

“3·15”见招拆招之家装篇

第一招 调包技

现象：“调包”现象在家居行业已是屡见不鲜，成为企业“合理”赚取利润的有效途径。那么何为调包？简而言之，即用优质产品做样品吸引消费者签单，而后将“调包”后的劣质产品送到消费家中。

木门领域是最容易上演调包计的，以木门为例，小李（化名）最近不慎陷入了一场不良商家精心设计的骗局，她耗资万元购买的“云杉实木门”，运回家后摇身一变成为“实木复合门”，至今诉求无果。把“实木复合产品”当作“实木产品”来销售，故意混淆二者概念的现象并非只在门业领域存在，在家居建材行业中也有可能发生。在整体橱柜行业，有些商家把实木贴皮橱柜当作实木橱柜来出售；在家具领域，也有部分不良商家习惯于把实木贴皮的板式家具或板木结合家具当作纯实木家具来叫卖。

维权提示：如何才能避免产品被“调包”？首先消费者一定要到正规的家具经销店；二是要认真查看该样品家具是否标明了生产厂名、厂址，是否是正规厂家生产的家具；三是签订买卖合同，索要家具使用说明书。

第二招 套餐技

现象：近年，随着家装公司名目繁多的“套餐”装修大行其道，消费者在消协及行业协会对装修公司的“套餐”价格的投诉也越来越多。部分家装公司采取“低开高走”的策略，打出“超低价家装套餐”的活动，涵盖墙漆、瓷砖、地板等几大项，并辅之以免费设计承诺。但消费者往往忽略了辅料所扮演的重要角色，在此情况下，“增项”应运而生，家装公司给出的装修预算远高于消费者选定的套餐。

“特价定的套餐，在实施过程中被告知铝材换颜色要加钱，最后好说歹说每平米加了30元，可是市面上随便哪家都是颜色任选，完全不要钱。”网友小杜（化名）就有过类似的经历。在实际装修中，消费者遭遇增项导致预算超支的情况是存在的。某些小品牌家装公司打出的“低价套餐”中所涵盖的产品型号屈指可数，有的甚至是一些尾货产品。当消费者提出更改需求时，只能使劲往里“砸钱”了。

维权提示：看似是“馅饼”的家装套餐，或将变为“陷阱”。因此，消费者在选择家装套餐时，一定要留心，不同的计价方法可能隐藏着不同的猫腻，要将套餐中所涵盖的几大项细分清楚，然后再作出最后决定。

第三招 回扣技

现象：“回扣”一直是令消费者头疼的事情，设计师大吃回扣的情况早已成为一种普遍存在的“行业潜规则”。被蒙在鼓里的消费者更是没有选择，因为要达到“完美”的设计效果，只能选择设计师推荐给您的品牌，甚至连颜色型号都不能有一点差。

部分网友表示，设计师没有了设计费，只能从别的渠道来填补，而建材成了最好的途径，“吃回扣”成了这个行业的潜规则。

维权提示：消费者如何才能改变“被宰”的命运？面对装修问题，消费者要提高警惕，不要盲目地相信设计师及项目经理等的推荐，应对其所推荐的材料多做调查，货比多家后方可下单。此外，消费者也可以找一些口碑好的大装饰公司和材料商，做集成家居。

第四招 合同技

现象：家装合同暗含陷阱，这已成为一些小家装公司惯用的伎俩。小家装公司与消费者签合同时，往往用的都是自制合同，对材料、品牌都写得含糊其辞。在实际装修过程中，可能采用一些假冒伪劣的材料。一旦在装修过程中出现问题时，消费者只能任由装修公司摆布。

部分消费者本身不是很重视装修合同，只关注和设计师聊家装风格和预算费用，忽略了合同对自身合法权利的保护，到头来只能追悔莫及。

维权提示：装修合同可谓一字千金，消费者一定要仔细，不能以口头约定为准。在签订合同前，消费者要弄清楚建筑面积与套内建筑面积的概念，尤其是问清楚房屋装修总共需要花费多少钱，材料的包括都有些什么。与自己的预算及心理预期是否相符，多小心才能少吃亏。

