

## 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