

## 新版家装合同

# 向霸王条款说 NO

### □权威解读 六大改变减少纠纷

北京市工商局合同处副处长李颖林介绍,老版合同是2003年出台的,但随着经济的发展,家装市场和家装投诉都发生了较大变化。为明确家装公司与消费者之间的权利义务,市工商局在北京市建筑装饰协会的大力支持下,于日前对家装合同示范文本进行了修订,便是《北京市家庭居室装饰装修工程施工合同》。

### □市场现状 品牌公司陆续启用中

新版家装合同面世已近3月,但市场上使用情况如何?记者进行了一番走访了解到,新版合同在市面上仍属“罕物”。记者了解到,业之峰、今朝等装饰公司已经陆续启用新版合同;乐屋等公司仍在对合同进行紧锣密鼓地改制中。轻舟、阔达等公司的设计师则表示,目前并没有使用新版合同,甚至有设计师表示,公司内部目前还没有更换合同的通知。为何新版合同推广程度不高?有业内人士解释,目前各公司都采用电子化管理系统,系统设定的就是三次收款,采用新版先需要对系统软件进行调整;此外,目前处于新老合同交替的时段,各公司首先需要领悟和学习新版合同,之后还要对设计师、施工人员、监理等人员进行培训,都需要时间。也有人士表示,目前消费者对新版合同所知不多,也无要求,而且老版合同也是花钱买来的,难免有些公司为了成本考虑继续使用老版合同。

1

增加中期工程验收在材料验收、隐蔽工程验收和竣工验收基础上,增加了中期工程验收,即在现场工程中,水、电管线铺设完成,厨房、卫生间墙砖铺设完成,现场木制加工等完成后进行的验收。李颖林介绍:“这样既能督促施工方按期保质完成施工,也能及时发现并尽早解决施工中的问题,减少完工后出现的返工和纠纷。”对此,业内人士表示此项能大大减少不规范施工方的投机取巧行为。“有的施工方不按程序来,忽视验收过程,甚至利用业主不懂装修知识,偷工减料,如该用轻钢龙骨的吊顶仍用木头,完工后不等验收就立马糊上。”

2

明确工程变更权利义务新版合同在第六条“工程变更”中增加了工程变更导致损失的承担方式、工期变化的处理方法等内容,明确了工程变更时双方的权利义务。合同中6.4条明确规定:“甲方不得与乙方设计师或施工人员私自确定工程变更内容,否则乙方有权拒绝承担相应责任。”工程人士表示,这种规定明确了业主与设计师或者施工人员签私单的风险。

3

采用施工质量新标新版合同采用了最新出台的北京市地方标准《居住建筑装饰装修工程质量验收规范》,使标准适用符合最新的家装行业发展需要。

4

工程款支付比例双方协商在北京市家装界和老版合同中,工程款分三次预定比例支付,如“首付款 55%、中期款 40%、尾款 5%”。在新版中,工程款支付变为四次,付款节点分别是“签合同当日”、“水、电管线隐蔽工程验收通过 3 日内”、“中期工程验收通过 3 日内”以及“竣工验收通过 3 日内”,而且新版合同没有规定预付比例,而是交由当事人双方自主协商。“这一改变赋予了消费者更大的自主权,保障了消费者的监督权,也更符合市场议价的原则。”工商局方面人士解释。业内人士评价:“这样灵活性更高。”

5

违约责任确定赔偿上限在现实装修过程中,违约情形十分常见。有业主因为太忙在验收节点不验收,有装饰公司工程施工拖沓导致工期延长,新版合同针对甲乙双方因违约所应承担的责任明确了上限,为工程总造价的 20%,使违约金比例更为合理。文本也赋予了守约方必要的解约权,即如果一方违约状态持续满了一定期限,违约金虽有上限限制,但守约方可以选择解除合同,避免因违约方恶意拖延而导致的纠纷久拖不决,如 12.4 条规定:“甲方无正当理由未按合同约定期限支付第二、三、四次工程款,应当向乙方按日支付迟延部分工程款 2‰ 的违约金,但累计不得超过工程造价总金额的 20%。甲方延迟支付超过××日的,乙方有权解除合同。”有工程人士表示,如此一来,可以减少纠纷,保护遵守协议的一方。

6

合同附件更完善新版合同中增加了《工程决算单》,并针对工程中可能存在的工程质量、室内空气质量及结算方面等个别的非重大问题,设计了《解决竣工验收遗留问题协议》,以使业主能够早日入住。业内人士表示,在遇到一些需要维修但又完全不影响居住的情况下,此协议能够减少业主损失,让业主早日入住,又不用担心遗留的售后问题的解决。

(据京华时报)

家装旺季已来临,但准备装修的业主们,您签订的是最新版本的家装合同吗?北京市工商局日前修订并宣布启用了新版家装合同,在工程更改、验收、付款方式等方面有了较大的变化,也更能保护甲乙双方的权益。但记者了解到,目前市场上新版合同并不多见,多数品牌公司仍在改制中。虽非强制性使用合同,但市工商局提示,消费者可要求使用范本。

## “慕思寝具”牵手林志颖 慕思再启“世界同睡的一天”公益活动

□记者 田松平

本报讯 每年的3月21日是世界睡眠日,为迎接第14届世界睡眠日的来临,国内寝具行业领军品牌——慕思,再度启动了其历年都要举办的“世界同睡的一天”公益倡议活动,除在全国开展声势浩大的“买慕思睡眠升级,补贴连连”大型活动外,还将携手《爸爸去哪儿》之超级奶爸林志颖空降郑州,强势开启慕思公益活动。

据了解,在2014年世界睡眠日前夕,

慕思还将联合卫生部新闻宣传中心、《福布斯》中文版、《福布斯生活》在北京召开主题为“睡眠影响GDP,聚焦中国企业家”的睡眠论坛,并发布《中国企业家睡眠指数白皮书》,聚焦中国企业家的睡眠状况。

在本次“世界同睡的一天”主题倡导睡眠活动中,慕思将携手林志颖、古天乐,举行“2014慕思畅享世界睡眠日”主题活动。

2013年,林志颖与年仅4岁的儿子

KiMi,参加湖南卫视真人秀节目《爸爸去哪儿》,这档节目旨在传递正能量,让更多的人更加重视亲子之间的交流与互动。

慕思总裁姚吉庆表示,慕思邀请艺人参与传播健康睡眠的公益活动,很看重明星的公众形象。林志颖的形象一直很健康,这与慕思的品牌形象是相符合的,睡眠文化的实质都是追求生活中的美好,传递积极向上的正能量,慕思也是希望携手更多像林志颖这样天王级的巨星唤起人们对健康睡眠的重视。

除了举办大型活动倡导健康睡眠之外,慕思也将启动回馈消费者全国优惠活动。郑州作为本次活动的启动城市,从2014年3月1日至3月16日举行“享健康睡眠去哪儿,3月16日林志颖与您相约慕思”大型促销活动,“到店有礼、明星见面礼、慕思床垫免费睡、满万送礼,超值特供限量购,六重巨惠”,这是慕思继去年3月21日世界睡眠日活动以后,进一步扩大了优惠范围,为消费者新春购物提供更多选择。