不是测量水分大,就是“内定”的材料贵

装修房子开发商和物业玩猫腻

本报记者 刘云菲

最近,很多新盖的小区交工,居民赶忙装修。但是这装修之旅似乎不太平:想铺地脚线,开发商通知可以统一安排,但是居民自己测量和开发商找的装修队测量偏差较大;还有的居民买的房子没封阳台,物业名义上说要统一样式,其实这统一的材料市场上少有,居民只能在小区里卖装修材料的地方购买,多花了不少钱。居民说,虽说名义上这些都没强制,但涉嫌垄断,实际上都要消费者多掏腰包。

新建的小区大都没装修,销售厨卫用品的商贩已进驻宣传。本报记者 李军 摄

小区居民>>

装修队为多赚工钱测量水分大

李先生向记者反映,他在昌润路一小区买了房子,是89平米的,装修的时候,开发商一位负责装修的经理通知他和同时购房的几位同事要交纳贴地脚线的钱。李先生说,之前铺地面砖是开发商统一安排的,这次他以为也是统一安排,没多想就交了400元铺地脚线的人工费,“我们以为是统一安排,就把钱交了,这给我们制造了一个错觉,后来才知道可以自己找人贴,不需要非找开发商安排的装修队。”

李先生的房子只有89平米,阳台部位不需要贴地脚线,那位经理告诉他交了人工费,可以自己买料,按照装修队说的米数去买材料,李先生觉得蹊跷,“难道自己量不行吗?”开发商的这位经理说,如果自己量手工费按照10元/米算,要是让装修队量则是7元/米。两者相差3元,李先生当然会算账,还是7元/米合适,那就交给装修队量吧!不过李先生心理不舒服,“这不明摆着一口价,强制吗?”

李先生无奈按照装修队提供的米数去市场上买了材料,可是又让他意外的是,最后却剩下了一半的材料没用,“他告诉我大概铺70到75块砖,我怕不够用,买了80块,结果剩下40多块,我想退了,人家不给退,我赔了100多元。”李先生说,装修队测量的尺寸明显出了问题,多了很多,“我们几个同事都遇到这种情况,有位同事不甘心,回去自己量是32米,但是装修队给的尺寸是60米,差了快一倍了,这不是坑人吗。”李先生说,开发商指定的装修队多量米数明摆着是为了多挣工钱。

业内人士>>

物业指定材料市场上难买到

张先生在建设东路一小区买的房子,他的房子已经装修完了,说起装修的经历,他是一肚子苦水。买的新房没封阳台,只能自掏腰包再封。张先生找到小区物业,物业说,为了小区环境美观整齐,必须装一样的样式。张先生觉得这也挺合理,反正自己找人,也放心。张先生跑遍了聊城卖装修材料最集中的地方—香江光彩大市场也没买到小区里要求的统一那种材料。张先生看邻居家已经封好了阳台,就跟邻居打听,邻居说小区里有家卖装修材料的就卖这种材料还负责安装,“邻居当时就提醒我,肯定价格会比外面贵,外面又没有卖,哪有那么多时间到处找,贵就贵呗。”

张先生买了材料,大约6平米的阳台花了2700多元,合450元/平米。“我不太懂这个材料,但是觉得挺贵的,这好像有点变相的强制,名义上说样式统一,但是这种材料却不好买,在小区里竟然有卖的,这卖材料的和物业或者开发商是不是有利益关系,这都不好说。为什么一开始不就把阳台封好?”

