

# 广告上报价3万,装到最后花了7万多

## 工商部门公布家装消费四大陷阱,提醒消费者擦亮眼睛

在不少人眼中,买房是人生大事,随之而来的装修同样是“大件消费”。但家装行业鱼龙混杂,各种不规范的做法层出不穷。近日,南京市雨花台区工商部门整理了近期的家装消费投诉,公布家装行业的四大消费陷阱,提醒消费者擦亮眼睛,千万别被这些陷阱给坑了。

通讯员 董国成 冯阳 陈莉  
现代快报记者 朱蓓



资料图片

### 陷阱1 低报价广告请君入瓮

潘老太太是名孤寡老人,住的房子已经很老旧了。她偶然看到了一则装修广告,上面写着“80平方装修仅需3万元”。潘老太太心想,这个价格不算贵,自己能接收,不如改善一下居住环境。

心动的潘老太太很快就联系上了

这家装修公司,双方简单约定后就开工了。但让潘老太太郁闷的是,在装修过程中,几乎每道工序,装修人员都会提出“改进”意见,而这些“改进”都需要另外增加费用。

不知不觉,她竟花了7万多元,比广告报价的两倍还多。

**提醒**  
投诉中,这种用低价吸引消费者的做法还不少。他们一般登出几项单价很低的项目作为诱饵,诱人上钩之后,再用那些没有登出来的项目做补偿,消费者要多了解多比较。

### 陷阱2 隐蔽工程偷工减料

近日,市民刘女士遇到一件让她郁闷的事。装修时,她给自己的小家想了不少点子,就连柜子都是让装修工人“打造”的。但柜子做好后,她发现,柜子内侧的板材被偷偷换掉了,内外两侧的颜色完全不一致,怎么看

都别扭。

刘女士找到装修工人要说法,装修工人却振振有词,说自己将这些外面看不到的地方“稍微降些档次”是在帮她省钱,而且当时也没有明确约定用什么材料。

**提醒**  
装修时,一定要多长一个心眼。除了注意“看得见、摸得着”的常规工程项目,还要多留心隐蔽工程和细节问题,最好都写进装修合同中去。

### 陷阱3 验收日期上动手脚

汪老先生想给自家装修一番,一位朋友便给他介绍了一个相熟的家装公司。汪老先生身体不大好,又因为是朋友介绍来的,所以在验收时,他并没有仔细查看,就签了字。

没过多久,汪老先生家中突然

“水漫金山”,原来是排水出现了问题。他想找当时的装修公司来处理,但找出当时的资料,他仔细一看才发现,验收日期竟然被提前了两个月,也就是说装修的质保期大大缩水了。气不过的汪老先生,将这家公司投诉到了工商部门。

**提醒**  
装修时千万不要相信口头承诺,不要怕麻烦,将所有条款都写成书面内容,进行双方确定。完工验收时,要仔细检查再签字确认。

### 陷阱4 限时优惠让你不淡定

小陈是刚毕业的大学生,在南京郊区买了套小房子。他看到一家家装公司限时优惠的宣传,想着趁这个机会把自己的小窝好好收拾一下。但家装人员上门测量后,报价却翻了两番。

小陈见状不打算装修了,但800元的定金就此打了水漂。尽管他后来向工商部门投诉,但因为他签订合同使用的是“定金”二字,而非“订金”,这钱很难要回来。他对此后悔不已,表示自己当时只顾着

占个优惠活动的名额,压根忘了注意“定金”与“订金”的区别。

工商工作人员表示,限时优惠常常让消费者吃亏,看到宣传活动都抢着去,但到了商谈细节的时候,发现很多东西都不包含在套餐里。最后算账,原先两三万的优惠价,早就超出了几倍。要投诉商家欺骗?合同上明确写着“本预算只是概算,以实际施工量为结算依据”。要想毁约?对不起,合同上写的是“定金”,这钱不退。

**提醒**  
消费者在选择前千万别冲动,多了解多比较。在装修中产生矛盾时,也可以向装饰行业协会寻求专业上的帮助。

## 车市动态

# 车企暗自较劲,力争淡季“超车”

夏天虽然是车市一年中的淡季,但各家车企都在暗自较劲,打品牌、推新车、修炼内功、拥抱车载互联……在淡季下足工夫,以期弯道超车,超越对手。让我们把镜头聚焦,看看车企现在都在忙着干啥吧。

现代快报记者 张曦

### 镜头1 上汽集团交付1000辆官方用车

日前,第二届夏季青年奥林匹克运动会官方用车交车仪式在南京奥林匹克体育中心举行。上汽集团作为南京青奥会汽车合作伙伴,将1000辆荣威、大通和申沃品牌的官方用车正式交付给南京青奥组委会。它们将承担青奥会期间赛会和城市的接待、保障以及班车等光荣任务。

据了解,荣获多次好评的荣威950、荣威W5、大通G10、大通V80、申沃LNG客车和申沃柴油客车等6种车型1000辆车将一一亮相本

次盛会。其中,荣威950、大通G10和大通V80将作为贵宾接待用车,荣威W5将作为电视转播保障专用车,申沃客车将作为青奥运动员专用班车。

此外,上汽集团还专门为此次青奥会制定了用车服务保障方案,不仅会对近千名司机进行专业系统的车辆驾驶与安全培训,还将严格挑选经验丰富的维修人员组建应急维修工作组,适时启动24小时服务机制,为南京青奥会提供贴心和完善的保障服务。

