装修师傅也可能患上“假期综合症”

跨年装修 年后复工不可不知

今日女报/凤网记者 海帆

随着元宵节的到来，春节也即将结束，春节期间进入了停工阶段的家装工程将陆续恢复施工。“装修师傅会不会也患上‘假期综合症’？”不少业主提出了这样的担忧。

“一别长假，两眼无光，三心二意，四体不勤，五谷难分，六神无主，七上八下。”这种症状后来被人们称之为“假期综合症”，患病人群遍布各行各业，家装行业也不例外。那么，在表示同感和理解的同时，为避免因为“假期综合症”留下家装遗憾，在复工时一定要多加注意。

复工应该流程化、规范化

随着家装行业不断向前发展，家装过程中很多以前不讲究的事情，现在都开始变得流程化、规范化，年后复工就是如此。

按约定时间复工

在年前停工时，正规的家装公司基本都会和业主约定一个复工的日期。复工那天，需项目经理、施工工人和业主三方到场共同启封停工封条。

查看工地情况

在开启封条之后，业主需要仔细检查工地情况，包括水、电、煤气等的使用情况；门窗是否完好以及成品保护是否得当等。

清点装修材料

年前停工时，装修公司和业主需要对工地进行验收，登记现场物品以及装修材料。在年后复工时，除了对装修材料的数量进行清点外，还需对其质量进行检查。比如：年前已经进场的材料，尤其是水泥、石膏粉等，在空气湿度大的环境存放容易造成结块固化；乳胶、涂料类的材料应该拆装查看，结过冰的水溶性胶类、涂料类的材料坚决不能用。

验收工程质量

对已完成的装修项目进行检查，如果发现问题，要通知施工方，及时修补，避免完工后再修补，造成不必要的损失。

签订复工协议

在对工地情况、装修材料以及项目质量检查，确定没有问题后，接下来正规的做法是双方签订复工协议，协议中要写明启封和复工时间、工程进度和安排、工地情况、物品清点情况，并由项目经理和业主双方签字。签字后，工地就可按照约定复工，继续家装工程施工。

气温骤降 更易暴露施工问题

在经过春节长假之后，尤其今年春季出现了二十多度的气温差距，施工项目可能会暴露出一些问题，因此年后复工的验收一定要仔细检查，发现问题及时修复。

水路电路是否冻裂

水电改造完成之后，虽然很少会在十几天之内就出现问题，但是今年春节期间，经历了20度以上气温骤降，因此，年后复工时，再检查一下为好。针对水路，要查看春节期间管路的接口、外露的地方是否冻裂，若发现冻裂的，一定要及时更换；而电路则需查看是否有短路等问题。

木工作业是否变形发霉

重点检查天花板、衣柜、木线条等项目是否存在开裂、发霉等问题。如果有发现要及时修复、加固，发霉的则要及时更换面板。木工活一般放了一段时间后，已经定型了，变化几率较低，所以如果检查木工活儿没有问题，可以打磨后刷面漆。

瓷砖是否有空鼓

年后复工时，针对瓦工，主要是查看铺贴的瓷砖是否出现空鼓、开裂、破损等现象，如果问题比较严重，可以要求施工方重新铺贴。

墙面是否有裂缝

春节期间墙面风干太久，可能开裂。此外，节前工人赶工，可能没有待基层干透就刷漆。因此，年后复工时需要重点检查的是吊顶、隔断接缝处，以及与墙体连接的现场制作家具的接缝处是否有裂缝。

年后开工 施工注意要点

一切都准备就绪，就可以立刻开工了。那么，年后施工又有哪些问题需要重点注意呢?

