

商家关店维权难 行业呼吁责任险

2013年新年前夕，一条消息开始在微博上扩散——“东方家园建材超市面临崩盘”。随后的几天里，东方家园位于北京的几家卖场西三旗店、来广营店、丽泽店、玉泉营店和吕营店，纷纷宣布暂停营业，关店潮迅速蔓延到东方家园在全国的门店。

东方家园在长沙的门店位于万家丽路，目前运营正常。在这里，东方家园曾引以为豪的“建材超市模式”已不复存在，卖场被切割成一个个小铺，租赁户各自经营着自己的商品和品牌。

尽管长沙店未受到关店潮的波及，但在记者走访的过程中，有消费者表示，此事对于自己的购物决策确有影响，“现在这种事情太多了，店关了找谁维权”？



位于长沙万家丽路上的东方家园建材超市。(资料图片)

公司注销后消费者难维权

这样的担忧并不多余。2012年12月，家住上海城的黄女士因新房主卧室的电灯无法照明导致全家迟迟不能乔迁新居。经鉴定，排除了灯具和表面电路的问题，需要装修人员进行深度检查。尽管黄女士与装修公司签订了为期五年的工程保修卡，但由于装修公司已于10月注销停业，无法履行售后服务条款，后经天心区消费者委员会多次调解，该装修公司法人代表才派人将黄女士解决此事。

根据《中华人民共和国消费者权益保护法》第36条，“消费者在购买、使用商品或者接受服务时，其合法权益受到损害，因原企业分立、合并的，可以向变更后承受其权利义务的企业要求赔偿”。但类似黄女士这种遭遇装修公司、卖场、门店关店、注销事件，不属于“分立、合并”，因此无法依据该规定进行维权。

无独有偶，在国家质检总局《部分商品修理更换退货责任规定》、《公司法》、《民法通则》中，也只对分立、合并的公司作出了相应规定，而对公司注销后相应法律责任的承担问题不但没有做出明确规

定，反而表明公司在履行了清算程序办理了注销登记后，公司法人资格终止。

2012年11月，我国首部家居家装行业贸易标准《家居家装行业经营服务规范》（以下简称《规范》）出台意见征集稿，目前已报商务部批准实施。《规范》对卖场、家具、家居产品制造、家装服务等诸多领域提出了明确的要求，但记者注意到，对于商家停止经营、关店、注销，损害到消费者利益等行为，《规范》并未涉及。

消委建议推“公司责任险”

对此，天心区消费者委员会相关负责人表示，建议行业推出“公司责任险”，通过保险公司发挥专业职能，提供经济保障，促使并监督商户依规操作；另一方面，消费者遇到问题，只需要直接和保险公司打交道，凭保险合同办事，避免遭遇出事了无处讨说法的尴尬。

该负责人同时表示，由于家居装修过程细节繁复，数额大、风险高，责任险运作起来存在一定难度。但只要深入调研，仔细评估，选择资质好、信誉高、服务佳的正规装修公司作为试点，明确双方的责任、义务，制定合理费率，最终一定会赢得消费者的信任。

■记者 张丹

聚焦生态景观 打造美丽湖南

“柏加杯”首届湖湘景观艺术设计大赛圆满收官



设计实景图类一等奖作品《火车拖来的城市》。



创意设计类专业组一等奖作品《虎形山——花瑶风景名胜区游客接待中心修建性详规方案设计》。



创意设计类学生组一等奖作品《沉淀——云阳博物馆滨水景观设计》。

1月5日晚7点，以“美丽湖南”为主题的“柏加杯”首届湖湘景观艺术设计大赛颁奖典礼在中南大学建筑与艺术学院音乐厅隆重举行。省委宣传部副部长、湖南省文化体制改革和文化产业发展办公室主任蒋祖焜、国内各大高校景观设计院系代表和省文联、省设计艺术家协会代表等数百人共同见证了大奖揭晓。

全场颁出60项大奖

据悉，“柏加杯”首届湖湘景观艺术设计大赛由湖南省文学艺术界联合会主办、湖南省设计艺术家协会承办，于2012年10月8日全面启动，历时3个月，共收到400余件参赛作品，参赛选手涵盖长沙规划设计院、湖南建科园林有限公司、湖南大学、深圳大学等专业机构从业人员和高校师生。

