

保养维修遇难题

你家壁挂炉“超期服役”了吗

进入采暖季,除了常见的集中供暖方式,还有不少人选择燃气壁挂炉。但在使用过程中,不少用户还遇到保养、维修方面的难题,险些落入圈套,甚至面临安全隐患。壁挂炉取暖,省心还是“烧”钱? 11月19日至21日,本报记者进行了走访调查。

线上品牌琳琅满目 线下门店分散

打开网购软件,海尔、美的、万家乐、林内、奥克斯……燃气壁挂炉的品牌种类达数十个,价格也从三四千元到三四万元不等。线下选购时,在导航软件输入壁挂炉三个字,显示各类品牌的门店位置都很分散。

记者在走访中了解到,西安几家本地品牌的安装率很高。每年进入采暖季,各品牌会有进小区宣传、售后和维修的活动,相对来说口碑还挺好的。

“你要选购燃气壁挂炉,不能只看品牌或者价格,建议根据房屋面积、预算,结合产品性能、规格进行综合选择。最近还要关注各品牌是否有补贴政策。另外,一级能效和二级能效的比较,应该是在同规格的情况下进行比较,一级能效比二级能效节约10%到20%的费用。一级能效确实更加节能环保,但壁挂炉本身价格要更贵,维修成本也更高。”在暖通行业从业多年的一位工作人员说。

在走访中,多家门店的工作人员给出了较为一致的计算方式,并且大家都提到费用和所在城市的冬季气温、天然气价格有直接关系。在西安,以100平方米的房子为例,不同门店的销售均推荐24千瓦的燃气壁挂炉,其每天需要8—10立方米的天然气(不同品牌、款式、能效略有差别),整个供暖季按照120天计算,花费大概与市政集中供暖价格差不多。

那到底是否需要保养?随后,记者在多个品牌的线上官方旗舰店页面看到了相关介绍。壁挂炉设计持续工作周期为3000小时,通常使用1年到2年后需要保养,壁挂炉建议每年保养一次。壁挂炉保养服务包含设备部件保养、采暖及热水功能检测、安全保护功能检测、气密性检测等40余项保养工作内容。

另外,据了解,2008年11月27日发布的国家标准《家用燃气燃烧器具安全管理规则》中明确规定:使用液化石油气和天然气的快速热水器、容积式热水器和采暖热水炉的判废年限应为8年;更早的版本为1999版,2004版。动辄使用一二十年的壁挂炉,确实存在超期服役问题。

国家标准明确判废年限为8年

“壁挂炉不光选的时候纠结,用起来也纠结。买回家是否一劳永逸?是否需要定期保养?是否有8年强制换新?”住在西安市碑林区乐居场附近的温女士就在不同门店听到了不同说法。

“你看我们的官方宣传彩页,上面写着满足15年设计寿命环保材料要求。作为一款整机进口的冷凝炉,使用年限可以达到15年。初次使用5年后可以进行保养,可以采取隔年保养的方式进行维护和清洗。”一国外品牌壁挂炉门店销售人员说。

在另外一款国产壁挂炉门店,销售人员向温女士介绍:“国产的炉子价格是进口的一半甚至是三分之一,常规使用不建议每年保养,有什么问题随时联系售后。而且拆机保养后,很可能没有原厂安装得仔细、精密。”

使用过程中不少用户遇难题

在壁挂炉的使用过程中,不少用户还遇到过维修问题,这些问题很可能变成难题或者心结。

6年前,新机装上就会偶尔弹出“EA”的错误代码,按复位键后又可以正常使用。可今年从11月5日开始给家里壁挂炉开启供暖模式后,每天洗澡时都会弹出“EA”的错误代码,甚至出现了按复位键不管用,需要拔掉插头重新插入的情况,严重影响正常使用。

在拨打官方客服后,工作人员留下了地址和电话,并提醒张女士因为过保,上门维修会产生费用,其他的只说是帮她预约上门维修的工程师。在第三次沟通后,对方提出上

门费是130元,如果维修需要更换配件,费用另计。如果不需要更换配件,仅上门检修,即便是没有找到问题,没有解决问题,也要收取上门费。

最终,张女士妥协。维修人员2分钟完成拆机,给出了燃气比例阀故障需要换新的结论,并给出了官方维修价格1100元,包含配件。

“太贵了,四五千都能换个新炉子了,而且如果有8年强制换新,这炉子也就只能用到明年了。”张女士说,最后她支付了130元上门费,选择继续使用。

几天后,张女士的丈夫联系到了另外一家品牌的维修人员上门更换了全新的燃气比例阀,包括工费支付了650元。

如何选购使用更省心

在西安暖通行业从业多年的一位行业专家温馨提醒:应选用符合国家标准和安全要求的燃气壁挂炉设备;燃气壁挂炉应安装在通风良好的厨房、阳台等位置;燃气壁挂炉燃烧时会产生废气,应设置专用烟道伸出室外,保证燃烧产生的废气可以安全排出。燃气壁挂炉出现故障时,请及时关闭电源,关闭设备前阀门,并联系燃气壁挂炉厂家售后维修人员。因燃气问题,造成燃气壁挂炉无法使用的,请及

