家装建材保修期统一标准缺失

合同上承诺是5年保修期，但是产品出了问题，找到家具经销商来维修，竟然要收取一定数额的上门服务费。近日，张女士就遇到了这个难题。无独有偶，家住朝阳区的李奶奶家里的马桶部件出现了问题，由于快过保修期时间范围，预约维修也需要时间，等到上门维修时已经过了保修期，商家要索取维修费用，哑口无言的李奶奶只好自掏腰包，“还好只是个小部件坏了，我在保修期前打的电话，怎么就按维修时间来算的？”家居、建材行业保修期的保修售后服务到底有没有统一的标准，消费者该如何保障自己的权利？出了问题谁来买单？近日，记者就此问题走访了相关卖场和行业专家。

家居保修期不一致

在家装领域，据中国建筑装饰协会住宅装饰装修委员会副秘书长张仁介绍，“建设部颁发的《住宅装饰装修施工管理规范》中对家装工程各个部分保修期规定如下：土建部分保修期为一年；水电部分是一年。”

记者了解到家具品牌中的各个品牌对于保修期范围略有不同，某商家对所售商品做出“一年保修，终身维护”的坚定承诺；也有的提出“3年保修期，24小时上门服务”的承诺；还有的提出3至5年质保。市场上的家具产品的保修期目前来看，并不统一。据了解，国家目前对于家具行业还没有统一的保修售后规定。消费者在购买家具产品时，可与商家签订家具买卖合同，并在签字前了解好相关内容，以便及时维护自身权益。

在建材市场中，各品牌的卫浴产品保修期更是参差不齐，有保修1年的，有保修3年的，还有保修5年的。记者与某品牌导购了解情况后发现，卫浴产品虽然各商家口头承诺1到5年，但是合同上只能签保修1年，并解释这是卖场的规定。所以，消费者在购买前，一定要问清楚保修期的承诺能不能通写在合同或者保修卡当中。

保修期不同于保质期

商家在承诺售后服务时，往往会有“保修期”和“保质期”两种概念，导致部分消费者在签订合同时因不了解情况而在后期维权时困难重重。所以，一定要了解两者的概念和区别。记者就此查阅了相关资料，以供消费者参考。保修期，通常是指在规定的时间段内，产品出现质量问题，商家可以免费帮助消费者维修，如果超出了这一范围，商家将不再负责或者免费维修；保质期，通常是指产品最大范围的使用期限。

消费者如何维权

消费者如果想要维护好自己的权益，首先是在购买产品时最好到正规的卖场或者商家购买家居建材产品，因为正规的企业管理规范，产品进货渠道有保证。其次，在购买产品时，一定要索要保修卡，在签订购买合同时，仔细阅读相关条款，了解清楚后再签字。某家居卖场负责人提醒广大消费者，还需要注意的是，一定要签订规范的购买合同，若商家给出额外的承诺一定要加在合同或者保修卡上，以便维权时有据可依。 （接贵云）

大自然地板“半价义卖”捐助贫困大学生

□记者 田松平

7月3日下午，由大自然家居（中国）有限公司、苏宁电器联合举办的“大自然地板万人疯抢尖峰时刻特大型助学义卖活动”新闻发布会在郑州隆重举行。大自然地板和苏宁电器与会领导共同启动援助贫困大学生计划，掀起新一轮慈善狂潮。

据悉，2012的高考已经结束，一些品学兼优的考生，正面临由于家境贫穷，对于大学殿堂的召唤而一筹莫展的困境。为了让更多的贫困学子进入大学深造，以实际行动支持国家的教育事业，大自然家居（中国）有限公司将于7月28日在河南郑州集中全省消费者开展“大自然地板万人疯抢尖峰时刻特大型助学义卖活动”。

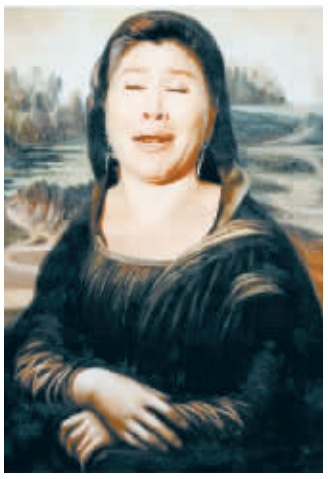
在当前“通胀”压力面前，广大消费者所面临的装修压力与日俱增。作为一家有着强烈社会责任感的上市公司，大自然地板欲借助本次活动对广大消费者进行感恩回馈，缓解消费者压力，着力降低消费者在购买产品过程的货币、时间、精神和体力成本。消费者通过本次活动可以以最低的时间成本，最低的货币成本，最低的体力成本、最轻松休闲的方式购买到物美价廉的地板、电器、木门、橱衣柜、壁纸等产品。活动于7月28日举行，地点将选择在郑州国际会展中心。

主办方透露，在7月3日发布会结束当日，大自然地板与本次战略合作伙伴苏宁电器就已全面启动全省客户预约工作。凡7月27日成功预约的客户，交纳诚意金100元，在活动现场签单40平米以上地板就可获赠价值688元健康代步自行车一辆，根据签单品牌的累加最高可冲抵2280元货款。同时，大自然地板还将在现场拿出50000平米地板进行半价义卖。此外，作为合作方的苏宁电器，还为现场签单的大自然地板消费者提供特别优惠政策，消费者凭地板定单到苏宁电器专柜，可在最低价的基础上再让利5%。凡签单客户在现场还可参与连环抽奖活动。价值4999元/台液晶电视、价值2999元/台液晶电视90台，共100台液晶电视，以及200辆价值688元/辆自行车等共计600个奖项将在现场抽出。

消费者可通过前往河南省内各家大自然地板专卖店，或拨打预约电话等多个渠道咨询活动详情及办理预约手续。

被指误导消费

达芬奇被判 返货款323万



本报综合消息 7月2日，杭州市民状告达芬奇一案胜诉，获赔323万余元货款，这也是国内消费者状告达芬奇首次获胜。

据了解，去年5月杭州市民魏某在达芬奇家居分别购买了2908660元和326189元卡布丽缇系列的家具。随后央视曝光达芬奇天价家具洋品牌身份造假之后，魏某便将达芬奇告上法庭。浙江省杭州市拱墅区人民法院经过两次审理后认为，达芬奇在与消费者缔约过程中，对产品材质和品牌进行了虚假、夸大宣传从而误导了消费者，消费者在被告处购买家具，也是基于达芬奇高端品牌形象，因此被判赔返还3234849元货款。达芬奇方面则认为其销售的所有卡布丽缇家具均在意大利制造，并原装进口至中国，在法庭上坚称没有造假，否认误导消费者。 （牟文静）