



省消协发布家装市场调查报告 超过三成被访者经历过合同“猫腻”

◆导报记者 王伟 济南报道

12日，山东省消协发布家装市场消费调查报告。本次调查覆盖山东省5个城市，分别是济南、青岛、淄博、潍坊。调查发现，家装合同猫腻多，陷阱重重，不正当的营销方式时有发生。34%的被访者经历过装修合同存在猫腻，语言含糊不清、暗藏陷阱。

一些家装合同暗藏陷阱

调查显示，34%的被访者经历过装修合同存在猫腻，语言含糊不清、暗藏陷阱。

目前，家装市场竞争激烈，有些商家为了赢得更多客户往往会故意夸大卖点、隐瞒事实信息、承诺各类优惠条件，然后在合同条款上做手脚，比如双方权利义务约定不明确、不对等，违约后承担的赔偿责任不清晰等。事后一旦发生纠纷，消费者很难按照合同条款有效维权，商家就能顺利逃避责任。

工期拖延、管理混乱等常见

调查显示，33%的被访者称经历过工期拖延，32%的被访者称施工团队管理混乱，31%的被访者称装修公司收费不标准，28%的被访者称售后服务不完善。

装修是一项比较复杂的工程，需要整合多种资源，从而实现设计、施工、家居配置一体化的过程。而在这过程中，需要做的事情琐碎复杂，这就需要选择的装修公司有着过硬的管理能力。

由于行业管理机制不完善，行业标准不能有效落实，导致工程质量参差不齐、鱼龙混杂。很多装修延期工程源于许多装修公司片面追求订单，而没有合理分析自身对于施工、安装等的调度能力，不曾认真细致地对工程进行分析，做出合理的施工计划，施工团队管理不善，最后导致许多工程在实施中与约定脱节。

而有的装修公司在开始施工后，设计方案不停地改动，也是工期拖延的一大原因。方案的改动一是因为业主前期没有确认清楚等到施工后才觉得不妥而要求修改；二是因为装修公司为增加预算，设计师或施工团队以各种理由提出。

“黑家装”投诉量上升

调查显示，25%被访者称遭遇到家装材料以次充好，22%被访者称装修公司弄虚作假，21%被访者称家装材料环保指标不达标。

从近些年家装市场的投诉来看，正规家装企业的投诉量减少，而有关“黑家装”的投诉量呈上升态势，主要是偷工减料，以次充好，不按合同施工等问题。

调查显示，54%的被访者最感兴趣的家装活动为价格促销，在装修预算少的情况下，装修价格不得不考虑。而目前家装市场消费主力为25-45岁青壮年，并不懂装修，大多选择整体家装，软装全包。家装市场竞争激烈，为了争夺客户，不良商家宣传打出超低价的噱头，实际在材料上以次充好，操作过程中也偷工减料，以牟取更多利益。

市场监管存在盲区

调查显示，在出现家装纠纷时，84%的被访者会自己找商家解决，少数人会向消协投诉，极少有人走法律途径。

目前家装行业竞争无序，“潜规则”众多，市场中充斥着缺乏专业资质和专业施工人员的家装企业，施工不规范，随意性强。一旦出现问题，要么对客户不理不睬，要么干脆“卷铺盖跑路”。

就目前来看，家装市场的监管存在盲区，对于家装企业的资质等要求缺少相应的法律法规，建设主管部门对此的管理范围不明确，质检标准与行业规范细则不够完善，鉴定困难，程序繁琐，使得出现家装纠纷后，客户投诉维权困难，最终选择不了了之。

使用内燃机的车辆行驶20万公里，寿命只减少了1/5左右。电动汽车开两年后，续航能力就会降低至一半到2/3，而且车辆的修复和再利用除了厂家外，没有第三方能做到



受度本来就低，再加上新能源车二手车没有补贴，消费者就更没有兴趣了。

新能源汽车的估价体系并未形成，也没有相关标准，加上产品更新换代速度快，一些专业人士很难对其进行检测、估值。

瓜子二手车直卖网副总裁王晓宇曾表示，二手新能源汽车的残值评估，目前对各方来说都是个难题。

在2018年新能源汽车二手车残值研讨首次工作会上，中国汽车流通协会秘书长肖政三表示，要加快建立一套适用于新能源汽车的市场流通服务体系，包括新能源汽车残值研究标准，保障好消费者的利益，推动产业的可持续发展。

中国汽研汽车流通协会副秘书长罗磊认为，要尽快研讨出行业公认的新能源二手车、动力电池检测评估标准，并与第三方机构、科研院所开展合作，加快新能源汽车二手车残值研究工作的开展。

