

法官以案说法 教您避开装修纠纷

包工包料 到底该包什么?

近日,北京西城法院到新街口西里三区召开家装合同纠纷通报会。会上通报,西城法院近5年来审理的家装案件呈逐年上升趋势。法官以案说法,对家装纠纷热点问题进行了详细解读,教居民们如何通过增强防范意识、妥善签订合同避免纠纷、减少损失。

装修后甲醛超标怎么办



业主张先生委托装修公司包工包料装修房屋,入住后,张先生出现咳嗽、头疼等

症状。经专业机构检测,屋内甲醛超出国家标准2倍多。张先生起诉后,将家具搬出后又做了一次检测,结果依然超标。最终法院以装修工程质量达不到约定标准为由,判决装修公司退还了张先生部分工程款,赔偿检测费、租金损失等。

张先生能拿到赔偿,很重要的一个原因是在合同中约定了环保标准。

法官提示:想避免装修污染,消费者一定要在签订装修合同时约定“环保家装”条款,要求装修后室内空气要符合相关环保标准,并约定在家具进场前由第三方检测机构验收,对违反合同约定标准的,要列明相应的违约金。一旦在验收时发现污染超标,及时留存固定证据后就可以依据合同维护自身权益。

“包工包料”合同怎么签

说起“包工包料”,很多消费者觉得这意味着装修公司全包了,不用再多花一分钱。业主郭先生就有这种误区。他花了近7万元让装修公司“包工包料”装修,完工后又被装修公司索要装修中增加的酒柜、鞋柜等费用。最终,郭先生输了官司。法院认为,合同虽约定采取包工包料的承包方式,但在合同附件预算明细中已列明具体施工项目,对于双方都认可的新增项目,郭先生还得承担费用。

法官提示:“包工包料”是装修行业的惯用说法,消费者要弄清楚“包工包料”到底是包什么工、什么料。尽可能在合同或合同附件中详细列明装修公司提供哪些商品和服务,施工所用的材料,如有增项需消费者书面确认等限制性约定。



中途换人装修 设计费怎么算

业主小杨因为装修过程中和装修公司产生了一些矛盾,便打算换家公司,要求施工队中途退场。但装修公司要求小杨除结清已经施工的项目费用之外,再支付1万元设计费。双方为这笔钱上了法院。

法院审理后认为,装修公司虽提供了相关设计图纸,但双方并未就设计费进行明确约定,没有支持装修公司索要设计费的要求。

法官提示:大部分装修公司是将设计和施工一并包揽在装饰装修合同

中,不会对设计费用和工程造价分开约定,消费者除支付装修款外无需另行支付设计费。但为谨慎起见,消费者还是应当在书面合同中对款项性质予以明确,例如是否承诺免费设计或者承诺装修款中包含设计费用。(孙莹)

据《北京晚报》



资讯

目前,中国家电行业已经进入平缓增长期,亟待寻找新的增长动力。在家电模式重构的裂变期,各种创新零售实践和零售变革思维兴起,使得家电新旧零售模式激烈碰撞,在此背景下,中国家电网联合奥维云网发布《中国家电创新零售发展研究白皮书》(简称《白皮书》),全面解析并输出零售市场在消费升级背景下的发展新趋势。

据了解,《白皮书》是在中国家电协会指导下,由中国家电网和奥维云网联合撰写,课题组成员还包括京东家电、今日头条、苏宁易购、有赞、天猫等各类电商平台和内容平台。白皮书内容由家电零售行业现状,技术推动与智能化升级,消费变革与家电创新零售,家电创新零售驱动力及展望以及京东家电、今日头条、苏宁易购、天猫、有赞等家电创新零售重点案例五大部分组成。

随着互联网的发展,网上购物平台的爆发,家电行业的渠道业态发生了变革。传统家电渠道层级太多,成本相对较高,小品牌难进驻大连锁渠道等一系列问题都暴露出来。

电商发展初期对传统渠道形成了很大的冲击,如今更是有超越之势,大多数品类的线上规模呈上升态势,线下规模同比呈下降趋势。再加之工程、家装渠道的崛起,对家电原有的传统代理商、连锁渠道等形成了挑战,家电传统渠

道业态的裂变和分化在加剧,线上线下分离层层分销烧钱营销等商业模式黯然失色,单一渠道的重要性正在下降。

《白皮书》指出,消费者满足与技术创新是零售变革的核心驱动力。一方面,新消费时代,人们的消费需求已经不是简单的满足产品功能,而是希望赋予消费更多的其他意义;另一方面技术创新,互联网、物联网、人工智能等新技术的发展推动零售行业进入“全场景、全渠道”的崭新阶段,结合新技术与用户进行交互是创新零售发展的必由之路。

值得关注的是,除了技术以外,《白皮书》还指出,以消费者体验为中心的各种零售形态,包括各大零售渠道提出的新零售、智慧零售、无界零售,还有“社交感”“体验感”“交互感”等,以及由此派生出来的各种“社交零售”“内容营销”都属于创新零售范畴。随着各种创新零售以爆发式速度走进我们的生活,生活化、场景化、情感化、艺术化、定制、大数据等都将成为消费升级背景下家电营销创新带来新的启发。

除此之外,对于当下传统渠道需要改革,电商渠道需要增强消费体验等问题,《白皮书》建议,家电业的零售要转向线上线下市场的融合,形成全渠道的零售模式,数字化是未来渠道发展的重要趋势,要建立强大的用户行为数据库,将产品匹配给特定细分群体附近的零售终端,构建数字化零售生态。

相信未来,还会是一个全新的时代,对零售商而言,我们叫“创新零售”,对消费者而言,则可能是“创新”消费。

据腾讯家居

首份《中国家电创新零售发展研究白皮书》发布



支招