确保年前年后施工衔接

装修公司的工人一般是不固定的，在年前年后可能会有变更。所以在复工前要弄清楚工人是否有更换，看新更换的工人对工程工序、施工工艺是否清楚，否则容易造成施工衔接上的问题。如果发生装修工人变更，要与装修公司积极沟通，协商解决，不能因为施工工人变更而影响装修质量。

避开梅雨时节

年后复工应该赶早不赶晚，如果拖拖拉拉，之后就会遇上比较潮湿的梅雨季节。因此，如果可能的话，尽快完成装修工程，避免潮湿天气对装修的影响。

TIPS：

年后复工按部就班

由于每家工地的施工进度不同，复工后的侧重点也各有不同。让我们来具体看看，进展到不同工序的家装工程，复工应该如何进行。

木工已完工：如果年前木工活已经结束，节后复工的重点首先就是检查木工活有无变化，如果发现变形开裂问题，需要及时修复。如果没有问题，可以重新打磨一次再涂上面漆；如果木工项目没有做完，这时复工就需要保证春节前后木工的工艺手法的衔接，确保装修质量。

油瓦已完工：春节前一般都建议把瓦工做完，瓦工如果实在做不完，也要保证单个房间的墙壁或地面全部贴完。否则在春节后复工时经过停工，温度湿度发生变化，瓷砖可能空鼓。

收尾阶段：木工油工瓦工全部做完的话，基本上最后就剩下铺地板、装洁具、五金件等收尾工作了。这时候的工程重要性不低，不能到最后掉以轻心。比如在安装地板时，注意预留足够的伸缩缝；在安装洁具、家电、家具时，注意保护好基础面以及产品，防止刮花或碰伤。

海量大奖狂派 美的冰箱“让红包飞”活动持续升温

今日女报/凤网记者 海帆

金蛇舞去，天马奔腾而来。在2014新春的家电世界里，少了些单调，多了些趣味十足的创新。各大电商为了在网络销售市场中获得更大的市场份额和发展空间，各种网络宣传、促销活动层出不穷，以期得到更多消费者的青睐。其中，美的冰箱推出的“让红包飞”微博营销活动尤为引人注目，从活动开始至今短短一个月，就已为无数消费者派出了诱人的“红包”，为消费者们送出了实实在在的大礼。

“让红包飞”微博推广活动

寻求创新，让产品品质卓越；寻求创新，让营销变得简单惠民。这是美的冰箱一直以来坚持的基本理念。数十年来，通过不断努力，今天的美的冰箱，已成为业界毋庸置疑的领军品牌，获得了国内外亿万消费者的信赖。

而今，美的冰箱在马年新春继续实实在在为消费者服务的同时，一改往年传统市场营销方式，以当下最时尚微博和微信为平台，强力推出了美的冰箱2014新春“让红包飞”微博推广活动!

“让红包飞”微博推广活动自开启以来，很快让美的冰箱成为了新春家电营销中的焦点品牌，数千万网友通过点赞、网评等形式，表达着对美的冰箱“让红包飞”活动的支持。

送出“红包”超过800万个

至2月10日止，美的冰箱“让红包飞”活动共送出红包超过800万个，有近15位“马年幸运星”获得了美的小冷柜等超级大奖。而与此同时，这一全新的网络营销新方式，也使美的冰箱的官方微博粉丝量迅速达到近400万，引起了各大媒体的关注。

美的冰箱“让红包飞”促销活动之所以获得如此高的人气，是因为相较于打折、送赠品、限时大抢购、团低价等等老旧的网络促销方式,它更趋向于与万千网民互动，能更好地满足网民的自我存在感，也确确实实给了消费者众多优惠。“让红包飞”活动以微博为媒介，以微博分享“让红包飞”话题活动获取红包，进而赢得奖品，使微博互动营销与红包派发营销完美结合，不但大涨了美的冰箱官方微博的人气，还大大增加了美的冰箱的品牌曝光度，也能够更深层次的与网友进行交流，增强网友对美的冰箱品牌的信赖感。

社长、总编辑:王伏虎 总策划:聂朝霞 主编:刘立稳 封面编辑:陈寒冰 美术编辑:王蕾 凤网 www.fengone.com 中国十佳女性网站 广告招商热线:0731-82333686 发行投诉专线:0731-82216641