

装修一套房,要踩多少坑

“没装修前,我刷了三个月的小红书,收藏了200多篇避坑指南,加了5个装修群。以为已经是半个专家了,结果开工第一天,现实就给了我一个大嘴巴子。你永远不知道下一个坑在哪,更不知道这个坑有多深”……

社交媒体上,有不少消费者吐槽自己的装修遭遇。装修一套房,可能会踩哪些坑?乱象背后有哪些症结?“新华视点”记者近日进行了调查。

合同“埋雷”、“货不对板”、渗水漏水问题突出

今年1月初,谭先生被某家具公司的优惠活动吸引,了解情况后与其初步确定全屋定制服务购买意向,并支付2000元定金。几天后,该公司工作人员上门量尺报价,谭先生发现,总价从前期沟通的1.2万元增至1.5万元。

工作人员称,只有参与“全屋定制+成品家具”订购套餐活动才可获得宣传所称的优惠折扣。不想买成品家具的谭先生提出退定,却被拒绝。

谭先生向记者出示的销售合同显示,要享受所谓“优惠”,成品家具选购须占定制合同金额的50%以上,选购时间在定制家具出货前,“这就好比买肉必须搭一半骨头,还得提前付钱。”

中国消费者协会发布的2025年八大投诉热点显示,家装行业部分商家设置各类合同陷阱与隐形消费,相关投诉呈增长趋势。

一些消费者表示,合同“埋雷”只是套路的开始,开工后“货不对板”的情况也屡见不鲜。

此前,家住浙江杭州的李月(化名)通过电商平台在重庆某公司订购了全屋衣柜等家具,安装完成后才发现,实际所用板材与合同约定不一致,“他们在宣传时展示原厂家生产的精板,销售时却换成第三方用原厂家购进的素板加工而成的产品,并宣称该板材为原厂家生产的精板。”

根据原厂家就此事出具的说明,未经该公司授权,私自使用该厂家生产的素板自行进行饰面加工,却仍称是该厂家的精板,属不实表述、涉嫌误导。

更糟糕的是,有消费者入住后发现渗水漏水问题,墙面、地板也“牵连受害”。湖南一名网友在社交平台发文称,年前自家新房卫生间门口有轻微渗水现象,过完年发现墙面开始大面积剥皮,碎渣掉一地,部分区域裸露出墙内网格布。他向记者表示,尽管装修公司承诺处理到位,但截至目前都未找到漏水原因。

缘何维权难?业内人士认为,家装服务具有准入门槛低、全周期链条长、产品非标准化等特点,部分服务缺乏规范标准和强有力约束,导致维权难问题。

——行业标准落地难。记者采访了解到,尽管相关部门出台了《住宅装饰装修工程施工规范》等系列国家标准,但在实际落地中,由于家装工程具有“隐蔽性”,行政监管难以全覆盖,消费者往往依赖事后鉴定,导致约束力滞后。

目前,我国已分别对木家具、定制家具、全屋定制家居产品等出台验收规范或行业标准,但不少是推荐性而非强制性标准,商家可选择性执行。

重庆市永川区三教镇市场监管所工作人

员谢元认为,当前部分产品质量执行标准不够细化、难以统一,“在处理常见投诉过程中,不少投诉双方都认为自己履行了合同,但对结果就是不满意。”多名业内人士也表示,“缝隙多大算不合格”“形变多少属正常”等项目缺乏强制性细化标准,消费者往往陷入维权困境。

——责任成了“糊涂账”。

“家装服务链条太长,一个工地涉及设计师、定制厂商、工头、工人……人越多,有时责任很难划分清楚。”重庆某装修设计公司设计师陶源(化名)说。

处理过多起装修纠纷的重庆箭宇律师事务所律师朱莹玮发现,消费者维权时最头疼的是证据收集与固定。比如,推销时所说的“全包”“零增项”“进口材料”仅是口头承诺,没写入合同;水电管线一旦封进墙里,其品牌和厚度无从查验。一些消费者为了居住不得不先自行修复质量问题,导致原始现场被破坏,丧失事后鉴定的基础条件。