第五招 拖泥带水

现象：对于信誉好的家具品牌，售后服务可以做到5年以上的保修、终身维护甚至有回购服务；还有一些品牌售后只是“浮云”，1年保修对于他们而言都难以保证。维修卡或厂商官方网站所登记的售后服务电话如同虚设，要么长时间无法接听，要么售后人员态度恶劣，正所谓售前“笑脸相迎”，售后“置之不理”。这让消费者十分受伤害。

维权提示：面对家居经销商的“变脸”，消费者如何拆招才能维护其自己的合法权益？这首先要求消费者在后置家具产品时，一定要主动了解保修和售后服务事项，避免只是“了”而不“解”。

见习记者 董方

春季之于家装行业，是最热闹、最繁忙的季节，时值“3·15国际消费者权益日”，“消费与民生”的呼声越来越高。因此，本报将目光聚焦行业“潜规则”，测家装市场“水深几许”，揪出隐蔽猫腻，让消费者见招拆招，擦亮双眼明明白白消费。



川豪装饰
为孩子打造安全堡垒
“精益设计、品质生活”系列报道三

根据中国标准化工协会和中国儿童卫生保健疾病防治指导中心的调查结果得知，全国每年因装修污染引发呼吸道感染而死亡的儿童数量庞大。为此，川豪装饰在这个杨柳依依，同时也是疾病频发的季节，推出了“精益工程”。

“精益工程”的“第一精”是指材料精，由公司总裁办挂帅，由研发中心具体经办，汇总各分公司采购资源，从成品材料的原材料考察，加工机具的研究，到整个加工过程的监督生产，做到货比三家的常规性购买原则，杜绝伪劣产品。“精益工程”八大专有材料体系包括川豪牌地彩，无毒、无害，是真正的环保产品，不会损害人体的健康。

“精益工程”的“第二精”是指设计精。川豪装饰的设计师秉承“人本、和谐、精细、自然”的理念，精益求精。考虑到有幼童的家庭，多使用修边浑圆的木质家具，以避免孩子的磕伤碰伤，以及采用防滑、护理方便的地板，以免孩子在奔跑中摔伤，房间的颜色也采用有益于孩子身心健康的浅色调。

川豪装饰“精益工程”的“第三精”就是施工管理、标准、技术精，它涵盖六大手册和三十七项表格管理，其中的管理节点多达到八千多个。公司同时还将标准施工工艺单独制作成册，围绕标准工程施工工艺改进措施及标准工程施工技术工艺做了系统的阐述及要求，让客户及施工人员有清晰的了解和认识，其中的三十七套表格包含从合同签单到进场、施工过程设计、材料、施工的无缝衔接到竣工预检和竣工评定的各个阶段，无不体现管理的精细化，真正做到让客户省心、放心、安心。

让孩子生活在一个无害的高品质环境中，不仅仅是天底下所有父母的期望，也是川豪人一直追求的梦想。

品格·集成卫厨顶
信地红星美凯龙店重装开业

3月13日早上，信地红星美凯龙家装市场比往日显得热闹。品格·集成卫厨顶红星美凯龙专卖店重装开业庆典暨品格集团董事长现场签售会在这里举行。

登记即送礼品 活动优惠诱人

早上9:10，签到台前排起了长龙。据工作人员讲，顾客们只要到现场登记便能得到一份精品礼物。

据悉，品格·集成吊顶信地美凯龙店为到场的消费者们提供了四组超值特价优惠套餐，优惠幅度接近50% 。除此之外，预交3000元，凭董事长亲笔签售，现场还将再返现6%；当场下订单还能赢取众多家电奖品，一等奖是一台美的双开门冰箱。

精彩表演助力 专家领导出席

签到之后，现场的音响再次响起，现场演出隆重开始，在喜庆的音乐声中，从舞台的两侧分别走上了一只“狮子”，打转、蹦跳、咬绣球，两只狮子憨态可掬的样子引来了台下观众的阵阵欢笑。

据介绍，此次品格·集成卫厨顶红星美凯龙店重装开业庆典还邀请了合肥家居行业领导及精英人士出席，包括信地红星美凯龙总经理陈金梅，合肥市建材协会会长汤勇，合肥市家装委员会主席张清，合肥市建材行业商会秘书长汪华等。

在表演后，品格集团董事长陈树文先生为客户签售，整个活动持续到中午12点。

（张明龙）