

全包精装修只需666元/平方米？

很多互联网装修企业都是贴钱赚吆喝



关于“互联网+”的应用和服务层出不穷，这不，最近就兴起了“互联网+装修”的新事物——不少网友通过网上预约，来进行家庭房屋装修，号称“便捷、透明、性价比高”。对此，记者进行了调查。

记者 毛雷君 劳育聪



搜房网停止自营装修业务

最近有网友发文称：搜房网“房天下装修版块”之前发布的666元/平方米的“全包精装修”项目，已经被转包给第三方公司，很多员工也已离职，引起业主不满。

搜房网前员工小方（化名）告诉记者，她之前在搜房网电商部门工作，去年6月，所在部门增加“装修”版块从事装修业务，今年2月公司转型，停止该版块业务。“之前负责这一版块的许多员工都被裁了。”

“业务量还可以，仅去年12月，就有160名业主交1万元定金并且签订了合同。”小方说，停止这项业务后，大家就开始通知

那些已经交了订金但还没有开工的客户。“我们给客户提供了两种解决方案，一种是退订金，另一种是将装修业务移交给第三方装修公司继续完成。”

另据记者了解，对于已经开始施工、尚未完成装修的业主，搜房网方面承诺会将整个工程负责到底。但完工后如果出现了问题，是否能得到完善的售后服务？“说实话，对于这个问题我心里也没底。”小方说，公司规定，所有进场施工的项目在4月底前要全部完工，因此，目前还有部分人员留在公司跟进。

昨天，记者在搜房网宁波站主页上仍旧

可以看到“666元/平方米精装，包工，包主材，免设计费”的广告。记者选择100平方米的房屋装修进行申请，很快就有客服打来电话进行沟通，来电显示电话来自北京，应该是搜房网总部。

客服人员明确说，他们现在已经撤销了自营装修业务，改为通过第三方装修公司承接。他们会推荐几个装修公司并初步给出报价，供客户选择。

记者问，“网页上每平方米666元的精装修价格现在仍旧有效吗？”对此，客服人员没有正面回答，只是说根据不同城市，会有具体的报价。

客户褒贬不一

那么，客户对于666元/平方米精装修的感受如何呢？记者联系到了其中一位业主。“还是挺满意的，除了工期有点长以外，其他没什么问题。”该业主说。

也有业主表达了不同的声音。一位不愿意透露姓名的女士说，她也是看中了搜房网上打出的“低价、透明”的广告，才把房子

交给对方装修的。“之前说好能如期交付，却因为搜房网的业务转型而耽搁了，转由第三方公司装修，中间还要进行一些工作交接。”她说，“虽然他们答应退回我之前交的1万元定金，但一来一去，工期起码要多出10多天，这其中的损失谁来负担？”

另有业主说，他在春节前签了合同，目

前尚未开工，也接到了搜房网的通知，“可以转到第三方公司进行装修，由搜房网提供装修主材”。但他觉得，当初就是看中搜房网的品牌和每平方米666元的价格才签约的，现在交由第三方公司接手，那还不如趁着尚未开工，自己另找下家，眼下只希望能早点拿到之前预付的定金。

互联网装修企业多为“高档中介”

记者以消费者的身份在网上咨询另一家著名的“互联网+装修”企业——土巴兔，手机注册登录平台后，可选择“全包”或“半包”，记者按照100平方米的装修面积提交了装修意向。不久，土巴兔客服人员就打来电话，号码显示来自深圳，应该是其深圳总部。客服人员首先确定了记者所在的城市，并且向记者推荐不同的定位。据客服人

员介绍，他们会提供客户所在城市的三家不同的第三方装修公司，并报出价格，让客户自由选择。在确定装修意向后，由土巴兔推荐的第三方公司上门进行实地测量，确定预算，签订合同。客服人员还承诺，在签订合同之前的所有服务，都是免费的。

与土巴兔一样，大多数网络装修公司其实就是通过网络这个平台揽客，自身并不负

责具体装修业务，而是在一定程度上整合各地装修市场资源，根据客户的不同需求推荐合适的装修风格和装修预算，并向第三方装修公司收取一定的信息费用。“说白了，其实这些互联网装修公司就是一个‘高档中介’。”有业内人士表示，本次搜房网的家装版块进行的业态转型，也是从自营装修业务向平台化转型的一个案例。

很多企业都是贴钱在赚吆喝

据业内人士介绍，互联网装修目前都是通过低价来吸引客户，很多都是在贴钱赚吆喝。以宁波目前市场的行情为例，不包括主材的“半包”价格基本为每平方米700元，“全包”价则在每平方米1200元左右，六七百元的“全包精装修”显然要亏本。