——“偷梁换柱”埋隐患。

记者在采访中发现,一些家装公司采用“项目制”或频繁更换法定代表人,甚至注册空壳公司逃避法律责任,消费者即便胜诉,也面临执行不能的困境。

中国消费者协会发文表示,部分装修企业通过品牌或关联公司名义开展业务,实际签约和收款主体不一致,实际施工人员与合同主体不一致。

2025年7月,家装行业连锁品牌靓家居宣布停业,多名消费者就披露装修合同表示,该公司此前与客户签订协议时,签约、开票主体均为已注销的“幽灵分公司”,可能给合法维权埋下隐患。

为“安居梦”筑牢“防火墙”

今年的政府工作报告提出“实施服务消费提质惠民行动”“加强消费者权益保护”,系列举措助力打造更安心的消费环境。

今年1月,中国房地产业协会发布《住宅全案整装服务标准》,覆盖“全案整装”全流程服务规范,要求安装工地摄像头,明确售后响应与处理时限等。

西南政法大学经济法学院副教授马勇建议,相关部门可协同完善行业标准体系,制定更细致的施工工艺标准和验收规范,实现“所见即所得、计价即结算”。

形成监管合力,一些有益探索已在路上:重庆、江西等地明确要求物业服务企业严格落实装饰装修申报登记制度;就“先款后工”模式制约家装消费的突出矛盾,部分家装行业头部企业探索引入银行作为“装修款项的资金存管方”……

针对装修公司“诈欺”“跑路”等顽疾,受访人士普遍认为,可建立全国联网的家装企业信用黑名单,将恶意增项、偷工减料、卷款跑路等行为纳入失信名单,限制其市场准入、融资贷款等权益。

对消费者而言,如何精准“避坑”?

朱莹玮建议,消费者与企业签订装修合同时,要仔细核对,拒绝笼统描述,如材料需写明品牌、型号等,工艺需明确具体做法,工期需规定延误违约金具体数额。签约前,还可通过网站等工具查询企业背景情况,尽量避开成立时间极短或频繁变更法人的公司。

“做到重要记录必保留、关键节点必验收、变更必书面确认,即使后期产生纠纷,消费者也有理有据。”朱莹玮说。

(新华社北京3月15日电)

国务院安委办紧急通报 近期典型较大事故情况

新华社北京3月15日电 记者从应急管理部获悉,国务院安委会办公室15日决定对4起事故查处挂牌督办,要求相关地方按照“四不放过”的原则提级调查,依法依规严肃追究责任,并印发关于近期典型较大事故情况的紧急通报,要求举一反三深刻汲取事故教训,坚决防范遏制重特大事故,有效防止重大涉险事故和较大事故反弹,确保全国安全形势持续稳定。

今年以来,全国安全生产形势总体平稳,但近期多地接连发生典型较大亡人事故。3月13日,广东肇庆一汽车零部件公司发生事故,造成3人死亡、4人受伤;3月14日,广东梅州一自建房发生火灾,造成3人死亡、2人受伤;同日,江西九江雁列山附近有人在攀岩时坠落,造成3人死亡;3月15日,山东烟台一汽车零部件公司发生机械伤害事故,造成3人死亡。

通报指出,近期发生的典型事故敲响了安全警钟。当前,各类生产经营单位正在加速复工复产,各方面冲刺“开门红”意愿强烈,安全风险明显上升,随着气温陆续回暖上升,群众出行出游集中,各类风险隐患交织叠加,安全生产须臾不可放松。

通报要求,要坚决扛起防范化解重大安全生产风险的政治责任。各地区、各有关部门和单位要加强对本地区、本单位、本行业领域安全生产风险分析研判,扎实推进安全生产治本攻坚三年行动,针对性加大“打非治违”工作力度,全力防范化解重大安全生产风险,以实际行动为经济社会发展持续筑牢安全底板。

