

索菲亚定制缩水 整装行业品控失灵

坐在刚装修完毕的屋子里,再想起当初和索菲亚销售沟通时的满心期待,广州消费者李女士(化名)此刻心里只剩说不出的憋屈与后悔。李女士向北京商报记者爆料称,原本想着开开心心住进自己精心布置的新家,没想到最终却受了一肚子气。在索菲亚花费12万多元,可装修过程中出现很多问题。安装师傅未按设计图施工导致安装错位;不该钉钉的位置钉钉,导致安装后板材错位、有缝隙,切坏板面后偷偷替换,出现明显色差。事实上,李女士的糟心经历,在家居整装市场并非个例。记者查阅黑猫投诉平台、小红书平台与整装定制相关的投诉时注意到,近半年此类投诉数量达数百条。

业内专家分析,整装尺寸问题频发,虽与家装行业对人工依赖高、建筑基础存在偏差、多环节衔接易出错等行业特性相关,但品牌接连出现此类低级失误,更多是自身品控体系缺失、门店管理与监管漏洞导致。定制家居尤其是整装定制,是服务消费里高需求、高客单价、强决策依赖、重结果预期的核心刚需型服务品类。由于定制效果难提前量化、售后条款复杂、宣传的设计与材质标准与实际交付落差大、合同暗藏隐形消费陷阱、监管取证与追责成本高,消费者与定制机构之间的权责天平往往并不合理。

整装定制重灾区

李女士在索菲亚选择整装定制时,前期沟通确定价格后,商家后续不仅多次加价,安装时更是问题百出。李女士在接受北京商报记者采访时表示:“装修过程中,安装师傅未严格按照设计图纸施工,导致柜子与插座之间的缝隙未能妥善遮挡,最后还是向正在同期装修的邻居借来腻子,才勉强将该漏洞填补好。此外,家中一块柜板因师傅切割操作失误,出现尺寸偏差而无法正常安装,安装师傅不仅未提前沟通,更是私自更换了一块柜板,新旧板材之间出现了明显的色差。卧室的榻榻米安装也存在疏漏,师傅在原本不应钉钉的位置擅自钉钉,直接造成榻榻米板材安装后出现错位现象,板材之间还留有明显缝隙。”

针对上述问题,北京商报记者致电索菲亚总裁助理,对方以不负责相关业务为由,将采访推给其他相关负责人,最终采访石沉大海。

值得注意的是,此类事件并非个例。北京商报记者在小红书平台注意到,四川消费者王先生(化名)在全友定制的阳台柜的尺寸出错,且设计师擅自修改约定好的门体位置,导

致柜子完全无法使用,拆了重做不仅耽误两个月工期,拆柜后还在墙上留下大洞,迫使消费者额外花费数千元全屋贴墙布修复。针对消费者的投诉问题,记者以短信形式将采访提纲发给全友家居品牌负责人,但截至发稿未得到回复。

河北消费者张先生(化名)在石家庄我乐定制的全屋产品花费近17万元,最终呈现效果却不尽人意,提出维修需求后,商家直言无法修复。对此,北京商报记者向我乐家居董秘发去采访提纲,但截至发稿企业并未给予回复。

事实上,此类定制纠纷并非个例,其背后折射出家居定制行业在服务流程、责任划分上的诸多问题。中国建筑材料流通协会会长秦占学分析认为,此类事件的发生,设计师负有很大责任。设计师不仅要设计,还要起到监督作用。工人是根据设计师的要求进行量房,所以要加强对设计师的培训和责任心的教育。

定制家居资深人士表示,整装定制中,人工操作会存在一定的测量偏差。硬装阶段房屋本身可能存在墙体不平、地面不整等问题,这会为后续定制产品的安装埋下隐患。同时,测量过程中若精度不够,未能精准捕捉房屋细节,比如未注意到隐藏的管道、墙体凸起等,会直接导致定制产品尺寸不符;定做家具时,工业化生产环节也可能存在轻微的工业

