

有奥斯卡的地方就有金酸梅 科勒演绎卫浴版《傲慢与偏见》

在刚刚播出的央视3·15晚会中,苹果手机开篇即被点名,被曝光在华维修服务政策与国外不一致,涉嫌歧视中国消费者。焦点主要集中在2个问题:国内售后时间与其他国家不一样:中国三包售后维修期为1年,而欧盟是2年;宣称的“以换代修”、“整机交换”,但并没有真正更换整机,通常沿用旧手机后盖,以逃避中国手机三包规定。

不只是苹果,丰田皇冠轿车的“暗召”事件,爱马仕等奢侈品销售不提供验货服务也纷纷显示出国际大牌在中国的“傲慢”与“偏见”。在卫浴界,问题频发却疏于应对的科勒卫浴同样被冠以“大牌”之名。

2012年6月,《上海青年报》接到消费者爆料,称“科勒卫浴8000多元产品无防撞包装,硬纸板包装致使马桶摔坏,科勒经销商拒负责,拒绝消费者赔偿要求”。

同年8月,美国媒体报道,美标、科勒等品牌马桶发生多起爆炸事故,并在美国、加拿大被大量召回,原因是使用了弗拉什梅特公司制造的气压冲水装置。随后,科勒(中国)发布公告,称国内所有坐便器产品均未采用此次美国Flush-

mate公司紧急召回的气压冲水方式的配件型号。

“马桶爆炸”事件发生不久,科勒又被曝出“应对投诉反应慢”,有报道指出,一林姓消费者花1399元为新房购买了一套“科勒”坐便器,两个月后对方送货上门,一个月后安装马桶,等到新房完全装修好后,林小姐却发现一直未曾使用的科勒坐便器,盖板和底座的连接处存在断裂的情况。对此,科勒公司则认为此问题是人为造成损坏,保修期内也需自费维修。

12月,科勒再次遭遇“质量门”,据北京晨报报道,市民胡先生新购的科勒浴缸出现裂纹,更换后再次发现裂纹,经销商确认了存在问题,并指出该浴缸还存在其他质量问题,但厂方却坚持不退换。因浴缸迟迟不能安装,新房装修工期一再延误。

目前,无论是在百度、谷歌还是新浪微博搜索栏输入关键词“科勒质量”,70%以上的内容均为投诉、维权,这对于一个以高端、品质著称的国际知名品牌来说,的确很难想象。

问题主要集中在“产品质量”、“送货服务”、“包装保护”、“投诉处理”等方面,

新浪微博名为“Casper0000000000”的博主8月发布微博:“昨天晚上科勒花洒的终于坏了,至此前几年买的科勒几件套全部坏了。科勒=垃圾”。

博友“Shmily NK”也发微博表示:“本以为科勒也算一个口碑不错的卫浴牌子,但组装浴盆没有送来的配件竟然把责任归咎于消费者没有仔细验货,就算我全部核对完我也无法确认配件是否已全。我又不是你们的销售人员!还是要我拿着安装书一个个对?作为一个百年卫浴品牌你们觉得这样对待消费者公平吗?合理吗?”

科勒在卫浴行业的影响力,不亚于苹果之于手机。作为全球厨卫时尚的风向标,科勒所倡导的“优雅生活”的家居理念,直接触动高帅富和白富美们对于高雅生活品质的向往和热爱。然而,包装不当、拖延送货、产品出现裂纹、瑕疵还发黄,售后懈怠冷漠,科勒在中国收获骂声无数,令人惊奇的是,尽管饱受质疑,科勒岿然不动。谁能强硬如科勒,谁能淡定如科勒,本期华声家居榜,由大牌科勒荣膺金酸梅奖实至名归。 ■记者 张丹

佳兆业·君汇上品 街头玩“快闪”宣传环保

3月23日下午,长沙步行街黄兴铜像广场前,突然聚集几位面戴防毒面具,身着清凉装的美女开始跳舞。随后,两名“口罩美女”从口袋中拿出一张横幅,在广场中央拉起来,上面写着“拒绝PM2.5,不做吸尘器”几个大字。周边的美女举着“拒绝黄色,还我绿色”,“不做吸尘器”等宣传标语,喊了几句口号,随即所有人迅速散开,消失。

围观者中有人看出了玄机,原来他们是在玩“快闪”。“快闪行动”是最近在国际流行开的一种嬉皮行为,可视为一种短暂的行为艺术。据活动相关负责人介绍,佳兆业·君汇上品通过这样的行动宣传环保,让大家重视长沙雾霾污染,目的是希望通过这次活动,让更多市民关注城市环境污染,并参与到环保行动中来。

■记者 石曼

东怡外国引领星城海派生活

3月24日,这座个性鲜明、品位时尚的“外国”项目正式对外开售,开盘现场异常火爆,当日劲销300多套,销售额达1.5亿。

记者发现,在购房者当中不少海归人士谈起在国外的生活经历,他们觉得外国的设计理念和居住环境,包括包豪斯建筑理念设计,项目配套百米半空步行街,高规格洗衣房,银行柜员机一应俱全,空中泳池、空中会

