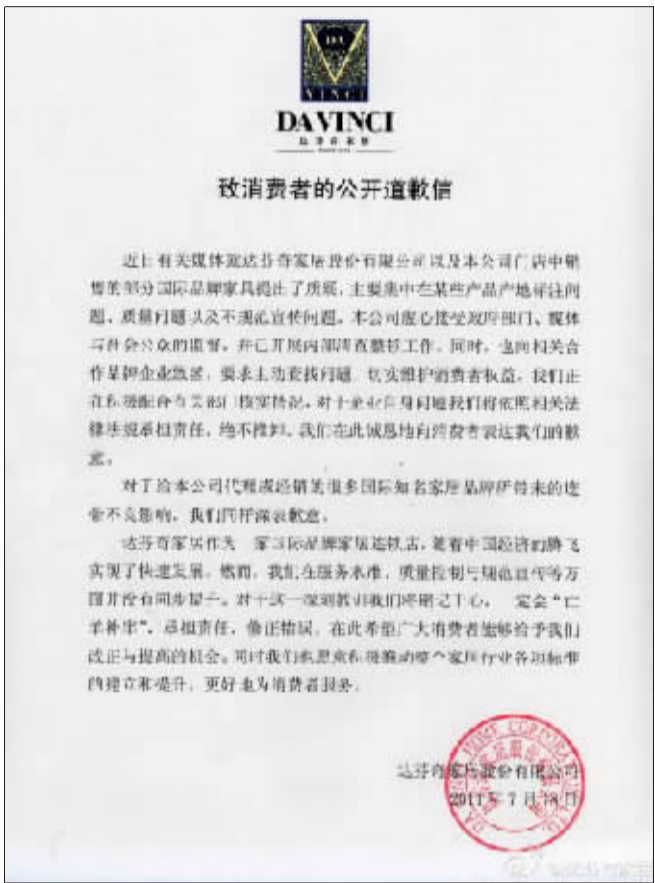


# 达芬奇家居向消费者致歉

## 未提及赔偿,其官网仍称所有代理的意大利品牌均在意大利生产



□据 新华网

18日18时,达芬奇家居在其官方网站和官方微博上发出向消费者的致歉声明,称公司已开展内部清查整顿工作,并表示正在积极配合有关部门核实情况,将依照相关法律法规承担责任。

不过,对于备受关注的退换货及赔偿问题,达芬奇家居在致歉信中并未提及,只是在其官网公布了公共关系邮箱,表示消费者的相关疑问或投诉,可以以邮件形式发至pr@davincichina.com,公司将有专人统一安排处理。

在这封《致消费者的公开道歉信》中,达芬奇家居表示,有关媒体对该公司部分国际

品牌家具提出了质疑,主要集中在某些产品产地标注问题、质量问题以及不规范宣传问题。达芬奇家居虚心接受政府部门、媒体与社会公众的监督,并已开展内部清查整顿工作,“我们正在积极配合有关部门核实情况,对于企业自身问题我们将依照相关法律法规承担责任,绝不推卸”。

不过,在其官方网站的“咨询快报”中,达芬奇家居依然将“达芬奇家居所有代理的意大利品牌均在意大利生产、原装进口”列在7月13日情况介绍会的要点上。记者也注意到,在曝出涉嫌虚假宣传和质量问题的丑闻之后,达芬奇家居的官方微博删除了除致歉信和官方联系方式以外的所有微博,并关闭了评论功能。

■新华时评

## 达芬奇不能仅靠“道歉”了事

□新华社记者 周琳 俞丽虹

达芬奇终于道歉了!在媒体、公众、监管部门的合围之下,达芬奇18日晚首次对某些产品产地标准、质量问题及不规范宣传问题向消费者表达歉意,并称将依照相关法律法规承担责任。虽然两次提到“深表歉意”,但只字未提“退货赔偿”的道歉信,能使其欺骗消费者的行径“烟消云散”吗?

道歉信中,“对于企业自身问题将依照相关法律法规承担责任”的说法,不仅缺乏可操作性的、实质性的解决方案,表述更是相当宽泛;官方微博在发布道歉信后,竟设置了“禁止评论”模式。这可能是达芬奇对消费者可能不买账的提防,这样的道歉根本缺乏诚意。

事实上,“达芬奇”们“保税区一日游”、“出口转内销”等行径的背后,是利用了消费者的心理,赚取几倍、十倍甚至上百倍的暴利。这种行为不能凭一纸道歉就一笔勾销。

如果购买商品涉及产品标签不实、虚构材质和产地、质量不过关等情况,企业就构成欺诈消费者。对于那些已经提货的消费者,可

以根据《消费者权益保护法》主张“退一赔一”;对于那些已经订立合同、尚未提货的消费者,根据《合同法》的规定,如果有确切证据证明商家丧失商业信誉,消费者也可以中止履行合同。

想要让公众真正接受其歉意,让消费者重新信赖品牌,达芬奇不能仅仅停留在道歉和内部整顿上。一方面,对于受伤害的消费者,达芬奇必须切实主动承担起赔偿责任,不能搪塞敷衍;另一方面,在未来经营过程中,更不能“挂着羊头卖狗肉”,而是真正地诚信经营,坚守住法律和道德的底线。