“互联网装修企业目前都是在做平台，当然也有类似小米装修这样的企业，他们之前有传统装修的经验，后来通过资本运作搭上了互联网的快车。”宁波十杰装饰周经理说。

周经理说，目前互联网装修的类似低价都是亏本的，目的是制造眼球效应，进而占领更多的市场份额，类似优步和滴滴

打车一样，背后都有资本在支持，简而言之“就是一个烧钱的过程，看谁能挺到最后”。

“当然，北方一些互联网装修企业敢于开出低价，也跟南北的地域差异有关。一方面，北方的这些公司大多有传统装修公司的经验，落地性更好；还有就是南北客户对于工艺的考究程度存在一定差异，南方客户更在意工艺的细节。另外，北方是集中供暖，在水电施工方面也有很大不同。加上依托互联网的资源整合能力，所以一些北方的互联网装修企业，在市场上还是具有一定竞争力的。”周经理说，像搜房网这样之前没有传统装修经验的公司进入这

个领域，还是有不少风险的。“搜房网之前都是自己招人，进行自营业务，人工成本占了很大一部分，再加上高额的补贴，到了一定程度就会觉得得不偿失，进而转型，把装修这块业务转到第三方，也是一个必然的选择。”

搜房网工作人员也向记者透露，公司在装修这块确实是一直在贴钱，此次转型也是总部的决定。

搜房网宁波方面的负责人明确表示，不接受任何媒体采访，如果有问题可以通过邮件和北京总部沟通，截至记者发稿时止，记者的提问尚未得到搜房网北京总部的回复。

质检总局发布安全风险警示 耳机不合格率较高

商报讯（记者 孙美星）随着智能手机、数码产品的普及，越来越多人习惯戴着耳机听音乐、看视频。国家质检总局近日发布耳机质量安全风险警示，建议消费者少用耳机。

耳机不合格率较高

针对耳机产品可能存在的听力损伤风险，质检总局2012年开始，连续4年组织开展质量安全风险监测，主要依据IEC62368、EN50332等标准规定的参考限值，对最大声压级、最大输出电压或仿真节目信号特征电压等项目进行了检测。

检测结果显示，耳机产品的质量良莠不齐，不合格率较高。其中手机及配套用耳机产品累计监测86批次，总体不符合率为51.2%；MP3、MP4等媒体播放器及配套用耳机产品累计监测30批次，总体不符合率为50%；平板电脑及配套用耳机累计监测10批次，总体不符合率为40%；单独售卖的耳机产品累计监测55批次，总体不符合率为38.2%。

据了解，目前对于耳机产品，国内还没有相关强制性的标准，EN50332标准是欧洲自2004年7月1日开始执行的强制性标准，对便携式音响设备的耳机宽频特征电压明确了具体要求。

最好选择头戴式

买耳机究竟选耳塞式还是头戴式的好？国家质检总局在风险警示中指出，买耳机首先要重视声压，声压过大对听力可能造成危害，建议尽量选用阻隔外音性能较好的头戴式耳机。因为人们在嘈杂的环境中会不自觉地提高耳机音量，环境噪声越大，耳机音量越大，对听力健康越不利。而头戴式耳机因为能较好地减少外部噪声，会降低听力损伤风险。

快递员随身带的秤准吗？ 质监：最好用台式电子秤

“每次寄快递，快递员都是用随身带的弹簧秤来称，这个秤准不准？”近日，海曙鼓楼一位消费者向市场监管部门反映自己的疑虑。

“近几年，海曙区电商崛起速度迅猛，快递业兴旺，快件称重计量的消费纠纷呈上升态势。”海曙区市场监管局质量与标准计量科科长何莹介绍，由于弹簧秤不在国家要求强制检定的计量器具范围内，因此无法要求快递公司强制送检。

不过为了减少计量消费纠纷，海曙区今年对邮政、圆通、韵达等10余家快递企业计量情况展开检查，要求企业配备和使用符合国家要求的经计量检定合格的计量器具，使用法定计量单位，明码标价，准确计费。

邮寄需要称重的快递要注意哪些问题？海曙区市场监管局有关负责人表示，建议市民在办理快递业务时，最好使用快递公司的台式电子计价秤来称重，称重前记得注意看计价秤上是否贴有强制检定标识。

另据介绍，弹簧秤分为两种，一种是家用弹簧秤，称误差大，使用寿命短，可在家中做一般称量使用；另一种可做贸易结算使用，这种秤结构严谨。市场监管部门提醒消费者，寄快递时，应注意看快递员使用的弹簧秤上是否标有“家用”二字，如果是家用弹簧秤，可拒绝或拨打12365热线举报。

记者 孙美星 通讯员 张黎升 阮野