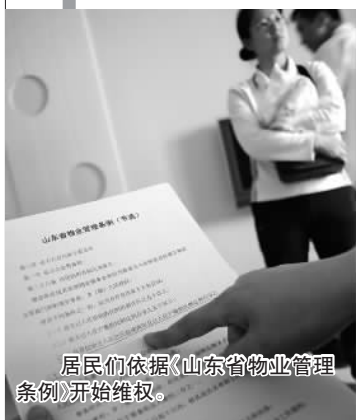


刚搬进美里新居时,李女士逢人就夸小区漂亮。可如今,她再也不这么说了——

居民对物业公司不满意,要炒掉它 辖区办事处不知该咋办,这事行吗



居民们抱怨物业疏于管理,小区内杂草丛生,一些树木都枯死了。



居民们依据《山东省物业管理条例》开始维权。

□文/片 记者 吴永功
实习生 杜娜

一方面,业主对物业服务不满意,拒绝缴纳物业费、车位费;另一方面,物业想尽一切办法收取各种费用维持运转。位于省城西北部的美里新居小区,十几名业主因为不满意物业公司,正在筹备建立业委会,准备炒掉这家物业。这事能顺利吗?

新来的物业太令人失望

李女士2008年5月份搬进美里新居,当时她逢人就夸:“我们小区可漂亮了……”可如今,她再也不这么说了。她告诉记者,自从2009年12月新的物业公司不声不响进驻小区后,便忽略了对花草树木的维护,花坛中已经有不少树木枯死了。“草都快长半米高了,没人管,树上都生了好多虫子,也没人管。”

持相同观点的不光李女士一人,受访居民三区5号楼的王先生、三区6号楼的姜先生、五区1号楼的李女士、五区3号楼的马女士都这么认为。“不是一般的失望,是太令人失望了。”居民姜先生说。

记者了解到,令居民不满的,主要集中在小区环境卫生管理不善、夜间安保服务差、车位费收取不合理、报复性停水停电等几个方面。

筹建业委会真是不容易

在业主与物业接连发生几起纠纷、冲突后,几名业主开始着手筹建业主委员会。

5月12日中午12点半,记者在小区多个公告栏和单元楼门口处,均发现了号召全体业主成立业委会的通告,通告公布了5个联络人的联系方式,署名为“美里湖新居业委会成立临时筹备小组”。

姜先生和王先生都是联络人。他们告诉记者,5月11日晚,他们用2个小时的时间在小区广场征集签名。“按照去年公布的《山东省物业管理条例》,只要征集到25%的小区居民同意,我们就可以召开业主大会。”姜先生说,小区有3000多户居民,经过11日晚的征集,已经有700户居民签字。

在此之前,姜先生等人已经为此奔波了好几处地方。“成立业委会后,物业就有约束了,如果还不改善服务,我们就通过合法途径炒掉它。”

办事处直说这事没见过

记者12日下午2点多来到小区物业办公室,一名财务人员表示领导正在楼上开会,建议记者采访领导。记者随后来到楼上会议室,一名工作人员获悉来意后表示将告诉领导,并让记者稍等。但记者等了20分钟,领导一直没有出来。

槐荫区美里湖街道办事处一名陈姓工作人员表示,小区成立业委会在辖区内还是第一次出现,所以对于如何操作没有经验,他们不知道这件事情应该由哪方来牵头组织。当记者告诉工作人员,按照相关规定,街道办事处是法定主导机构时,这名工作人员建议记者咨询分管的领导周主任。下午4点多,记者两次电话联系周主任,均没有成功。

■律师支招

物业不达标,可分三步走

北京惠诚律师事务所济南分所刘良玉律师表示,如果业主认为物业公司管理不到位,小区保安、保洁、维修等服务不能达到相应服务等级标准的,可以分三步走:

第一步,根据物权法、物业条例的相关规定成立业主大会,符合首次业主大会会议召开条件的,街道办事处、乡镇人民政府应当在30日内组织召开首次业主大会,筹备组应当自成立之日起60日内组织召开首次业主大会。

第二步,业主认为物业服务不到位,各项服务不达标的,业主大会可以根据物权法第76条规定的程序解聘物业公司。

第三步,业主大会可根据《山东省物业管理条例》重新通过招标或协议的方式选聘新的物业公司。



市场上冒出来的高价矿泉水,锁定的就是高消费群体。(记者 李萌博 摄)

水比油贵,这可不是说着玩的 瓶装水卖到10块钱,你接受吗

□本报记者 李萌博 实习生 王聪

进入夏季,省城饮用水市场上突然冒出来很多高价瓶装矿泉水,500毫升一瓶的能卖到10元钱,算起来比花生油都贵。想知道为啥这么贵,都是谁在买吗?