道歉,远远不是监管部门对“达芬奇”们依法履责的终点。十几年的知名品牌,经过检验检疫、生产、销售等多个环节,却依然成为监管的“漏网之鱼”,这确实值得有关部门反思。监管如何不再“后知后觉”,执法如何摆脱被动尴尬,相关部门应切实承担责任,主动跨前一步,增强对违规企业和违规行为的发现能力。

从欧典地板,到达芬奇家居,再到“假洋鬼子”盛行的家具市场,一次次的造假行为敲响警钟:如果企业不承担道德的责任、政府部门不承担监管的责任,下一个“达芬奇”离消费者不会太远。

■延伸阅读

## 东莞遍地皆是“达芬奇”

### 专家认为,企业长期依靠贴牌生产,一旦出现问题影响很大

□据《羊城晚报》

“这个(达芬奇事件)我们好多年前就知道了,只是现在才曝出来。”东莞市橄榄树家具公司总经理马一博感叹道,业内对达芬奇家居在东莞的生产情况早已熟知。

近日,记者走访东莞多家家具生产企业发现,假借洋品牌之名进行生产销售的情况在当地可谓是遍地开花,“达芬奇事件”对本地家具代加工企业的影响已经显现,有企业主更是已着手准备清盘。

### 几千元就能注册洋品牌

在东莞的家具市场上,“洋品牌”随处可见,东莞市某网络销售公司经理林先生介绍了注册“洋品牌”的两个办法——

一种是花费几千元,在香港或其他国家或者地区注册公司。“东莞这边的企业为了办手续方便,通常会选择香港注册公司。”林先生说,注册公司之后,“流程走完最多只要两三个月的时间”。无论是外资还是合资企业,都有资格从国外购买生产材料,“你要登记清楚你的产品材料有多少比例从国外进口,当然这个比例是你自己任意定的”。

林先生解释,这种方法因为涉及政府部

门,还面临外汇管制等问题,所以比较复杂,通常要走高端路线的企业才会使用。

另一种方法,则被大多数东莞家具企业使用。其流程是委托贸易公司购买订单,从国内直接“出口”产品,这样操作对于企业来说较为简单。

“无论用哪种方法进行产品出口,都要把握好细节,控制好出口风险。”林先生解释,在出口的时候,价格变化是最大的。比如一张床垫的出厂价只要一两千,但为了出口退税,“你可以尽可能报高价格,报到四五千元都可以,但是在过关检查时也会有风险”。

### 家具内销或受较大影响

东莞市雄伟木业是东莞一家台资家具企业,产品主要是出口,公司负责人林宪聪对于长丰家具一直没有回应表示出不理解。他认为,如果按照订单要求代加工生产,企业是没有太大责任的,“检查把关是品牌厂商的责任”。林宪聪分析,“达芬奇事件”之后,家具的内销市场受影响可能较大,因为“外销的把关还是比较严格的”。

产品七成都出口的东莞泰瑞家具总经理鲜先生则说:“早就听说东莞生产达芬奇的事了,但不知道变得这么严重。”

马一博得知此事的第一反应也是“早就知道了”。他介绍,国内家具的价格由几部分组成,其中,原材料占到成本的一半以上,另

外有“人工成本20%,物流5%,还有进入卖场的经营成本”,所以说达芬奇一张床可以卖到30万“太离谱了”。马一博透露,在国外,设计在成本中所占比例比原材料还大,然而在国内市场,设计成本“可以忽略不计”。

经过多方辗转,羊城晚报记者联系到曾与东莞长丰合作多年的木材老板资先生。但一提到长丰,资先生语出极为谨慎,只是说曾经为长丰提供过若干密度板,而这些材料做何用途一概不知,并表示目前与长丰已没有了合作关系,但对于相关部门的追查是否会涉及到一些供应商,他也表现出相当的担忧。

### 东莞家具业面临洗牌

除了品牌问题,质量和标准等问题也正在逼近家具生产企业。

马一博透露,单以家具中的残留甲醛为例,目前国内的甲醛标准低于国际标准。在市场上,多有用密度板或合成板制造的家具,这些材料常常是用纸浆、木刨花末等加工废料粉碎后高温压制而成,生产过程中产生的甲醛含量惊人。“根据国家标准,只要含40%至50%实木的家具都可称为实木家具。”马一博以1.22米×2.44米的板材为例,“密度板最贵的只要80元,便宜的只要50元,而如果要用实木价格最少800元,最贵的几万元都不止。”其中差价一目了然,再加上日益上涨的成本压力,家具行业的混乱可想而知。

事实上,目前消费者涉及家具的投诉大多集中在质量问题上。马一博介绍,现在相关部门的检查都是企业送检,极

少会有抽检,“要真正查出产品问题,只有抽检才可能做到,因为送检的都是合格的产品”。

由于民营家具企业得到的扶持甚少,近年来国内房地产市场也不断受相关政策约束,还有各类成本的上涨,东莞的家具企业今年情况可用“萧条”二字来形容。“达芬奇事件”之后,今年年底东莞家具业也将面临洗牌。”马一博预计,“达芬奇事件”可能促使更严格的相关政策或法规出台,很多不合格的企业或产品将被严查。

作为全国出口总额排名第4的城市,截至今年5月,东莞家具产品出口额达到12.8亿元,东莞市委党校经济学研究室主任李秋阳表示,虽然出口企业多、产量高,但东莞家具企业总体自信心不够,由于过去长时间依靠贴牌生产,导致现有的自主品牌极少,一旦出现问题影响就很大。