误差,若企业品控不到位,这些误差会被放大,最终导致产品无法正常安装或使用。

精度、技术良莠不齐

北京商报记者走访多家整装企业和装修施工现场发现,目前大部分整装施工现场仍采用传统的人工加尺子的测量方式,这种测量方式受测量人员的技术水平、责任心、现场环境等多种因素影响,精度难以保证,很容易出现测量误差。

值得注意的是,除测量方式的影响外,整装企业施工队伍技术水平参差不齐,也是导致最终呈现效果不佳的重要原因。目前整装行业的施工队形式多样,既有企业自有施工队、产业工人,也有第三方外包团队,没有固定的模式,这就导致施工队伍的技术水平、服务质量难以统一。

业内人士表示,部分施工人员没有经过专业的职业技能培训,缺乏相应的职业资格证书,不熟悉施工规范和流程,在安装过程中操作不规范。比如明知墙体不直却依然强行安装,导致柜体倾斜、缝隙过大。

北京商报记者了解到,安装环节的问题还存在瞒报现象。有消费者爆料,不少安装师傅在安装过程中出现错误,会选择刻意隐瞒。

如果消费者在验收时没有发现异常,安装师傅不会明确说明错误。

秦占学表示,此类问题的产生很多是由于层次过多,而且在利益上层层承包,使得最底层的工人不愿意暴露自己的问题,因为这会导致安装工人仅有的一点利益受到巨大损害。

业内专家指出,部分企业对施工队伍和工作人员的培训力度不足,没有建立完善的培训体系和考核机制,不仅导致施工人员技术水平和服务意识参差不齐,测量、安装等环节的失误率居高不下,也让部分施工人员为规避责任而出现瞒报错误的行为。

筑牢责任闭环

随着全屋定制行业市场规模的不断扩大,消费者对整装服务的需求日益提升,面对频发的行业乱象,如何解决“定制不准、售后不管”的问题,成为行业高质量发展的关键。

北京商报记者了解到,住房和城乡建设部发布的国家标准《建筑装饰装修工程质量验收标准》自2018年9月1日起实施,其中多项强制性条文明确了装饰装修工程的质量要求,为整装施工的基础质量把控划定了硬性标准,成为行业施工验收的核心依据。2025年5月底,新的国家标准《室内装饰装修材料

人造板及其制品中甲醛释放限量》发布,将于2026年6月1日全面执行,该标准将定制柜体等人造板制品的甲醛释放限量严格限定在E0级,数值不超过0.050毫克每立方米,同时缩短检测时间、明确产品分类,从材料源头为定制家居质量立下新规。

秦占学表示,整装定制无疑精准契合了当下不少消费者对便捷、一体化家居解决方案的需求,未来在行业内还会有更深化、更全面的发展。针对目前整装定制行业存在的各类问题,他强调,在这一领域,更多的还是需要整装定制机构树立全面负责的态度,主动转变发展思路,将原本单纯的生产工厂转型为集设计、生产、安装、售后于一体的综合性大服务商,通过全流程的把控和服务升级,才能够从根本上彻底解决行业现存的各类痛点问题。

事实上,企业作为责任主体,应主动承担起自身责任,加强品控体系建设。对于消费者而言,在签订合同时,应当仔细阅读合同内容,保护自己的权益。

上海市海华永泰律师事务所高级合伙人孙宇昊律师表示,装修公司提供的合同模板在法律上通常属于“格式条款”,根据《中华人民共和国民法典》第四百九十六条的规定,提供格式条款的一方(装修公司)应当遵循公平原则确定双方的权利和义务。消费者作为合同另一方,完全有权就合同的条款提出修改意见进行协商;如果某个条款是预先拟定且未与消费者协商的,消费者并非只能被动接受,因为该条款的本质特征就在于“未与对方协商”。若装修公司以“公司规定”或“模板不能改”为由拒绝任何修改,这种强制交易的行为可能涉嫌侵犯消费者的公平交易权。