“除了要建立相关的行业流通标准外，还要给予新能源二手车回收单位相应的优惠政策，提高回收积极性。此外，也要建立动力电池回收鉴定机构，并在交易时出具鉴定报告，确保消费者放心购买。”王玉华建议。



两年后保值率不到40% 动力电池损耗快成“硬伤”

新能源车出手“有点难”

◆导报记者 刘勇 济南报道

一辆开了5年的福克斯，一辆开了两年的新能源车，谁的价格能卖得高一些呢？一般人认为是新能源车的价格会卖得高一些，但实际上，开了5年的福克斯的价格要比只开了2年的新能源车的价格高。

“太尴尬了，原本以为我的车能卖个高价，谁想到比朋友开了5年的车还便宜。”12日，济南市民路民向记者吐槽。

经济导报记者采访中发现，之所以会出现这种怪现象，主要原因在于二手新能源车的评测标准缺失，评估价格体系尚未完善，而新能源汽车的核心部件——动力电池的各种硬伤，成为车辆掉价的关键原因。

“即使我想卖，车贩子都不想收”

路民前几天陪朋友去卖车，其朋友开了5年的两厢福克斯，二手车商给出的回收价是6.6万元，但路民开了两年的江淮iEV 6S的回收价仅有4万元。“即使我想卖，车贩子都不想收。”

实际上，新能源汽车在二手车领域遭遇尴尬：残值远远低于同年份的同级传统燃油车型。

路民告诉经济导报记者，他的江淮iEV 6S是2016年11月购买的，已经行驶了3万公里左右，当时裸车价格为10.98万元。“福克斯的新车价格是13万元左右，开了5年还能卖上一半的价格，我的车才开了两年就卖这么点钱，如果再开两三年，估计连1万块都卖不上。”

路民将这个事在车友群里一说，立马引发大家的关注。不少车友对残值这么低表示惊讶。“这亏大了，这么便宜有些舍不得，只能送给亲戚朋友用了。”

“很正常。”济南齐宇二手车行总经理齐宇告诉经济导报记者，“现在二手新能源车没有市场，而且残值掉得很厉害。”

在齐宇看来，新能源车保值率不高不是秘密，“行业里有个说法，1年赔一半，3年全赔完。虽然有些夸大，但现实确实如此。”

齐宇手中的一份资料显示，一辆比亚迪E6(2017款)，新车报价在30.98万-36.98万元，但两年后二手车收购价仅为12万元；一辆低配比亚迪秦(2017款)，新车报价18.59万元，两年后二手车收购价仅为8.5万元；即使是特斯拉Model SP85D新车报价94.95万元(未加装选装配置)，两年后二手车收购价仅为42万元。

在济南华瑞源二手车市场，经济导报记者以要卖一辆帝豪2018款EV450精英型(官方售价22.83万元)为由，接触了多个二手车商。大多数二手车商只给出了估价，并没有收车的意愿。

“虽然没有见到实车，但根据行情估算，只能给10万元左右，这只是估价，我们不收车。”一名二手车商说，“如

果真想卖，还是建议你通过二手车网站卖，一是价格可能高点，另外济南地区没有几个商家愿意回收新能源车。”

同样，在某二手车官网平台济南站，经济导报记者以“新能源车”进行搜索，结果显示只有3辆车，其中一辆帝豪2017款EV300精英型新能源车二手车的主报价为11.58万元，平台给出的建议价为9.584万-11.58万元，而该车的指导价为20.58万元。而一辆2014年7月上牌的同款车在北京以7.25万元的价格成交。

根据中国汽车流通协会发布的2018年中国汽车保值率报告，从主流新能源汽车的3年保值率来看，低至约20%，相当于3年后只能卖到原价的20%。比如，逸动EV为22.9%，启辰晨风为26.4%。

缺乏健全的回收评估体系

为何二手新能源车不受车商待见？齐宇给出了自己的答案：由于这类新能源车需求太小，收到后很难出手。目前新能源汽车二手市场尚未形成，外界对新能源汽车的接

受度本来就低，再加上新能源车二手车没有补贴，消费者就更没有兴趣了。

新能源汽车价格低、市场小，深层的原因是它还没有形成一个健全的回收评估体系。

传统燃油车的二手车鉴定评估是按照《二手车鉴定评估技术规范》来执行的。然而，以纯电动汽车为代表的的新能源二手车鉴定评估没有相关标准。

在独立分析师王玉华看来，电池损耗是影响新能源汽车保值率的最主要因素。“使用内燃机的车辆行驶20万公里，寿命只减少了1/5左右。电动汽车开两年后，续航能力就会降低至一半到2/3，而且车辆的修复和再利用除了厂家外，没有第三方能做到。”