时拨打天然气报修电话96777;燃气壁挂炉的安装和维修服务必须由有资质的专业人员完成,不得私自改动。

本报记者 李佳

外卖照片“伪造品相”
你踩过坑吗

律师:“图片仅供参考”不是免责声明



在外卖平台点餐时,餐品照片看起来令人垂涎欲滴,取到餐品实物后却发现清汤寡水,你是否有过这样的遭遇?记者调查发现,许多餐饮店在外卖平台上都有漂亮的餐品照片,并且在照片角落用小字配上“图片仅供参考”的说明,这让不少消费者被误导,感觉自己被“坑”了。遇到这样的情况,你会怎么做呢?

遇到“货不对板” 消费者和商家难沟通

前不久,市民孙先生通过外卖平台在某店铺点了一份爆炒黄面,拿到手却发现实物跟宣传大相径庭,整份面就像是葱油拌面,餐品照片上的牛肉片、彩椒、洋葱几乎一个也找不到。

然而,孙先生通过平台向商家反映时,对方表示爆炒黄面就是这样的,图片仅供参考。沟通无果后,他生气地在平台留下差评,并将商家发布的餐品图片和实物图片一起发在社交平台上诉说自己的遭遇。

相比孙先生的遭遇,市民黄女士通过外卖平台点的一份双椒牛肉饭套餐更让人哭笑不得。米饭配菜里的青红椒倒是有,可牛肉量比图片里的明显少了很多,

并且多出了许多葱段。此外,照片里看起来像是番茄汤,实际收到的却是一份骨汤,照片里的竹笋也变成了香菇。

“拍照片打个灯光调个‘美颜’没问题,我不要求实物颜色跟图片一样好看,可是东西明显不一样,而且量也少了,这显然就是欺诈。”黄女士表示,这照片和实物不是有些差别,而是完全没有关系。

记者采访了6位经常在外卖平台点餐的市民,6人均表示遇到过所点外卖与实物不符的情况,且跟商家沟通并不顺畅,大多商家都靠“图片只是参考,不能代表实物”来搪塞,仅有1位市民表示,遇到过一次商家表示抱歉后赠送了一张代金券。

菜品图片设计不需要原图

记者在外卖平台上搜索发现,平台首页系统推送排序靠前的商家,大多存在菜品图片美化、精修的情况,这些图片在角落的“图片仅供参考,请以实物为准”说明字体很小,有些甚至颜色很淡,不仔细辨别完全看不到。

“这已经算是行业默认的规矩了。”一位羊杂汤门店的老板杨先生表示,就像大家发朋友圈的照片会“美颜”一样,不少消费者潜意识里认为外卖商家为了菜品美观“修图”无可厚非,偶尔有较真的消费者,一般经过协商之后,商家给予消费者一些补偿,双方都能“握手言和”。

杨先生告诉记者,他家店铺的顾客主要来自线下,外卖订单并不算多,因此上传到外卖平台的照片,都是自己随手拍摄,甚至连修图都懒得弄。不过,一些依赖外卖的商家,会花钱制作餐品图片。

记者在网购平台搜索“外卖美图”,发现有不少店铺可以提供菜品图片设计美化,部分店铺显示销量超过一万。记者以餐饮店家的名义咨询了几家销量较高的店铺,对方均表示只需要说明菜品名称和配菜、用料等信息,可以直接使用网络素材制作,不需要提供拍摄原图。

“图片仅供参考”不是免责声明

商家使用这种网络素材的图片合规吗?一句“图片仅供参考”便可以成为商家的说辞吗?

陕西志辰律师事务所刘忆恒律师认为,商家可以用“图片仅供参考”来对餐品进行提示说明,但如果产品图片与实物严重不相符,则涉嫌广告欺诈、虚假宣传等违法行为,关键点就看商家提供的图片内容跟实际餐品之间是否存在明显差异,例如餐品用料是否有明显不同。

事实上,类似的事情已有相关案例。今年4月份,重庆一所高校学生小潘通过某外卖平台在一家烧烤店下单点餐,订单中包含一份售价为15元的鱼香肉

丝。收到餐食后,小潘发现原本应是“主角”的鱼香肉丝在这份餐食中却成了“配角”,菜品内容虽多了菜花和一根香肠,但这些额外的食材几乎占据了整个菜品的大部分位置,鱼香肉丝却没有多少,这与下单时商家展示的图片严重不符。经过与外卖平台客服沟通,小潘与烧烤店老板取得联系,表达自己的不满并提出赔偿要求,但遭到店老板拒绝。小潘认为烧烤店的行为构成欺诈,因此向法院提起诉讼。最终法院审理认定该烧烤店存在欺诈行为,判决该烧烤店应向小潘支付三倍赔偿,因赔偿金额不足500元,故认定为500元。本报记者 文晨