业内人士表示,对于企业而言,一方面要引入先进的测量和生产设备,减少人工操作带来的误差,提高产品的精准度。另一方面,要加强对施工队伍和工作人员的培训,确保施工人员具备相应的职业资格证书。同时,完善售后服务体系,实现责任闭环,也是企业提升服务质量的关键。企业应明确售后责任,建立健全售后响应机制,确保消费者反馈的问题能够得到及时处理,杜绝推诿扯皮、敷衍了事的现象。

北京商报记者 翟枫瑞

直播间里的万能驼乳粉:货不对板的“奶中黄金”

随着生活水平的提高和健康意识的增强,消费者对于奶粉品质的要求已不再仅仅局限于美味与营养,更上升到了对奶粉品质进行针对性营养补充的极致追求。驼乳及其制品因富含高维生素C、铁含量和类胰岛素因子等营养成分而受到青睐,以生驼乳为主要原料的驼乳粉更是被誉为“奶中黄金”。2026年2月8日,被称为乳粉新国标的《食品安全国家标准 乳粉和调制乳粉》(GB 19644—2024)的一年缓冲期结束,北京商报记者为进一步了解驼乳市场现状,前期对电商平台的驼乳粉进行了调查,发现市场在需求井喷的情况下,乱象依旧频发,行业亟须加强监管。

配料表的“第四位”

原装进口、迪拜酋长专供、可以喝的沙漠“黄金”……

“3·15”前夕,北京商报记者在某电商平台搜索“驼乳粉”,各式各样的宣传语让人眼花缭乱。调查发现,在某电商平台上,充斥着大量“货不对板”的驼奶粉,从几十元到数百元不等。

在一家名为“驼宝食品旗舰店”的店铺内,热销的一款“富硒益生菌驼乳营养粉”,1千克罐装售价88元/罐,3罐合装低至59元/罐。目前该产品全网销售过万,位列驼奶粉热销榜第四位。同样在榜单前列的,是其店内另一款产品“钙益生菌驼乳营养粉”,已销售超过3万单。

在“驼宝”产品包装上,印有双峰骆驼的图案,乍一看是“驼乳粉”,但仔细看旁边小字,产品品类却是“运动营养食品(补充能量类)”。在评论区,不少消费者是把它当成驼乳粉来买的。

“骆驼乳营养粉”,驼奶粉的含量有多少?北京商报记者了解到,该产品配料表前三位为乳清粉、含乳基料粉、低聚异麦芽糖,第四位才是全脂驼奶粉。

根据2025年2月8日正式实施的《食品安全国家标准 乳粉和调制乳粉》(GB 19644—2024),将原料定义中的“生牛(羊)乳”扩展为“生乳”,牦牛乳、骆驼乳、驴乳、马乳等特色奶畜所产的乳粉也纳入国家标准体系。其中规定,调制乳粉必须以单一品种的生乳或乳制品为主要原料,且添加的其他原料中不得包含其他品种的乳制品,并且来自主要原料的乳固体含量不低于70%。对于上述“驼宝”产品配料表中“第四位”全脂驼奶粉占比是否达标,令人质疑。

销售“驼宝”的店铺自称是“新疆正品官方旗舰店”。北京商报记者打开该店铺的工商资质,显示其经营者为“广州德宝莱生物科技有限公司”。天眼查显示,该公司成立于2017年,是一家以从事科技推广和应用服务业为主的企业。其实控人注册的一家“新疆沙漠驼宝品牌管理有限公司”,已于2025年被注销,此前该公司显示“经营异常”。

北京商报记者还发现,类似“驼宝”的现象不是个例,在进口驼乳粉中更为常见。如DNG海外旗舰店,一款号称美国原装进口的“DHA益生菌富硒全脂骆驼奶粉”,一罐430g售价131.94元。