### 镜头2 奥迪上演“勒芒传奇”

7月15日,由一汽-大众奥迪举办的“奥迪印象:勒芒传奇 赛道王者”系列品牌沙龙在上海正式收官。据悉,在今夏堪称世界最艰苦的汽车赛事——“勒芒24小时耐力赛”上,奥迪车队经过24小时鏖战,包揽了比赛的冠亚军。

在“奥迪印象:勒芒传奇 赛道王者”系列品牌沙龙活动现场,一汽-大众奥迪与关注奥迪的朋友们一起,重温了奥迪称霸勒芒24小时耐力赛的精彩瞬间,共享奥迪传承百年的运动精神所诠释的极致动感魅力。

10多年前,奥迪来到了勒芒赛场,书写了一个新的时代。从1999

年至今,奥迪16次参加勒芒24小时耐力赛13次夺冠,并在所有45个领奖台席位上拿下了31个名额,造就了无可争议的王者传奇。

至此,“奥迪印象:勒芒传奇 赛道王者”系列品牌沙龙已经在北京、广州、上海开展。通过分享奥迪在勒芒24小时耐力赛演绎的传奇,一汽-大众奥迪向公众展现了奥迪品牌传承百年的运动精神。

自2013年起,一汽-大众奥迪开设“奥迪印象”和“奥迪态度”系列讲座,旨在为广大奥迪粉丝呈现更加生动、完整的品牌形象的同时,进一步拉近奥迪与公众的距离。

### 镜头3 “起亚家园”举办援建项目

7月23日,起亚汽车和东风悦达起亚携手中国国际青年交流中心、仁人家园开展的第十一期“起亚家园”房屋援建公益活动在江苏盐城经济技术开发区步凤镇举行了捐赠仪式,起亚汽车和东风悦达起亚向本次援建项目捐赠善款54万元。自7月14日以来,中韩两国166名大学生志愿者进行了为期十天的房屋援建工作和社区

活动,帮助当地居民改善居住环境,并通过文艺汇演和文化交流活动,将“起亚家园”的公益精神和乐观态度传递给更多的人。

“起亚家园”旨在帮助困难的人们改善居住环境而发起的公益项目,不仅帮助当地居民建设属于自己的家园,更重要的是通过

爱心传递,帮助人们建立勇气和自信来面对生活。截至目前,“起亚家园”先后在四川、广东、浙江、江苏进行了10次援建活动,援建房屋130余多所,共派出中韩大学生志愿者1684人次。

近年来,东风悦达起亚围绕“交通安全教育、关爱未来人才、支援地区发展、参与环境保护”的主题,在全国各地广泛开展各项社会公益活动,包括开展儿童安全教育、援建希望小学、与国内大专院校开展合作项目以及援建灾区重建等项目。凭借消费者的支持,东风悦达起亚持续保持高速发展。今年上半年,公司销售汽车31.1万辆,市场占有率3.8%,行业位次稳固前八位。

### 镜头4 奔驰全球最大培训中心开业

梅赛德斯-奔驰上海培训中心于7月22日正式落成,这是继北京、广州、西安、成都奔驰培训中心开业后,在华建立的第5家培训中心,也是奔驰乘用车全球规模最大的培训中心。

该培训中心占地1.125万平方米,基础设施建设以及教具购买共投资1.2亿元,包括根据模拟经销网点实景标准设置的接待区域、800平方米的活动区域、20个配备多功能应用程序的理论教室以及10个可提供技术维修以及车身维修培训的实操教室。

北京梅赛德斯-奔驰销售服务有限公司总裁兼首席执行官倪

恺(Nicholas Speeks)在开业典礼上说:“作为中国第五家梅赛德斯-奔驰培训中心,上海培训中心的开业见证了我们在经销商人员培训和认证领域的全心投入,也是我们进一步提升客户服务理念的又一重要举措。”

今年是奔驰为在中国未来发展奠基的关键一年,除了新产品的陆续投放,在员工身上的投资也给消费者带来更好体验。倪恺表示,奔驰开始了历史上最大的扩网计划,平均每两天就会有一家新的经销店开业,全年计划有100家,这就对员工素质提出了前所未有的要求。

### 镜头5

## 雷克萨斯中国精英赛南京协众分赛区收杆

日前,LEXUS雷克萨斯中国精英赛—南京协众分站赛在银杏湖高尔夫球场完美收杆!活动当天吸引众多雷克萨斯高尔夫精英参与。南京协众雷克萨斯精心策划、组织此项比赛,为协众雷克萨斯车主提供一个沟通交流、互相切磋的平台。

LEXUS雷克萨斯中国精英赛是面向LEXUS雷克萨斯车主举行的高尔夫赛事,从2006年起,迄今已经举办了8年。作为本次比赛南京地区主办方,自LEXUS中国精英赛举办以来,雷克萨斯南京协众店已连续3年成功举办本赛事。

### 镜头6

## 南京依维柯推高端轻卡



日前,南京依维柯推出了搭载上柴动力的C100、C300、C500三款新车型。南京依维柯总经理杨军虎表示,此次新品上市发布会是南京依维柯和上柴动力开展深度实质性合作的第一步,更是上汽集团在商用车领域打造有竞争力动力链战略的具体体现。据悉,本次搭载上柴动力的新“超越”产品,完全符合国IV排放需求,不仅降低了能源消耗还更加注重环保,将作为动力输出的补充,与装备了SOFIM和F1C的超越系列产品,构成全车系的完整黄金动力链。