朱先生也在这个小区居住,他是做装修生意的,所以对装修材料非常在行。他家也是大约6平米的阳台,但是他只花了1440元,“香江确实没有卖那种材料的,市场上非常少,我是通过一个朋友才买到的。我是做装修的才了解这些,但是绝大多数居民都对这个不了解,价格相差了快一倍,很多人花了冤枉钱。”

律师>>

指定装修材料存在误导欺诈行为

田先生从事装修已经15年。他说,目前装修存在许多乱象:乱定价、垄断……“装修材料相同质地不同规格和品牌的相差几倍甚至几十倍,随意定价现象最多。比如你在一个店里看上了一款壁纸,另一家却没有,你只能在这家买,这家价格就很高,买不买随你。”田先生说,装修靠的就是挣材料钱,人工费差不了太多,“你去一个品牌装修公司装修和在一个私营不知名的地方装修,请的工人都是一样的,不一样的就是材料。就说乳胶漆这一项,同样的牌子就能相差上千元。开发商很在意装修也就不意外了。”

山东豪才(聊城)律师事务所白伟律师说,上述事件存在误导和欺诈行为,侵犯了消费者权益,“既没有书面的东西,说得又很含糊,给消费者造成损失,开发商和装修队都要负一定责任,消费者可以要求赔偿。”

白伟说,开发商参与装修有管理义务,“如果合同里标明是开发商负责装修,开发商有全部责任,如果是开发商主导提供了平台,开发商有管理义务。”

白伟提醒,消费者在装修的时候一定要看明白购房合同,如果需要另外装修一定要在合同上写得仔细,包括装修的价格、材料、材质等。如果找个人装修,也一定要签合同,避免发生纠纷。

“零距梦想,尽情驾驭”

2012别克3D汽车公园震撼亮相

“零距梦想 尽情驾驭”2012别克3D汽车公园”全国巡回路演活动即将于4月29日—5月1日在开发区中华路北首震撼亮相。作为上海通用汽车一个集品牌传播、展示促销、娱乐互动为一体的全方位汽车体验平台,让广大消费者和爱车族在轻松、快乐的互动体验中,零距离感知通用别克品牌蕴含的知性科技魅力与人文品牌理念。

2012年,在“心静,思远,志行千里”的理念感召下,在“零距梦想,尽情驾驭”的主题引领下,领略别克旗下基于全球平台与欧美技术的主力车型,还可以通过互动游戏与3D电影欣赏,深入感受别克On-Star全时在线助理与BIP智驱系统所能赋予车主的贴心、便捷、全面的崭新汽车生活。在丰富多彩、轻松愉悦的现场活动中,别克与您零距离,为您献上一段活力四射、难以忘怀的“梦想之旅”。

“3D视觉秀”,为您奉上一道极富想象力与生命力的立体视觉大餐,前所未有的视觉梦幻,扑朔迷离的科技魅影,将人与车的和谐韵律演绎至极。科技之韵,描绘明日生活之无限愿景,放飞多彩生活梦想。人性之光,开启人车合一的全新境界,移动的空间,更是精彩的世界。一切,即将映入眼帘。

“On-Star”互动游戏体验,让您实况体验拥有一键触发智能导航、声控电话、紧急求援、车况自动检测等14项全天候在线“主动关怀”服务,无论何时何地,让关怀始终与您相伴,让关心照亮你前行的道路。

“BIP智驱系统”互动体验,您只需用手触摸屏幕,别克智能驱动的先进技术便尽在眼前,别克科技的人性魅力将一览无余,当汽车学会“思考”,当汽车懂得“感知”,当汽车拥有“人性”,那么安全舒心的旅程就已开始,人性的力量,只为属于你的私人移动空间。

别克关怀区,由专业的汽车技术人员与售后顾问现场提供免费的车辆使用咨询,讲解日常保养知识。一句简短朴实的话语,会令身为车主的你茅塞顿开,烦恼不再。一份细致入微的关注与提醒,将使您的爱车“青春常在”。“比你更关心你”,别克360度全方位服务,造就完美舒心汽车生活。

在这个快速变化的时代,别克始终坚持“心静,思远,志行千里”的品牌理念,将其贯穿于产品的设计、制造、销售乃至服务各环节,始终以科技创新作为源动力,致力于为人类社会提供“更低油耗,更少排放,更高品质”的高科技人性化汽车产品。

2012年,别克率领旗下主力车型震撼亮相,向广大消费者与爱车族全面展现别克知性科技力量与强大品牌形象,为大家提供更完善、更个性化的汽车消费体验。