

装修一套房，要踩多少坑？

新华社北京3月15日电 “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”订购套餐活动才能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。

更糟心的是，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脱皮，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止营业，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公司背景情况，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。



提升安全意识 守护消费权益

3月15日，在云南省昭通市永善县工农广场，工作人员向市民宣传消费者权益保护知识。

3月15日是“3·15”国际消费者权益日，各地开展形式多样的活动，维护消费者合法权益，引导群众树立科学的消费观念及消费安全意识。
新华社发

2025年全国受理消费投诉举报2600多万件 挽回经济损失超40亿元

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40.3%，退款难、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。

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。