

近日,家住青岛西海岸新区的市民汪女士向壹点帮办反映,自家尚未入住的新房因下水管道堵塞导致家具橱柜被粪水浸泡开裂,维修费用近十万元,损失该由谁来付?帮办记者对此进行了采访。开发商称,该项目工程无管线设计或质量问题。截至发稿,小区物业尚未作出回复。



图为汪女士家厕所被粪水污染后的场景。受访者供图

修复,地砖也需要重新处理,要花近十万元,这部分费用总不能让我自己承担吧?”汪女士希望物业能够出面积极协助将此事圆满解决。

开发商: 该项目工程 无管线设计或质量问题

管道堵塞是否与建筑质量以及管道设计有关?6月20日,帮办记者联系到青岛半山云境小区的开发商中海地产了解相关情况。

中海地产青岛分公司半山云境项目负责人陈先生称,经核查,该项目工程建设执行的强制性标准,满足相关设计规范一般性条款,无管线设计或质量问题。

同时,该负责人称,除日常居住过程中易导致管道堵塞问题的情形外,在项目集中装修期间易因不规范的装修行为导致排水管道堵塞。尤其是在装修过程中的卫生间防水、墙砖地砖铺贴施工阶段,易发生装修人员将施工废料倒入下水管道的情况,该问题会极大地影响管道排水效率,甚至直接导致排水支管、主管的完全堵塞,给业主造成直接经济损失,引起邻里纠纷。

随后,帮办记者拨打了半山云境小区物业电话,了解相关情况。物业工作人员告诉记者,需询问领导后给予回复。但截至发稿时,帮办记者未收到任何回复。

律师: 楼上业主不能证明无过错 则构成共同侵权

汪女士的损失该由谁负责?汪女士该如何维护自己的合法权益?

山东拓蓝律师事务所主任宋瑞兵称,在此事件中,因不能确定具体侵权人,根据《中华人民共和国民法典》第一千一百七十二条“二人以上分别实施侵权行为造成同一损害,能够确定责任大小的,各自承担相应的责任;难以确定责任大小的,平均承担责任”,楼上业主不能证明自己没有过错,则构成共同侵权,应承担相应责任,若能证明自己无过错则可免责。而物业公司则有对小区公共设施进行日常维修养护、定期检查及防止损失扩大的义务,若其未履行好这些义务,如未定期疏通下水道、未及时发现和处理堵塞问题等,导致损失发生或扩大,应承担相应赔偿责任。

同时,若受损业主对房屋疏于管理,未及时发现和处理堵塞问题,导致损失扩大,根据《中华人民共和国民法典》第一千一百七十三条“被侵权人对同一损害的发生或者扩大有过错的,可以减轻侵权人的责任”,需自行承担部分责任。如果能证明下水道管线设计不合理,或因房屋质量问题导致下水管道堵塞,根据《中华人民共和国民法典》第二百八十九条以及房屋买卖合同规定,开发商应承担维修疏通责任及相应赔偿责任。



文/片 徐润杰 崇真
青岛报道

市民: 屋里全是黄色脏水 东西都漂起来了

“我一打开门,屋里全都是黄色的脏水,东西都漂起来了。”6月4日一早,汪女士像往常一样来到半山云境的新房开窗通风,以便能早日入住。开门后的场景,却把汪女士吓了一大跳。屋内厚厚的积水夹杂着各种杂物,原本整洁的房间变得又臭又脏。

汪女士不知道发生了什么,就开始找是哪儿出的问题。当她走到卫生间门口时,里面的景象差点让她吐出来。只见从未使用过的卫生间被黄色的粪便覆盖,打开马桶盖,里面满满的都是粪便,原来是下水管道堵了。

汪女士立马拨打物业的电话,要求上门帮忙处理此事。

物业工作人员判断,汪女士家里的情况是公用管道堵塞所致。

“物业那边说,如果疏通管道产生费用的话,需要我们自己承担。”汪女士说,经过协调,当天便将堵塞的管道疏通好,并清理出许多杂物。

“清理出来的不但有建筑垃圾,还有卫生纸、饭菜等杂物。物业的意思是我们自行协调解决。”汪女士介绍,该楼共有26层,新房所在的16楼以上的业主她无法取得联系。“我也去楼上看了,除了两户没有装修,其余的都装修完了,还有几户已经入住了,但我不太确定,也没法联系上他们。我也没有这个能力,这应该是物业的职责。”

汪女士说,物业目前给出的解决方案是建立微信群,协调各业主解决问题。“但到现在,群拉起来了,物业在里面发了几张图以后就没动静了,我再去问物业,就让我去起诉解决问题。”

看着新家的橱柜和墙面被污水浸泡后逐渐开裂,汪女士心痛不已。“新家一次还没住过,就遇上这种事,现在橱柜都要重新

新房遭粪水浸泡,近十万损失谁承担

憨态可掬的小熊猫、水獭、卡皮巴拉;被称为符合年轻人精神状态的“蛏子”“海蛎子”等海鲜类玩偶,结合青岛特色的“哈酒鸭”毛绒玩具在青岛啤酒博物馆热卖。在“海产摊位”前选购的游客称,玩偶“丑萌”很可爱。青岛特色文创产品正以其独特的艺术性和文化内涵助力青岛旅游业蓬勃发展。



