

一家美容店跑路,三家连锁店撇清关系 平台尽到查证责任了吗?



汇传达
聚达
民意情

邻声 话题

“连锁店”不是同一老板

美容店的老板跑了,卡里的钱怎么办?日前,家住徐汇区的市民王女士发现常去的澜漾科技美容瘦身中心人去楼空,预付卡里的1000多元没了着落。她首先想到的就是在大众点评网上寻找连锁店,因为在办理预付卡前,美容师就曾表示,预付卡可在多家分店通用。致电过去却得到了坏消息,浦东店、宝山店和五角场店都否认和“跑路”的徐汇店有关。

“三家店的工作人员都说,他们和徐汇店不是一个老板,只是合用一个品牌,各自的老板和营业执照都不一样的。”王女士告诉记者,2014年底她在大众点评上团购了澜漾的护理套餐,体验不错再加上全市都有其连锁店,才放心购买了预付卡,其间还几次续费,却没注意到收款方从“上海澜漾科技护肤”变成了“上海辰诺国际物流有限公司”。

“听说徐汇店跑路了,刚开始我还庆幸另外几家连锁店都开着,没想到他们只承认过去有合作,却没有经济往来。”另一位卡内还剩余2500元左右的刘小姐则告诉记者,同样挂着“澜漾”品牌的浦东店、宝山店和五角场店均表示,如要转卡必须再支付卡内金额的30%给他们。

更让人奇怪的是,最终“接盘”的是一家听上去和澜漾毫无关系的美容院。王女士和刘小姐都向消保委投诉后,静安工商介入调

徐汇区的一家美容店突然人去楼空,大众点评网、美团网上查到的“连锁店”立马撇清关系,坚称和“跑路店”不是一个老板。不愿“患难与共”的“连锁店”,让受害的消费者很受伤:店名相同,团购一致,就连网上所用的图片都一样,怎么出了事就撇清关系?作为平台,商户入驻和销售团购产品时,是否应该严查营业执照等信息,切实负起监管的责任?

查并发现,位于静安区的“韩医生美容中心”和澜漾徐汇店有股权关系,双方负责人是合伙人,因此由“韩医生”接手受害消费者。

线上平台引流应担责

尽管损失已经挽回,但王女士等受害消费者都提出质疑,名字相同的美容店最终证明不是连锁店,这是巧合还是故意?作为平台的大众点评网、美团网是否应负起监管责任?能否在网上亮出商家的营业执照?

“我们都是在大众点评网、美团网上搜索附近的美容院,线上团购后,才会去这家美容店的,可以说线上平台起到了引流作用。”刘小姐告诉记者,发现澜漾徐汇店关门后,她也曾致电大众点评网,却被告知因为她的预付卡不是通过美团点评渠道支付的,所以不会负责。“但其实线下消费也依托网站上的信息,就是因为买了团购,也查询到有多家连锁店,我才愿意花钱买卡的。”

昨天下午,记者在大众点评网、美团网上看到,“澜漾美容瘦身中心”的团购依旧进行中,通知栏里特别提到“分店暂停接待”:

“徐汇店现已不再参与本次团购,您可持券至其他分店消费。”而在此前,这四家店都是一同组织团购的。

店家营业执照应公开

为了搞清楚四家店是否连锁,王女士向大众点评网、美团网提出,希望可以查看涉事店家的法人信息和营业执照,但大众点评网的客服表示,只能调取涉事单店的信息,根据公司规定,其他店家的信息不能公开。但是营业执照本就应该张贴在店内,为何网站不能在线上公示各个店家的营业执照,并依此严加审核?

事实上,《网络交易管理办法》早就做出规定,第三方交易平台经营者应当对通过平台销售商品或者提供服务的经营者及其发布的服务信息建立检查监控制度,发现有违反工商行政管理法律、法规、规章的行为的,应当向平台经营者所在地工商行政管理部门报告,并及时采取措施制止,必要时可以停止对其提供第三方交易平台服务。

本报记者 张钰芸

欢迎读者扫描右上角二维码下载新民邻声APP,进入话题板块
对本文进行评论互动,并阅读新民邻声其他精彩内容。

邻声 网评

创业切莫心太急 积累经验不可少

昨日,《一毕业就当老板?干几年再开公司?大学生创业要设门槛吗?》在新民邻声APP话题板块呈现后引发热议,以下为部分网友评论:

@阿佑_LING:大学生从学生转变为经营者,心理承受能力还没真正成熟,一旦遭遇失败,或许会做出过激行为。一般大学生毕业后可以先积累一定社会经验和从商资历之后,再创业。

@崔志勇:人为地设立创业门槛,似无必要。只要条件允许,小规模尝试一下未尝不可。不过,如有时间、经验、财力、人脉的积淀,风险会相对小一些。创业者还需三思而行。

@颜建民:我赞成过渡期的做法。现在的创业见习、拜师结对、进创客俱乐部等都是有益的探索。通过过渡,了解运作流程,积累管理经验,沉淀人脉资源。

社区全媒体 盛燕丹

幸福9号:中国居家养老产业的崛起样本

自2013年养老产业元年以来,养老之风迅速吹遍全国,机构、社区、居家养老依次崛起,养老模式不断出新,与此同时“保健品囤积”、老年人天价消费保健品等新闻也层出不穷。近期记者卧底调查事件更是再一次将保健品这一原本具有保健功能的产品推上风口浪尖。