通报强调,要强化群众出行旅游和户外活动安全风险防范。进一步强化交通运输安全监管和责任落实,加强涉水涉山等景区安全管理,加强索道、缆车、大型游乐设施、玻璃栈道、浮桥吊桥、观光车船等设施隐患排查治理,强化安全提示和宣传引导,发现游客擅自进入“野景区”等缺乏有效安全防护地带的要及时劝阻,加强对有组织的野外攀岩、徒步走等户外活动的安全管理,防止漏管失控。

2025年全国受理消费投诉举报2600多万件

新华社北京3月15日电 记者15日从市场监管总局获悉,2025年全国通过12315平台、电话等渠道共受理消费者投诉、举报、咨询4386.6万件,其中投诉举报2646万件,同比增长9.8%。全年为消费者挽回经济损失43.5亿元,消费维权效能持续提升,投诉举报呈现十大鲜明特点。

消费投诉总量首次突破2000万件,达2036.6万件,同比增长9.3%。售后服务、质量、食品安全、合同问题位居前列,售后服务投诉连续三年居首;合同问题投诉同比增长40.3%,退换货、霸王条款、履约不到位等问题突出。

日常消费品诉求集中,服务投诉增速领先。2025年,全国市场监管部门受理商品投诉1320万件,同比增长8.1%,占受理投诉总量的64.8%。受理服务投诉716.6万件,同比增长11.7%,占受理投诉总量的35.2%,服务消费领域投诉增长态势明显。

网络消费维权占比过半,全年网购投诉举报1506.7万件,占比56.9%,挽回损失10.7亿元。诉求集中于东部电商发达地区,西部增速加快;售后与质量问题占比超四成,电商大促价格波动、保价难成为新焦点。消费诉求向头部企业集中,前百家企业诉求占比17.7%,综合电商平台、本地生活服务、文娱社交、消费电子四类领域诉求占比约九成。

消费者维权意识增强,小额纠纷增多,争议总金额同比下降4.5%。交通工具、装修建材等高价品类维权成本仍高,电信、宠物用品、互联网服务等领域单件争议金额快速上升。

外卖行业投诉举报随竞争波动,全年50.5万件,同比增14.1%,三季度补贴大战引发诉求激增,服务保障能力未能跟上成为主要问题。充电桩诉求大幅增长,共享充电宝、新能源汽车充电桩投诉分别同比增62.5%、47.8%,计费不透明、退费难、运营失联等问题凸显“充电焦虑”。

首饰消费升温带动投诉增长,全年38万件,同比增16.4%,黄金、玉石为主要诉求领域,存在纯度不足、一口价不标克重等乱象。智能消费快速兴起,智能设备投诉举报15.2万件,同比增26.6%,功能宣传与实际体验脱节、软硬件故障、售后体系不完善等问题较为普遍。

市场监管总局表示,将紧盯消费维权热点难点,强化线上线下一体化监管,督促企业落实主体责任,持续优化消费环境,切实守护消费者合法权益。

最高法发布6个消费者权益保护典型案例

新华社北京3月15日电 最高人民法院3月15日发布6个消费者权益保护典型案例,集中展现人民法院护航消费、服务民生、促进发展的生动实践。

“谢某诉某视讯公司网络服务合同纠纷案”中,某视频平台经营者采取视频会员自动续费的方式提供服务,但在自动续费日期前未以显著方式提醒消费者注意。人民法院判令经营者对消费者的损失承担赔偿责任,有助于引导视频平台经营者完善自动续费经营模式,保障消费者的知情权和选择权,通过杜绝“无感续费”激励消费者放心消费。

“于某诉某某信息网络买卖合同纠纷案”中,经营者为追求非法利益,在减肥食品中添加有毒有害成分,严重威胁消费者身体健康。人民法院依法支持消费者十倍赔偿请求,彰显对食品安全违法行为“零容忍”态度,有力震慑不法行为。

实践中,在线预订模式日益普遍,消费者在出游前的较早时间就预订客房,但因行程受阻等原因需要取消预订时,有时面临较为严苛的取消条件。“鲁某诉某某栈服务合同纠纷案”中,对于消费者在预订成功后较短时间内即取消预订的情况,人民法院认定“预订成功30分钟后不可取消,取消需扣除全额预付款”合同条款不合理加重消费者责任,并综合考量客栈实际损失、合同履行情况、退订是否影响二次消费、当事人过错等因素,合理确定退费金额,公平保护消费者权益和经营者利益,有利于促进在线预订模式的持续完善和优化。