北京商报记者向店铺客服人员询问得知,该产品的主要成分是全脂驼奶粉,占比38%,其次为脱盐乳清粉和浓缩乳清蛋白粉,占比分别为15%和13%,上述三种主要成分占66%。DNG客服人员表示,“脱盐乳清粉和浓缩乳清蛋白粉是牛奶里提取的”。而根据《食品安全国家标准 乳粉和调制乳粉》(GB

19644—2024),驼乳粉必须以生驼乳这一“单一乳源”为主要原料,且添加的其他原料中不得包含其他品种的乳制品,而上述产品配料表中的脱盐乳清粉和浓缩乳清蛋白粉来自牛乳,与“单一乳源”的国标界定存在出入。

据DNG(德安健)官网介绍,其创始于中国香港,致力于发展为创新、科研双位一体的大型现代化健康品牌。DNG是亚太地区膳食营养补充剂中的知名品牌,旗下有NMN、水蛭素、人参皂苷、青蒿素、人体免疫球蛋白等系列产品。换句话说,驼乳粉或许并非DNG最擅长的领域。

对于上述问题,北京商报记者通过邮件向DNG发去采访函,但截至发稿未收到回复。

直播间里的万能“小众奶”

近年来,以骆驼奶为代表的“小众奶”成为爆款,在各类社交平台、电商平台、直播平台上打出各式各样的口号,不少消费者上当受骗。

2025年3月,消费者在黑猫投诉平台上投诉“谷掌柜”的驼奶,“食品当保健品卖,保健品当药品卖,夸大产品功效,产品成分不详,价格虚高,误导消费者”。

北京商报记者打开谷掌柜直播间,发现有明显宣传功效的嫌疑,其用“糖”“压”“脂”等简称,“免谋力”“失眠多梦”等字眼,暗示适用“三高”“免疫低下”等人群。直播间内部分产品销售超10万件。

谷掌柜自称“驼奶制品连续三年销量第一”,但北京商报记者打开该店铺的工商资质,显示其企业名称为“郑州土土哥食品有限公司”。天眼查显示,该公司成立于2026年。

公开信息显示,驼乳粉是以骆驼奶为原

料制成的乳制品,富含优质蛋白、钙、铁及多种活性成分,有助于增强免疫力,并含有独特乳铁蛋白和溶菌酶,营养价值高于普通乳粉,被誉为“奶中黄金”。

对于驼奶粉能治疗“三高”的说法,科信食品与健康信息交流中心主任钟凯认为,驼奶粉只是部分成分含量较高,易于吸收,没有什么特别的营养。

一位资深营养行业专家也向北京商报记者表示,“驼奶粉的成分中,乳糖的含量会低一些,对于乳糖不耐受以及需要控糖的人来说,比较适合。另外,它的脂肪多为不饱和脂肪酸,也是比较健康的。但只是说这些营养成分比较适合(上述人群),不是能治疗”。

经不起推敲的低价

随着国家对乳粉和调制乳粉监管的加强,配料中驼乳含量低于70%或掺入乳清蛋白粉/燕麦粉等作为主要成分,成为典型的驼奶粉营销乱象。在新国标的明确要求下,部分商家仍选择铤而走险。

“由于驼乳产量低,所以在驼乳粉中掺入牛乳成分,或是添加乳清粉、含乳基料粉等来冒充纯正驼乳粉的做法,几乎是业内公开的秘密。”从业八年的业内人士阿源(化名)一针见血,市面上主要有两种驼乳粉,一种是纯驼乳粉,配料表中100%为有机生驼乳,不添加任何其他物质,可以放心选购;另一种是配方驼乳粉,也叫调制驼乳粉,这种最容易鱼目混珠。

高级乳业分析师宋亮向北京商报记者表示,“近年来,驼奶市场非常混乱,充斥着假冒伪劣的产品,不法商贩通过各种方式销售劣质的驼乳粉”。

北京商报记者 孔文雯