且不论保健品的功能真如新闻报道那样不值一提,还是像销售人员说的那样包治百病。社会在关注老年人天价购买保健品、过度消费等行为时,也应该思考是什么原因驱动老年人这一行为?究其原因在于老年人有着越发迫切的健康与心理需求,而老龄产业尚未成熟,社会也未能提供相应解决方案。如何为老年人创造更好的晚年生活,成为当下亟需解决的难题。

把老人的需求放在第一位

中国自古以来遵守“孝道”文化,但在快速发展的现代社会中,晚辈因为缺乏足够的时间陪伴老人,对老年人尽孝往往只停留在满足老年人物质需求的层面,而忽略了老人的精神需求。

2016年10月9日在央视财经频道《对话》节目现场,居家养老企业幸福9号董事长王振表示,幸福9号曾做过一个万人调查,老年人退休之后有两点需求:健康需求,精神需求。

“在中国有个普遍的现象,空巢老人特别多,目前已超过1亿老人处于空巢状态,而且中国老人都很传统,90%的老人愿意选择居家养老,所以老年人特别需要精神关怀。他们害怕孤独、生活乏味,害怕被社会抛弃,而这些往往是子女无法满足的。”王振表示。

社会在过度关注老年人健康需求的同时,往往忽略了他们的精神需求。正是如此,使得一些不良企业趁机而入,对老年实施情感营销,将其天价保健品



推销给老年人。这种为牟暴利的一竿子买卖,对诸多家庭带来伤害。

随着我国快速迈入老龄化社会,未来的养老市场得老人者得天下,这几乎是一个不争的议题。在行业被不良企业污化的同时,真正了解老年人需求,并满足老年人需求,从而得老人心的企业凤毛麟角。

如何服务好老年人,满足他们的物质、精神需求,是王振这十一年来思考最多的问题。因此,幸福9号创立之初,就不走单一化道路。它以“让天下老人健康快乐”为使命,开创中国居家养老新模式,致力于打造和谐稳定的社区化养老生态圈,建立线上幸福9号老人网上商城,与线下幸福9号居家养老服务店、幸福9号老人乐园三大平台,将互联网思维和金融思维合二为一,充分满足老人日益增长的物质需求和精神需求。

无论子女在不在身边,老人们都可以在幸福9号度过愉悦的每一天,他们可以在这里理疗按摩、健康咨询、上网购

物、唱歌跳舞、打拳下棋、读书写字、交友旅游,还可以寻求各种家政服务和个性化服务。

市面上的养老机构虽然层出不穷,但很多照本宣科,只追求形似,而做不到神似,很难在根本上满足老人的内心需求。对于这种现状,幸福9号董事长王振表示,“幸福9号的理念是‘让父母开心、让儿女放心’,用贴心的服务真正走进老人的心里。”

不让老人购买高价保健品 幸福9号有绝招

两万元的保健床,上万元的“神水”……家中堆满的各式各样保健品让很多儿女头痛不已。为什么家中老人沉迷保健品?如何让老人不过度消费保健品?这是很多儿女想要知道的,这也是幸福9号致力于解决的问题。

“单一顾客会员卡年消费超2万元,系统对该会员进行预警提示,年消费超5万元,将对该会员卡将进行锁卡处理。”这是幸福9号为规范老人理性消费

制定的“预警制度”和“锁卡制度”。老人也是“剁手党”,老人是最关心健康的群体之一,他们对健康和保健品的需求很迫切,但是有些老人在消费保健品的过程中缺乏理性,往往会过度消费。为此,幸福9号申请了单用途预付卡备案。根据规定,预付卡收取的款项40%在指定账户进行冻结,以避免卷钱跑路、违法违规现象的产生。

为了让老人用上更放心的产品,幸福9号严格审核商品来源。量子高科、蒙牛、汤臣倍健、雷允上、东阿、安琪酵母、哈药、江中、惠普生等耳熟能详的国内外大牌供应商为老人提供了可靠的“安全”保障,更利用便捷的互联网平台满足老人更加“高效”的购物需求。凭借预付卡,老人除了能在幸福9号购买一千多种日常消费品外,也能买到幸福9号的数十种综合养老服务。

为老人提供优质产品与服务的同时,幸福9号也在尽力地为老人实现梦想。有的老人没去过演唱会,幸福9号就帮助他们去观看“徐小凤演唱会”;有的老人没见过杨澜,幸福9号就把老人请到杨澜的活动现场;有的老人一辈子想上一回电视,幸福9号就把老人带去北京卫视《养生堂》录制现场。有的老人一生想环球旅行一次,幸福9号就策划了4609名老人包邮邮轮日韩游,还获得了“大世界基尼斯之最”。同时,幸福9号还在孝老、敬老的公益慈善上,积极捐款捐物。

幸福9号的创新养老模式受到主流媒体、社会公众的高度认可。业内人士称,幸福9号的创新养老模式是中国养老服务市场的一支生力军,突破了传统居家养老单纯依靠政府包办的做法,获得了良好的社会效益,为中国的老龄事业、养老事业担起一份社会责任。

钟卫