所等等,让他们对外国的生活充满期待。

东怡外国营销总监叶英介绍,该项目由三栋时尚建筑塔楼组成,将集顶级公寓、繁华商业、私人会所于一身。其项目将打造全精装户型,在空间设计上将采用最简单的结构,最俭省的材料,最提炼的造型和最洁净的表面处理。

■记者 黄帅

本周六,和泓·梅溪四季撼世开盘

由中国责任地产TOP25“和泓地产”打造的50万方和泓·梅溪四季,3月30日即将震撼开盘。目前,VIP办理1万抵3万已进入倒计时阶段。

和泓·梅溪四季营销总监毕燃介绍,有很多客户对此次开盘首推的80㎡两房尤为关注,主要看中的是80㎡主力户型独特的产品设计。这一户型采用了N+1设计理念,将空间极致利用,做到空间“零浪费”;而超大赠送

面积和更为灵活的空间,满足业主全方位需求。

据悉,与项目一路之隔的长郡中学、岳麓区实验小学两所名校已经开学;环伺周边的梅岭公园、银杏公园、体育公园即将免费开园;而紧邻的地铁2号线(梅溪湖西站)施工进展顺利,今年10月即将全线通车。

■记者 黄帅

绿城·青竹园罗曼别墅月底开盘

如果将别墅比喻成一个女子,绿城·青竹园罗曼别墅必定是一位气质优雅、情感细腻的法国女人。本月底,透着低调奢华气息的40多栋罗曼别墅将正式对外开售。

为了让大家第一时间目睹它的美,换一角度来领略它的胜景,上周末,绿城·青竹园直升机空中悦览活动让600多名嘉宾实现了梦想。随着螺旋桨的急剧旋转,顷刻间波光粼粼的翡翠湖、一碧万顷的太阳山、27洞山地挑战型高尔夫球场皆收眼底。“太震撼了!绿城·青竹园确实很

漂亮,一栋栋风格各异的别墅鳞次栉比,硬衬着高尔夫果林的完美曲线,仿佛来到了好莱坞大片中的美国加州。”第一次坐直升机的李女士感叹。

据介绍,罗曼别墅与绿城青竹园其他别墅组团不同,它将起居厅与客厅合二为一,取消室内高差等适应中国人生活方式的改进,有效地实现了把总建筑面积控制在500平方米左右的目标,因而也成为绿城别墅系列中空间使用效率最高的一个产品。

■记者 黄帅

鑫远·和城样板房即将亮相星城

为期一个月的“爱在长沙”主题摄影活动将于本周六落下帷幕。届时,将会评出随手拍组前三名并颁奖Ipad大奖,到底花落谁家呢?我们拭目以待。

活动当天,所有入围的“爱在长沙”主题摄影作品将会现场展出。同

时,鑫远·和城精装样板房将同步华丽绽放。鑫远·和城位于城市双高芙蓉南路和韶山路的交会处,地处地铁1号线、地铁5号线与长株潭城际铁路枢纽口岸。预计4月20日首度开盘,起价为5588元/㎡。

■记者 黄帅

中海国际社区橙郡 开盘热销400余套

中海国际社区作为全球五百强企业中海地产进入星城的第一个项目,2012年销售住宅2000余套,雄踞长沙单盘销售前三甲。上周六,中海国际社区二期橙郡盛大开盘,以5800元/㎡起带1600元/㎡全供暖精装,当晚劲销300余套,周末两天共成交400套,成功打响了楼市暖春的第一炮。

究竟是什么原因让中海国际社区橙郡有如此骄人的销售业绩?作为中海

国际社区倾力打造的升级产品,无论在交通、配套、户型上均占尽优势,三位一体的交通网络,社区内外双重配套,户型方正实用动线合理……加上洋湖板块黄金中轴的绝佳区位,足以激发全城置业热情。

中海地产作为中国房地产行业的领导品牌,历经33年的发展,在产品打造上有成熟的体系和标准,品牌价值达到252亿,连续9年蝉联国内房地产品牌价值榜

首。另外,中海国际社区北面是岳麓山,南面为7000亩洋湖湿地,面积相当于13个南郊公园,负氧离子含量达到市区的6倍之多,将是长沙空气质量最好、建设面积最大的休闲公园。项目精装配备TOTO、林内、摩恩以及西门子等多款或同档次国际名品,并提供双循环全屋供暖系统,在产品的细节打造上也极度人性化,让业主轻松享受拎包入住的喜悦。 ■记者 石曼

HANEX 韩丽家居
橱柜·衣柜
中国环境标志认证产品
广东韩丽家居股份有限公司
服务热线: 400-830-9901 www.hanex.cc

TEILEI 天力管
瑞家·聚博洁具
客服热线: 400-1891-888