同样对于二手车评估师而言，他们很少有对电力系统检测的经验，因此来检测的新能源汽车，也很难给估价。在王玉华看来，目前行业内对二手汽油车的价格评估已经比较成熟，多数车商都形成了自有的评估体系，只要通过一辆车的型号、年限、车况等基本情况，就能很快评估出车辆的残

电商社区便利店挑战传统卖场

你有大店面 我有团购群

◆导报记者 杨学萍 济南报道

近日，省城一商场推出一项颇为吸引眼球的活动，“消费满3880元，可以挑选一位帅哥陪逛一小时”。令不少消费者感叹：为了吸引消费者、增加营业额，卖场也是“拼”了。

经济导报记者调查了解到，传统卖场不复当年辉煌，来自线上平台的冲击只是一个方面。各电商平台布局在各大社区的便利店，看好社区团购这块蛋糕的群主们，亦是大型卖场有力的竞争对手。有关部门的调研显示，今天用户消费的全渠道特征趋势明显，80%的用户在购买产品时，会横跨电商和线下渠道。

便利店还帮收快递

“现在不怎么去早市买菜了，小区新开了好几家便利店，菜挺便宜的，一个冬天都在吃3毛钱一斤的大白菜。”家住济南市环山路一大型社区的李新告诉经济导报记者。

李新和老公两人都是上班族，没有老人帮忙照顾孩子，每个工作日的早

上“分秒必争”。“以前都是去附近的菜市场买菜，一大早就去买够一天的食材，来回大概40分钟，冬天的时候天不亮就得出门。”

去年开始，小区陆续开了几家便利店，苏宁小店、倍全互联网便利店等。从那以后，包括李新在内的要兼顾上班和家务的小区居民就迎来了“好日子”。

“不用早起了，下班路过的时候捎着买菜就行，各种调味料、新鲜蔬菜、品牌肉食等日常消费品都有，真是太方便了。”同住这个社区的蔡珍告诉经济导报记者。

去年苏宁小店开业的时候搞过一个活动，手机下载APP，首单满21元减20元，蔡珍就是那个时候下载了苏宁小店APP。

“平时到店里选购就行，有时候时间紧，再碰上在家请客啥的，买的東西比较多，就在APP上下个单，等我下班回家，买的菜也到家了，真是很应急。”蔡珍说。

3月8日晚7点30左右，经济导报记者来到这家开在社区内的苏宁小店。工作人员介绍，便利店的生意“一般情况”，至于具体营业额，她表示“不方便说”。

据了解，苏宁小

店线上的订单满48元，3公里以内免费送货。

距离这家苏宁小店不足30米的地方，还开着另外一家便利店——倍全互联网便利店。8日晚8点左右，经济导报记者在这家便利店看到，仍有三三两两的顾客在购买商品，还有年轻的顾客在等着“取快递”。

据店员介绍，店里免费为顾客接收快递并保管48小时。快递在店里存放48小时以上，顾客需支付1元保管费。

除了普通便利店里售卖的日常用品，这家店还将生意延伸到了时令生鲜上。当晚，店员在店外开售乳山牡蛎，价格是38元/5斤。

一个小区有11个水果团购群

3月9日，住在济南东部一大型社区的成玉兰被一个邻居群主给“踢”出了群。“就是觉得我会抢她生意呗。”成玉兰告诉经济导报记者，自己所住的小区比较大，有2000多户。这两年兴起了团购，正好她因为工作原因经常出国，就顺势做起了海外代购，以衣服、化妆品为主。

为了方便同一个小区的邻居购买，她也建了团购群，大家一



电商平台在多个大社区布局便利店 杨学萍 摄

起拼团买，价格上能更优惠。当然为了方便购买其他的东西，成玉兰也加入了小区的其他微信群，“水果、海参燕窝、服装等卖啥的都有。”

同住这一小区的李军宜告诉经济导报记者，现在小区做团购的非常多。有人统计过，单是团购水果的群就有11个，竞争相当激烈。别说是被踢出群，竞争对手一言不合就在群里“开撕”的情况也不少见。

李军宜认为，说到底还是大家都看好了社区团购这块大蛋糕，有什么好东西群主在群里招呼一声，要买的业主接龙，先预订再发货，没有库存，运费更是省很多，组织团购的群主利润可观，大家也能吃到新鲜且价格实惠的果蔬、海鲜等。

还有更“先进”的“直播