游客在“海产摊位”前选购。

果然財經

文/片 曹婧雯 青岛报道

海鲜类文创火爆出圈 为啤酒博物馆带来流量

海鲜类玩偶近日在青岛啤酒博物馆热卖。赶海小桶+青岛啤酒毛绒玩具+海蛎子/鲅鱼/笔管鱼/蛏子化身青岛特产组合,将“哈啤酒、吃嘎拉、洗海澡”的青岛特色带到室内,带到市民游客身边。

青岛啤酒博物馆联合红山动物园推出的玩啤动物园系列,近日在社交媒体火爆出圈,将红山动物园小动物IP、青岛啤酒博物馆IP哈酒鸭与青岛啤酒博物馆啤酒花元素组合,萌趣动物组合被称为“青岛版JellyCat”。

小徐6月刚结束高考和家人一起来青岛旅游,在青啤博物馆文创店“海产摊位”挑选了三个毛绒玩偶。“我们家那边没有海,蛏子、生蚝、笔管鱼这几个海鲜毛绒玩具很可爱,想带回家送给朋友。”小徐称,海鲜类文创有青岛特点,玩偶上的文字梗很有趣,年轻人会很喜欢。

据了解,玩啤动物园系列玩偶包括两部分:一部分是结合红山动物园特色的5款动物玩偶;一部分是结合青岛特色的“青岛特产一桶带走”组合。组合以青岛人餐桌上的几种海鲜为基础进行设计,特色海鲜与青岛啤酒玩偶打包,组合小桶销售,最具青岛特色的产品可以一桶带走,打造“玩偶届”的啤酒海鲜派对。

本土年轻设计团队 打造青岛特色新IP

“我们的设计团队基本上都是青岛人或者在青岛生活了很长时间。在设计之初,我们从城市的角度考虑,希望把有青岛元素的文创销售给游客。”青岛啤酒博物馆创意研发部项目经理修雪皎说。玩啤动物园系列瞄准“Z世代”年轻消费者,除了结合青岛特色,玩偶设计也进行了年轻化表达。

蛏子玩偶利用谐音梗,外壳上有“蛏住”字样,内有“蛏不住”字样,海鲜结合生活,带给年轻人强烈的情感共鸣。

“目前蛏子、鲅鱼、海蛎子和啤酒销售都不错,售罄两次了,还在持续补货中。海鲜摊位也给

市民游客带来一种室内赶海的玩法。”修雪皎称,接下来还会推出第二批海鲜类玩偶,玩偶在目前的基础上有所升级,或将推出超大号或者可互动的玩具。“我们在设计过程中,也会融合自己的生活工作状态,在形象化设计的同时,把我们思考的青岛特色传达出来。”

文创玩偶作为IP载体,不仅具备玩具的基本属性,更融入了丰富的文化内涵,将抽象的文化元素具象化为可爱的玩偶形象,利于游客记住青岛。“我们希望把这些玩偶往青岛新IP方向打造,推动海鲜类玩偶人性化,让人看见这些形象就能和青岛联系起来。”修雪皎说道。

“文创+文旅” 新产品助力城市游

随着文化旅游的兴起,文创产品作为连接文化和旅游的桥梁,正发挥着越来越重要的作用。其中,文创毛绒玩偶以其独特的艺术性和文化内涵,成为赋能文旅产业的重要力量。一方面,作为旅游纪念品可以激发游客的购买欲望。另一方面,文创玩偶也是传播文化的重要媒介。通过对玩偶形象的设计、包装宣传等方式,可以将旅游地的文化特色、历史故事等传递给更多的游客。

据了解,近些年青岛凭借得天独厚的自然景观和人文资源优势,开发了一系列具有地方特色的文创产品。例如,青岛大鲍岛历史文化街区推出的青岛地标建筑系列冰箱贴、青岛各个文创店设计的景色邮票、结合青岛地标的钥匙扣等产品深受游客喜爱。这些文创产品不仅具有观赏和收藏价值,还能让游客在旅途中获得独特的文化体验,将当地文化记忆带回家。

为了更好地发挥文创玩偶在文旅产业中的作用,产品还需要不断创新和优化。年轻人作为购买文创产品的“主力军”,往往更加注重产品的文化内涵和创意设计。兼具实用性和艺术美感的文创产品,成为年轻人表达个性、追求时尚的新选择。因此,对于文创设计者来说,深入了解年轻人的消费需求和审美偏好,创新设计理念,提升产品品质,是赢得当下市场的关键。

青岛特色文创产品蓬勃发展,对青岛旅游业产生了积极的影响,青岛文创产品已然化身青岛名片,将青岛特色和青岛故事通过文创载体传递到全国各地。

海鲜类玩偶「上岸」,特色文创走出「青岛范」