大赛以“美丽湖南”为主题，以专家公开评审入围作品的方式选出创意设

计方案类学生组、创意设计类专业组、设计实景图类、设计理论类四大类奖项，以奖励在不同领域表现出色的作品和设计者。

为确保大赛的权威性和专业性，本次大赛邀请到北京大学俞孔坚教授、中央美术学院王铁教授、同济大学刘滨宜教授和清华大学朱育帆教授等国内外知名的景观设计界领军人物担任决赛评委。通过激烈的网络投票和专家评审，最终获奖结果终于在1月5日晚逐一揭晓，共颁发包含一、二、三等奖及优秀奖在内的60项大奖。其中，全场最高奖项9个一等奖由湖南大学、中南大学、湖南农业大学、湖南商学院、南华大学、南京回归建筑环境设计研究院、湖南省建筑设计院、长沙泰源建筑设计有限公司、湖南建科园林有限公司等机构分别斩获。

关注生态景观 打造美丽湖南

据活动主办方负责人介绍，本次大赛

以湖湘园林景观三十多年的发展历史为立足点，旨在通过总结近五年景观设计领域的新成果，推进湖湘景观设计的创意发展。

中央美术学院建筑学院副院长王铁在致辞中表示，改善生态环境已然成为了国家大政方针的焦点，而人居环境也将日益成为设计艺术创作的重点领域。

湖南省建筑设计院景观研究所所长王小保代表承办单位致辞，他表示，景观是具有多重价值的地理实体，通常具有经济、生态与美学的特性与价值。通过景观设计大赛，将艺术化设计形式应用到场地之中，将各种景观语言填充于创作的艺术形式之上，同时，在创作中给予生态最多的关注，将为打造“美丽湖南”作贡献。

本次大赛还得到了浏阳市柏加镇人民政府、湖南金科房地产开发有限公司、株洲湘瑞塑料建材有限公司及中南大学建筑与艺术学院的大力支持。

■记者 张丹

元旦黄金周成色十足 欧亚达家居喜迎开门红

在中秋国庆黄金周成色稍欠的背景下，原本不受商家重视的圣诞、元旦黄金周充分发挥了假日经济作用，在岁末大热逆袭，成为市场全面向好的重要风向标。以城东商圈为例，高端家具卖场欧亚达家居长沙高桥国际馆就在元旦期间上演跨年大戏，成功掘得新年第一桶金。

2012年12月28日至2013年1月3日，欧亚达家居联合卖场内百家门店，备齐千万元精品家具，推出“折后成交价商场返现金10%”、“满额赠豪礼”、“200变2000”、“1.8L金龙鱼油凭卡领”等一系列丰富多彩的促销活动，跨年7天里，累计接待来自星城各个小区的近万组消费者，销售额再创历史新高。

2012年12月28日晚6点，欧亚达家居狂欢夜宴正式拉开大幕。短短4小时内，商场便成功吸金超千万。“200变2000”活动现场排起了十多米的长龙，凭“新禧卡”即可领油的服务台前也人潮拥挤，直到活动结束后人群才陆续散开。还有10%现金返利、千足金金条、现金红包大抽奖、名品家具超值换等活动，均吸引了颇高的人气，令现场温度直线上升。

对于此次活动的火爆程度，欧亚达家居长沙负责人并不意外，他表示，促销活动优惠叠加，让消费者获得多重实惠，是活动取得成功的关键。折上折后还有现金返利，抽奖送出千足金和单反相机，8元.88元超低价换购品质家具，这种力度在往常的促销活动中并不多见。其次，欧亚达不断强化品质服务，商场投诉率低，买贵三倍补差、不满意就退货等一系列服务举措，为整个行业的服务规范起到了良好的示范带头作用，消费者在欧亚达购物很放心。

据该负责人介绍，继开门红之后，欧亚达将把新年的发展重心放在快速提升品牌品质和服务售后上，同时整合资源，打造欧亚达特色的品牌营销活动，全面让利消费者。另外，位于万家丽路与劳动路交汇处西南角的欧亚达二店，现已全面开工，或将在2013年全面启动招商，届时将以16万平方米超大商业面积，定位长沙最高端的家具旗舰店，从而重塑长沙商业格局。

■记者 张丹