14日上午,天赐良园西区业主代表和物业公司人员,将一面印有“情系业主 为民解忧”的锦旗送到市物业和房屋维修资金服务中心,感谢该中心工作人员帮助业主解决实际困难。

2月初,天赐良园西区18号楼因排污设施严重损坏导致生活污水外溢,影响业主的正常生活。业主申请使用维修资

金后,因施工现场环境复杂,不适合机械施工作业,导致维修困难。

了解情况后,该中心组织专业技术人员到达现场,结合实际情况从施工方案、施工工艺、施工场地布置等方面对该项目提出指导性意见,推动了维修项目顺利进行。目前,该项目已维修完毕,业主的正常生活得到了保障。

## 素色墙布 简约不简单

墙布花色繁多,消费者在选购时往往很难做出决定。其实,素色墙布是个不错的选择。

近年来,极简设计在家装领域颇受追捧,而素色墙布就是符合这种风格的墙面装饰材料之一。素色墙布可以说是百搭产品,无论家里装修风格是中式、西式,它都能融入其中。从室内设计师的角度来看,素色墙布确实是个不错的选择。如果视觉焦点集中在墙上,前面的物品就会被弱化,甚至出现喧宾夺主的感觉。选择素色墙布就不会有这样的情况发生。

在众多墙面装饰材料中,墙布售价较高,这让不少消费者望而却步。而素色墙布由于制作工艺相对简单,属于墙布中售价较低的产品,具有价格优势。如果第一次选购墙布,建议买素色墙布。

另外,素色墙布还有相比工艺复杂的墙布更容易打理的特点。

选购素色墙布时,一些消费者会担心款式简单影响质感。素色墙布简约却不简单。墙布的质感是由材质决定的,而不是图案。素色墙布也有不少种类,通过不同的材质、纹理,可以呈现不同的效果。

张素娟

**新丝路**  
**白璧·无缝墙布**  
不刷胶水的好墙布  
地址: 柳江路和西京路交叉口向南200米路西贸易区建材市场13区66号  
电话: 0395-2909777 13507654375



近日,位于昌建外滩的云衣定制重装开业。本报记者 范子恒 摄

## 征集“我和房子的故事”

有人说,家是下班之后彻底放松的地方;有人说,家是风雨之中最安全的港湾。但家,离不开一套房子。为了拥有自己的家,有人苦苦奋斗,有人无奈“啃老”,有人甘当“房奴”。房子,承载了太多的故事。

买房难、装修烦。第一次买房时是怎样的心情?装修时有什么经验、趣事或惨痛教训?又或者你现在的还在为买房奋斗,也可能你是一个整日面对购房者的置业顾问……无论何种身份,相信对于“房子”这个话题,很多人都有自己的感受,也一



投稿邮箱: lhbrfcb@163.com

定想把自己和房子的故事讲给更多的人听。如果你和房子有故事却无处分享,那么机会来了——本报全新栏目《我和房子的故事》面向全市范围征集,为你提供分享的平台。

你的房子代表你的生活态度,买房过程是你宝贵的人生经历,装修风格体现你的审美和爱好,住进去之后,也一定有过多欢乐的、悲伤的、感动的记忆。希望通过这个栏目,为大家搭建一个交流的平台……

投稿邮箱: lhbrfcb@163.com

为了更好地服务读者、了解群众购房需求,我们诚邀您一起参与本次问卷调查,以便我们优化版面内容,及时提供实用信息,为您购房助一臂之力。

基本信息(以下内容仅作参考统计数据,不公开)

1.您的性别:  
男 女

2.联系方式: \_\_\_\_\_

3.您的年龄:  
24岁以下 25~34岁 35~54岁 55岁以上

4.您的职业:  
自由职业 私企职员 私企管理人员 政府机关人员 企事业单位员工 企事业单位管理人员

5.家庭常住人口结构:  
单身 两口之家 两代同住 三代同堂

调查内容

1.您了解楼盘信息的主要渠道:  
报纸、网站 街道广告牌 微信公众号 朋友推荐 推销电话 房屋中介 其他 \_\_\_\_\_

2.您两年内有没有买房子打算?  
有计划 没有计划 遇见合适的考虑

3.您现在住房的来源:  
自租房 商品房 单位集资房 自建房

4.您的购房目的:  
结婚 子女入学 改善居住 父母养老

5.如果买房子,您会考虑哪些因素?(从重要到不重要排序)  
a地段 b交通便利 c小区环境 d户型 e小区规模 f朝向采光 g配套设施 h物业管理 i产权 j开发商信誉 k子女上学 l升值潜力 m车位配比

6.您现在住在哪个区域:  
源汇区 郾城区 召陵区 西城区 经济技术开发区 市城乡一体化示范区 临颍县 舞阳县

7.您打算购买的区域:  
a源汇区 b召陵区 c郾城区

d西城区 e经济技术开发区 f市城乡一体化示范区 g临颍县 h舞阳县

8.若购买商品,您选择什么户型?  
二室一厅 二室二厅 三室二厅 四室两厅 复式 loft 别墅 带院 带露台 带阁楼 其他 \_\_\_\_\_

9.您打算买多大面积的住房?  
70㎡以下 70㎡~90㎡ 90㎡~110㎡ 110㎡~130㎡ 130㎡~150㎡ 150㎡以上

10.您打算购买的住宅类型:  
高层 小高层(7层以上)

11.您希望购买的住宅的装修标准:  
简装 精装 毛坯

12.您购买房子的预算:  
50万元以下 50万~80万元 80万~100万元 100万元以上

13.您会选择哪种付款方式买房?  
一次性付清 贷款

14.您目前比较喜欢的楼盘:  
\_\_\_\_\_

15.您的建议或需求:  
\_\_\_\_\_

感谢您在百忙之中认真完成调查!您可将此问卷填写后送至新闻大厦一楼西办公室,也可填写完成后拍照并上传至微信公众号“漯河日报微公益”,或直接进入公众号回复“问卷”获取电子表格并填写提交。您的参与将有助于我们更好地为广大读者提供服务。祝您工作顺利、生活愉快!

购房意向调查表