

## · 闲话家居 ·

## 冠珠屡上质量“黑榜”警示了谁？

吴厚斌

国家质监总局2月14日发布的2010年度第四批陶瓷坐便器产品质量国家监督抽查结果显示,佛山市冠珠陶瓷有限公司生产的一款规格型号为G028M、生产日期为2010年9月1日、品牌名称为“冠珠(GUANZHU)”的陶瓷坐便器因为“坐便器用水量”和“坐便器水封回复”两项指标不达标,而被判定为不合格产品,赫然列于质量“黑榜”上。用水量不达标,产品可能不节能;水封回复不达标,则可能危及人体健康。

当然,冠珠并不寂寞,与它同时上“黑榜”的还有益高、美标等知名品牌。冠珠更不寂寞的是,不仅坐便器,瓷砖也是“黑榜”上的主角。在2010年12月31日武汉市工商局发布的瓷砖商品不合格公示名单中,由广东新明珠陶瓷集团有限公司生产、武汉三株商贸有限公司第一分公司销售、规格为300×300×9.1(mm)、生产日期为2010年7月24日的一款冠珠陶瓷地砖被认定为不合格产品。在30批次的产品抽检中,只有冠珠和另外一个名叫“欧威”的品牌不合格,这丑也去得够大的!

公开资料显示,冠珠品牌创立于1992年,是新明珠陶瓷集团第一大品牌,建筑陶瓷年产能超过1.3亿平方米,陶瓷洁具年产能超过50万件,盛名享誉全球。在其官方网站上,有太多的优美词语来给自己的品牌下注脚,诸如“品质、科技、自然、坚硬、耐磨”形容其质量过硬、“健康、安全、艺术、环保、贴心”标榜其品质优良、“民族建陶产业的领袖品牌”显示其品牌定位、“民族品牌,中华风采”展现其品牌理念,中国驰名商标、广东省著名商标、中国环境标志产品、国家3C认证产品等荣誉置于很显眼的位置,而在广州亚运会等重点工程中,更是闪现着冠珠陶瓷的身影,让人觉得它是多么值得信赖的品牌。

就是这个大名鼎鼎的冠珠,在一次又一次的质量抽检中,与一些不知名的杂牌为伍,以鹤立鸡群的形象,矗立于不合格“黑榜”的首要位置。这不得不让行业、企业和消费者都有所警示。从行业的角度来说,冠珠的名气如果不是吹出来的,那么这样的“领头羊”尚且质量不合格,其他牌子会怎样,就令人担忧了;从企业的角度来说,无论你牌子有多响,规模有多大,品质有多高,一旦忽视了某个细节,就可能栽倒,因而必须时时检视自己,不能掉以轻心;从消费者的角度来说,应该随时睁大眼睛,明辨是非,不管产品的牌子有多大,产品质量合格是起码要求,质量不合格的产品就应该义无反顾地抛弃,千万别迷信品牌而受到坑害。

## · 博说家居 ·



家居建材行业必须转型,从“零售业”转向“服务业”。这里指的是经营思想。店员要从“销售”,转向“家居顾问”,是人员从业素质的转变。

室内设计师 戴昆



新调控打击投机,打压房价。但不争的事实是住宅的供应量大大提高、房价下来的话交易量肯定会上升,对家居行业长期利好。

红星美凯龙京沪西南区总经理 王伟



能对制造产品提出建议的人很多,但能对创造生活提出建议的人很少。通过设计家居,可以形成新的生活方式与理念。

博洛尼家居总裁 蔡明



刚从意德法家工厂出来,工人返岗率95%以上,情况比去年还好,说明我们工厂的吸引力还是不错的,用工荒应该是个结构性问题。

东易日盛董事长 陈辉

本栏目由《北京商报》与新浪家居微博合办,更多精彩内容请登陆 [jj.sina.com.cn/weibo](http://jj.sina.com.cn/weibo) 查看。

栏目编辑:王格

随着北京各大家居卖场陆续恢复营业,售后服务部门一下子变得忙碌起来。投诉一个接一个,不是反映质量问题,而是原来承诺春节前送货、安装的厂家,春节后仍然没有办到,使得这个年只能在没有完成装修的家中混日子,感觉十分窝囊。承诺什么日子送货,却偏偏做不到,这种“送货延迟”现象已经成为家居行业一大通病,如何破解,考验的是企业的管理能力。

## 送货延迟成家居业通病

痛恨又无奈的一大痼疾。

送货延迟  
引发投诉频繁

“说好23日21:30送家具,结果当天晚上没送到,而且还没有电话通知,白等了一晚上。第二天接到电话说推迟,定的时间是27日20:30,结果27日下午接到电话,说送货的单子写的是下午送货。”1月28日,新浪微博上名为“ppjohnny”的网友发布上述信息,对他购买的某家具品牌不按时送货表示“实在无语了”。

在家居行业,像这种送货延迟的情况并不鲜见,只不过在春节前后这段时间更集中罢了。在“水木社区”的业主之家论坛,记者发现了这样一个帖子:“去年12月19日买了一套芝华士沙发,合同上约定的是今年1月10日之前到货,结果接到电话说沙发肯定到不了货,可能要延期一个月,郁闷啊!”