一瓶水卖10块钱! 你是不是看错了?

“真想不到,现在怎么有这么贵的矿泉水了?”日前,市民王先生给记者讲起他在超市遭遇的尴尬事儿。前两天,王先生逛超市的时候,在矿泉水货架上顺手拿了一瓶水,也没看牌子。但到了收银台结账的时候,收银员说:“这瓶水10块钱。”王先生当时愣了,还以为收银员搞错了,把1元当成10元了。但收银员明确表示,这是超市新进的高端矿泉水,就是10块钱一瓶。王先生着实感到意外,一边不情愿地掏钱,一边疑惑地问:“怎么矿泉水还能卖这么高的价?”

近日,在省城的各大超市内,记者发现除了常见的农夫山泉、娃哈哈等品牌矿泉水之外,像依云、西藏冰川、昆仑山天然雪山、椰树火山岩等一些陌生的品牌也开始出现在货架上。这些名字读起来有些拗口的矿泉水,价格也让人咂舌。同样都是500毫升一瓶的矿泉水,像农夫山泉、娃哈哈等,价格都在一两元钱,而依云瓶装矿泉水卖到9.8元,西藏冰川卖到10元,还有个别用英文标识的进口矿泉水,甚至卖到了20元以上。

在一家超市里,离着矿泉水不远的货架上正在促销花生油,某知名品牌花生油5升装的为75元,平均每升15元,而像这类高端矿泉水,500毫升就要10元,相当于每升20元。这样算下来,水比油都贵!

为啥要卖这么贵? 销售人员也糊涂

记者发现,不光消费者对这些五花八门的“奢侈水”摸不着头脑,连销售人员也说不清这些高端

水到底为何高。

在一家超市里,记者随机拿起几种进口品牌的矿泉水,发现上面并没有产品功能的具体说明。销售员说:“既然它卖这么高的价,水的质量自然应该很好。”

对此,记者咨询了济南市消协有关专家,专家介绍说,目前我国还没有对高端矿泉水有一个明确的定义。虽然矿泉水行业有一个行业标准,但该标准侧重于矿泉水企业标明水源产地和溴酸盐含量,对高端矿泉水这一新兴的细分领域却无界定标准。一般来说,能分清是哪些产地的矿泉水就算优质,对于优质矿泉水内矿物质、微量元素含量标准,并没有明晰的界定。因此,企业可以自由标注,难怪消费者看得一头雾水。

高价水自有道道 只锁定固定群体

如此昂贵的水到底谁在喝呢?对此,一些超市销售人员表示,高价水的目标人群定位在高端消费者,购买人群相对比较固定。一种是尝鲜族,想感受一下跟普通的水有何区别。另外一种群体,则是不在乎价格,只在乎品质的中高端人群。同时,还有一些企事业单位,用于招待贵宾、客人等。

在几家超市,记者发现1.5L的依云矿泉水售价23.5元,而同规格的雀巢饮用水标价才2.9元,农夫山泉标价仅2.5元。不过各家超市均表示,不喝依云的人虽然众多,但只喝依云的人也不是没有,有些人一来超市就搬一箱依云回去。

“这可能类似于奢侈品消费的心理吧。”在一家大型超市负责进货的张先生笑着说,“固定消费群体是需要时间来培养的,每种中高端水都要经过市场的考验,才有可能得到承认。”

记者从省城一些超市了解到,从目前的销售情况看,高价水的销量并不大。一般而言,售价在5元以上的高价矿泉水只占瓶装矿泉水总销量的5%以下。

市场竞争太激烈 因此冒出高端水

虽然还没有形成一个庞大的消费群体,但这类高端水品牌却在不断增多。“关键还是现在低端矿泉水利润太低了,而且这一市场已经相对饱和。”省城一家饮料制造企业的人士向记者透露说,“只要你观察一下超市里的矿泉水,就会发现很多品牌都换包装了,变得更轻更薄,主要就是为了节省包装上的成本支出。”

与低端矿泉水不同的是,高端水拥有更高的利润。这位负责人说:“现在饮料市场的竞争越来越激烈,除了传统的矿泉水、茶饮料、碳酸饮料之外,植物饮料、功能饮料等新品也越来越多。可以说,高端水就是饮料市场细分的产物,随着营销力度加大和消费群体的逐步扩大,这一市场将发掘出更大的潜力。”

省城一大型超市负责人介绍说,现在饮用水消费总的趋势就是健康饮水,从各类水的销量可以看出,近年来碳酸饮料的销量正在逐渐下降,同时瓶装水的销量稳中有升。一些消费者为了健康,已经不喝可乐专喝矿泉水了,而这类高端水主打的就是健康牌,想通过传递一些健康饮水的理念来吸引广大消费者。