

帮侬忙

与民分忧 为民解难

24小时热线

962555

微调查

预订母亲节鲜花 节后才收到

“礼物早到，爱不迟到”。看了这样的标语，你是不是也会心动，想给妈妈买上一束花，来表达心意？可让众多消费者未曾料到的是，提前预定了“FLOWERPLUS 花加”的鲜花，母亲节当天却收不到，而商家对此的反应和处理速度也非常迟缓，让他们大失所望。

心意竟然迟到一天

“早在5月8日，我就下了订单，在母亲节当天预定了一份价值169元的兰花。谁又能想到，会是这个结果？！”市民刘小姐谈及自己的经历时，依然耿耿于怀。她告诉记者，考虑到母亲节当天可能出现大量订单，她早早订好了鲜花，想给妈妈一个惊喜。没想到，母亲节当天，她和妈妈苦等一天，也没有等到花。

刘小姐告诉记者，直到5月13日下午，预订的兰花才送到。刘小姐在线上向客服反映问题，至今未得到任何解释和说法。

采访中记者发现，和刘小姐有类似遭遇的消费者不在少数。记者在微博上看到，不少网友在微博下留言吐槽，表示原本想给妈妈的母亲节惊喜，真的成了“惊喜”，“第一次遇到节日当天送不到的情况，真是搞笑！”

客服只能线上对话

母亲节当晚8时左右，“FLOWERPLUS 花加”发布微博表示，针对本次节日出现的部分地区配送问题和花材质量问题，就未能给客户带来足够优质的体验道歉，并表示会在最快时间内给出解决方案。

不过，消费者对于这样的解释并不“买账”。一众消费者留言称“客服不理人”。而更让不少消费者愤怒的是，商家自始至终都没有给出客服热线，只能“线上对话”，这也让他们感到沟通受阻。也有消费者告诉记者，这条仅剩下的售后和客服渠道，也往往是“爆满”，需要耐心地等待，才能“对上话”。

记者在微信上扫码关注“FLOWERPLUS 花加”后，点击“售后客服”，也需要输入手机号、验证码、收花日期并上传照片，才能上传提交问题。不少消费者表示，这样的交流方式十分低效，根本没法及时解决。

希望企业给个说法

“既然事情已经发生，我们希望企业方面能给出一个说法。”消费者刘小姐告诉记者，无缘无故心意“落空”，她已经郁闷了一天。“这并不是赔偿多少钱的问题，如果企业不给出说明，谁又能保证，今后不再出现类似的问题呢？”

和刘小姐持相同观点的消费者不在少数，他们都希望企业能正视问题，给他们一个合理的解释。 本报记者 徐驰