1月17日,一名“米熊乖乖”的网友甚至在新浪微博上对全友家私展开了控诉:“同志们,作为一个受害者,奉劝大家以后买家具千万不要买全友的,不按期送货,服务态度差,还欺诈消费者。”

从这些消费者的投诉中不难看出,产品送货延迟,已经是很多消费者既

客观因素  
难以人为掌控

“谁不想准时送货给顾客换取好评,可总是有这样那样的客观因素,使得商家不得不失信于顾客。”一位资深业内人士不禁为商家叫屈。据他分析,预定产品送货延迟无外乎有三个原因:一是定制类产品各个环节难以掌控,二是个别厂家为签单随意承诺顾客,三是节假日总遇用工荒。

定制类家居用品最容易送货延迟。这类产品由于个性化特点突出,大至门板、台面,小至拉手、五金等,几乎每一个部件都要根据客户的需求全部量身定制,从生产到发货、送货等多个环节很不容易把控,某个环节稍有疏忽就会出现。例如,原定开始打磨喷漆,结果工厂接到紧急对某批产品批量化喷漆的作业任务,于是定制化产品自然要让路。又或者生产出来了,送货那天正好有很多货物要同时送走,送货车辆不够用等。

为使顾客签单随意承诺送货时间,也是导致商家送货延迟的主因。“现在买家具签单时,只要你对销售人员提出的送货时间稍微一皱眉,他们肯定会

说送货时间可以提前之类的话让你放心签单,至于能不能兑现承诺,他们多半是不在乎的,先把销售业绩完成再说。”在蓝景丽家大钟寺店,一位正在挑选美式家具的夫妇这样告诉记者。

如果是春节等重要节假日前后,“用工荒”也导致商家推迟送货。别说普通消费者,就是北京一家著名家居卖场的老总,今年春节也遭遇到这样的尴尬。他请一家著名的装饰企业年前赶工装饰新家,不料施工进度都没跟上,橱柜只装了一半,三个炉子只有一个炉子可以用,当这个企业的老总春节期间到他家拜年时,说起这事儿也很无奈:“工人们都急着回家,我们也没有办法呀!”

准时送货  
考验管理能力

“全友,你怎能如此敷衍和忽悠消费者,我真的不能理解一个没有信誉、没有售后的公司如何

能立足于家居界,如何能赢得消费者的信任?”尽管商家给出了没能及时到货的解释,但仍没有得到中国家具网上那位网友的谅解,一句句的严厉质问,体现出对全友家私信誉的绝望。

准时送货  
既体现商家对  
诚信服务的重视程度,又考验企业的管理能力。

事实上,纵然有千条万条理由,既然不能准时送货,签单时就不要随意承诺。承诺了做不到,就是企业不诚信的表现了。“从设计、下料、生产到送货、安装,每一个环节都应该有完整的流程表,环环相扣,紧密配合,才能保证不出差错。准时送货既体现商家对诚信服务的重视程度,又考验企业的管理能力。”北京市场协会家居分会秘书长刘晨如是分析。

值得注意的是,在家居行业已经有很多企业注意到送货延迟这一点,开始采取措施加以规避。例如百强家具和欧派厨柜正在进行扩产和大规模非标产品生产方式改革,居然之家正准备针对送货延迟建立一项承诺,作为对“先行赔付”服务的补充。

商报记者 王格

## 行业聚焦

## 家具、陶瓷、地板均遭遇反倾销调查

## 家居行业兔年将打三场国际官司

兔年踏着轻快的脚步向人们走来,结束了轻松春节假期的企业家们开始了新的征程。2011年的家居企业不仅在国内遭遇房产调控的影响,在海外市场也不轻松。一个个反倾销、反补贴的海外官司,将涉案企业拉入了疲于应付的尴尬境地。家具、陶瓷、地板三大行业,在兔年里将面临三场国际官司的挑战。

家具业将应对美国  
提出反倾销行政复议

反倾销,一种对外国商品在本国市场上的倾销所采取的抵制措施,一般是对倾销的外国商品除征收一般进口税外,再增收附加税,使其不能廉价出售,此种附加税称为“反倾销税”。在全球贸易趋势愈来愈强的当今,反倾销成为多数国家保护本国企业、赢得贸易战的有效手段。在中国,随着许多家居企业纷纷致力

于扩大海外市场,不断遭遇来自国外的反倾销调查。

1月31日,美国家具制造商贸易委员会向美商务部提出申请,要求对中国木制卧室家具反倾销案进行行政复议,并申请美商务部在调查中使用抽样的方法选择被调查企业。该申请涉及包括中国出口商及生产商在内的110家企业。

从2003年12月17日开始,美国商务部就对原产于中国的木制卧室家具正

式进行反倾销调查,一年后对该案进行终裁,裁定中国涉案企业的倾销幅度为5.07%-198.08%。此后,美国商务部对该案进行了多次行政复议。今年中国涉案企业的命运如何,还要看这场官司到底如何去打。

陶瓷业将面临  
欧盟反倾销调查

欧盟对中国陶瓷企业的反倾销调查今年传来最新进展,共有3家中国陶瓷企业集团的11家关联企业被抽中面临调查,包括简一陶瓷、新润成陶瓷等,最终调查结果将于今年10月前后公布。

2010年6月19日,欧盟正式对华陶瓷反倾销立案,欲以美国为替代国计算中国反倾销税率,如最终定案,税率将高达430%。按此

计算,中国瓷砖产品均价将达到28-39欧元,几乎为意大利和西班牙产品价格的两倍,中国瓷砖将会失去目前的价格竞争优势。

地板业将等待  
美国“双反调查”初裁

由美国商务部发起的对中国木地板实行反倾销、反补贴调查,今年3月将做出初步裁决。这件从去年10月开始、涉及企业估计超过200家的调查案,如果中国企业败诉,将缴纳最高约242.2%的惩罚性关税。

记者从中国林产工业协会地板专业委员会了解到,目前已有60多家中国地板企业应诉美国的这项“双反调查”,包括大自然、圣象、生活家、世友等知名地板企业,均处于积极应诉过程中。商报记者 王格