“孙某诉赵某某产品责任纠纷案”中,经营者利用老年人希望治愈慢性病的诉求,虚假宣传理财产品具有“降三高”“治疗糖尿病并发病”等功效,诱使老年人消费。人民法院认定经营者构成欺诈,支持老年人消费者退一赔三请求,有力打击“坑老”“骗老”行为。

这批案例还包括“张某诉某化妆品店服务合同纠纷案”“高某诉某宠物公司产品销售者责任纠纷案”。

(新华社深圳3月15日电)



3月15日,游客在北京北海公园赏花。随着天气转暖,北京迎来宜人春光,公园景致如画,吸引市民游客踏青赏景,感受城市生态之美。

新华社发

市场监管总局: 严查酒类产品五大违法违规行为

新华社北京3月15日电 记者15日从市场监管总局了解到,近日,市场监管总局部署各地市场监管部门开展酒类产品突出问题综合治理工作,严厉打击酒类产品违法违规行为,切实保障人民群众饮食安全和消费权益。

此次综合治理,重点聚焦五个方面突出问题:一是使用甲醇、工业酒精等生产假酒,在黑窝点黑作坊制售假酒,售卖包装材料参与造假,醇基液体燃料管理不当致使误饮中毒等

违法违规行为;二是使用食用酒精勾兑冒充固态法白酒及原酒、葡萄酒、果酒、黄酒等产品,以葡萄汁冒充无醇葡萄酒,以薯类、糖蜜等食用酒精冒充谷物食用酒精等违法违规行为;三是白酒、葡萄酒等超范围使用食品添加剂,养生酒等配制酒超限量添加食品添加剂,配制酒、其他蒸馏酒、啤酒等非法定添加非食用物质等违法违规行为;四是侵犯注册商标、地理标志权,擅自使用与他人有一定影响的商品名称、包装、装潢

等相同或者近似的标识,伪造或者冒用质量标志、产品产地、他人厂名厂址等违法违规行为;五是产品标签虚假宣称疾病预防、治疗功能,假借“特供”“专供”“内供”党政机关和军队名义进行虚假宣传,对产品作虚假广告或虚假商业宣传等违法违规行为。

据悉,各地市场监管部门将全面加强生产加工、食品销售、餐饮服务、宣传营销等全过程各环节监管执法,综合运用行政许可、监督检查、抽检监

全球“淘金客”涌现华强北

头的李锦宏提着刚买的三脚架,兴奋之情溢于言表。他特意对比了网络购物平台和华强北实体店的价格,对他来说,华强北提供了难以替代的性价比和现场体验。

不仅海外和国内游客增多,深圳本地市民也踊跃前往这片“宝地”,逛华强北已经成为一种休闲生活方式。“之前没怎么来过华强北,最近听别人说才想着来看看,想给妈妈买个按摩仪。”一位与母亲同来的女士说。

华强北的这股“淘金热”,不只是“广货行天下”的消费现象,更是其深厚产业底蕴的集中爆发。华强北街道最新发布数据显示,这里日均活跃着约7000名外籍采购商,2025年日均人流量超过75万人次,同比增长50%。全年发出的超10亿件快递中,四成发往海外。

今年春节前夕,“广货行天下”消费电子专场活动在华强北启动,“到华强北扫货、淘深圳硬科技”的倡议点燃了市场热情,让AI硬件成为热销的“科技年货”。基于海量销售数据,华强北顺势推出“AI八骏”榜单——无人机、机器人、AI眼镜、AI玩具、AI手表、AI翻译机、AI学习机、AI音响八大品类,成为全球采购的“指南针”。

3月3日,“华强北AI硬件产品全球销售热力图”正式发布。这张以红、橙、黄、绿四色标注全球市场热度的地图清晰显示,AI学习设备借开学季热度攀升,AI眼镜等智能穿戴类产品海外订单占比稳步提升。

自榜单发布以来,华强北全域营收增长35%，“AI八骏”相关产品类增长55%，其中AI玩具涨幅高达200%。

华强北的“淘金热”，更是当地先进制造业和现代生产性服务业深度协同的结果。这种产业生态让华强北跑出了“上午设计、下午打样、次日量产、一周出海”的快节奏。

“数千名外籍商客的常年活跃,让全球市场的差异化需求——欧洲认证标准、东南亚的价格结构等在这里汇聚、碰撞,成为产品迭代的重要驱动力。”深圳综合开发研究院产业经济研究所所长谢海说。

从韩国游客的“下飞机第一站”,到俄罗斯父女的精挑细选,再到汕头小伙的“性价比+体验”惊喜,华强北早已不只是购买电子产品的商场,它更像一块巨大的磁铁,吸引着全球“淘金客”跨境而来,让线上的信息与线下的体验无缝衔接。这正是中国智造走向世界的生动缩影。

(新华社深圳3月15日电)

成本将向借款人明示 个人贷款综合融资

新华社北京3月15日电 国家金融监督管理总局、中国人民银行3月15日对外发布《个人贷款业务明示综合融资成本规定》,要求贷款人向借款人展示综合融资成本明示表,清晰披露个人贷款息费成本,使个人贷款各项息费“阳光化”“透明化”。

金融监管总局、中国人民银行有关司局负责人介绍,近年来,我国个人贷款市场快速发展。与此同时,个人贷款业务息费信息披露方面暴露出一些不规范、不透明问题,既容易引发金融消费纠纷,又影响利率政策效果、削弱金融服务实体经济质效。因此有必要制定出台监管规定,促进行业规范健康发展。

为准确完整反映个人贷款业务中借款人实际承担的融资成本,规定将与个人贷款相关的所有成本纳入综合融资成本,包括但不限于正常履约情形下借款人需支付的贷款利息、分期费用、增信服务费、融资成本,以及违约情形下需要支付的逾期罚息等或有成本。

规定坚持贷款机构全覆盖,适用银行、消费金融公司、汽车金融公司、信托公司、小贷公司等各类放贷机构。

规定要求贷款人开展个人贷款业务时,向借款人逐项明示具体成本项目、收取方式、收取标准(折算为年化水平)以及收取主体。同时应明确提示,除已明示的成本项目外,贷款人及其合作机构不再向借款人收取其他与贷款相关的任何息费。

在具体操作方面,规定要求,现场办理个人贷款业务的,应当在签署借款合同或办理分期前,由借款人在综合融资成本明示表上签字确认。线上办理个人贷款业务的,应当通过弹窗方式向借款人展示综合融资成本明示表,设置强制阅读时间,由借款人在签署借款合同或办理分期前确认。线上消费场景下办理分期付款业务的,应在消费订单支付页面以显著方式清晰展示综合融资成本相关信息。

规定将于今年8月1日起施行,施行时按照“新老划断”原则,新增业务严格按照规定要求开展明示综合融资成本工作。

春节过后,深圳华强北步行街上依然人流如织。不同肤色、不同语言、不同国籍的“淘金客”穿梭在电子商铺之间,论说着“广货行天下”的旺盛生命力。

“我们从韩国来,12点刚下飞机,第一站就是这里。”韩国游客李海美和男友正在挑选电吹风,手里还提着刚买好的剃须刀。她告诉记者:“在韩国,这类产品价格更高。我们是来YouTube知道华强北的,这里的東西又好又便宜。”不远处,来自俄罗斯圣彼得堡的叶列娜和父亲正仔细比较着几款耳机,频频点头。

作为“中国电子第一街”,华强北正以强大磁力吸引着全球消费者的目光。“去年底以来,外国客人多了不少,哈萨克斯坦、俄罗斯、新加坡、菲律宾的都有。”华强北步行街临时摊位老板张先生告诉记者,外国消费者偏好购买吹风机、卷发棒、耳机等电子产品,而中国消费者则对智能玩具、摄影器材等更感兴趣。

“简直是太值了,‘穷爆了!’”来自广东汕