

控制“一小” 套路“一老” 上海文峰如何把洗头变“洗脑”

近日,上海文峰美发美容有限公司员工吹捧其总裁陈浩“有天眼”的“奇文”和多个辣眼短视频冲上热搜榜,引发舆论争议。公众不禁要问:为何这家公司的企业文化如此扭曲?为何文峰能一次次精准套路中老年人、消费金额动辄数十万元甚至上百万元?面对集中投诉、消保委约谈,企业为何“置若罔闻”?目前,上海相关监管部门已对这家奇葩企业立案调查。

一面花式吹捧 一面“一地鸡毛”

在全国多个城市的核心地段,都可以看到一家名为文峰的美容美发店。酒红色招牌、黄色大字,中间印着企业创始人的大背头形象,给人强烈的视觉冲击感。据企业官网介绍,上海文峰是集美发、美容、科研、生产、教学为一体的集团化企业,在全国已有400多家门店。

每个企业都有自己的管理方式、企业文化,只要不违法,公众一般也不会过多置喙。但文峰内部的行事之夸张、吹捧之肉麻,已经突破了圈层,引发网络“围观”。在“今日文峰”微信公众号上发布的文章中,陈浩被其秘书形容为“浩哥是有天眼的”“浩哥掌握万物之规律,凡事只要过了他

的眼睛和大脑,一切都会变得通透”。

在花式吹捧引发网络热议后,记者查询发现,目前文峰官网已经无法打开,“今日文峰”公众号上的文章已经全部删除。

一面是这样的企业文化,另一方面则是消费投诉集中的“一地鸡毛”。截至12月7日,2021年上海市消保委系统收到对文峰的投诉476件,同比增长45%。投诉集中在诱导大额消费且拒不退款,售后服务拖延推诿,以及以“加盟店”为由、急于承担企业责任。

大额有多大?上海市消保委的投诉系统显示,消费者与这家企业的纠纷往往达到了数十万元甚至有的还超过百万元。比如,消费者金先生两年间在文峰宝山店充值110万余元,近期,由于原来的老员工都辞职了,新员工不专业且服务态度差,他要求退还卡内93万余元,却一直未果。

打“擦边球” 挖了不少“坑”

记者调查了解到,文峰以多重“擦边球”操作规避现行的法律法规,侵犯消费者权益之余,其商业模式潜藏较大风险。

记者走访发现,文峰门店向消费

者推出了多款定价高昂的套餐,定价在数万元到数十万元,称其为“预售”。上海市消保委副秘书长宁海指出,这种“产品+服务”打包套餐,本质上就是预付性消费行为,但通过新套路,文峰得以规避相关预付卡和预付资金监管的法律法规。

消费者俞先生在文峰杨浦门店充值13.8万元用于头部养护,却没有实现工作人员宣称的能解决脂溶性皮屑、头皮瘙痒等效果。工作人员称,他还需要全身气血养护才能真正见效,又鼓动其购买价格23万多元的全身气血养护套餐。“一个套路接着一个套路,他们就是要‘套牢’我。”俞先生说。

一位资深业内人士告诉记者,“文峰模式”的套路核心是精神控制“一小”即年轻员工,并以此精准套路“一老”即中老年客户。“文峰模式”的“职场控制术”,在一些微商、直销、中介类企业并不鲜见,身在其中的底层员工被所谓的企业文化“洗脑”,将创始人认作“再生父母”,一旦没有完成销售任务就接受侮辱性惩罚,然后高层出面帮助员工提振业绩、摆脱困境。

通过“洗脑”底层员工、“锻炼”他们的“战斗力”,这些企业再重点面向“好说话”“不愿意子女知道自己被骗”“不会主动留存消费证据”的中老

年消费者下手,专门向他们销售带有保健、养生概念的产品和服务,由此产生了不少“变异动作”。

比如,消费者李大爷曾接到过文峰店员“月底冲业绩”的“求救电话”,店员说已经帮李大爷用自己的信用卡给其会员卡充值了,到还款日时便疯狂催促李大爷打钱。

面对消费者投诉,监管部门已经出手。上海普陀区市场监管部门介绍,上海文峰美发美容有限公司存在涉及单用途预付消费卡、价格和广告宣传等违法行为,已对其立案调查,目前案件正在调查处理中。

发声明致歉 对接监管平台

12日晚,上海文峰美发美容有限公司发表声明致歉。文峰在最新声明中称,将树立符合社会主义核心价值观的企业文化,并接受社会大众、媒体以及相关政府职能部门的监督,官网和微信公众号等正在努力整改。

针对预付消费问题,文峰在声明中表示,将按照上海市关于单用途预付消费卡的相关管理规定,将文峰直营和加盟连锁门店业务系统与政府协同监管服务平台信息对接,此项工作预计于十个工作日内陆续完成。

(北京晚报 新华社)

无锡空港经开区: “一米阳光”照进百姓心坎里

自党史学习教育开展以来,空港经开区(硕放街道)始终把学习党史同推动工作相结合,以“我为群众办实事”实践活动为抓手,正视直面问题,了解基层感受,着眼群众需求,整合优势资源,通过打造全辖区“15分钟生活圈”,让服务的“最后一米”温暖百姓心房。



“最后一米”问题就是微实事的“项目清单”

空港经开区(硕放街道)聚焦打造“15分钟生活圈”,充分考虑居民民生需求,把察民情访民意作为“办实事”第一步。通过党员干部开展专题调研、实地走访问需、组织座谈会、用好“微需求”信箱等了解一手情况,

在15分钟步行可达范围这个源头上,寻找“最后一米”存在的问题。各社区选择切口小、与群众切身利益密切相关的议题,群策群力讨论居住、就业、交通、服务、文体活动等生活所需的基本服务功能与公共活动空间

等惠民需求10余项。坚持立足群众最关心、最突出、最急需解决的诉求,把实事做到群众家门口,将民生温度体现在百姓细微处,最后确认的37个微实事“项目清单”均来自“最后一米”的问题。

“阳光行动”服务就是 做好事的“示范引领”

为不断巩固和扩大“我为群众办实事”实践活动成果,空港经开区(硕放街道)积极开展“奉献·空港”常态化志愿服务活动,动员千余名机关工作人员下基层、进社区、入楼栋,践行“务实、创新、争先、奉献”的空港精神,听民声、察民情、解难题,切实为社区治理建言献策、为居民解忧帮困。启动“121”志愿者服务计划,即每周志愿服务不少于1次,每次服务时间不少于2小时,至少办1件实事好事,各社区呈现出“包干到楼栋,幸福来敲门”志愿互动场景。同时,开展“务实·空港”行动,推行使用“社区民情日志本”,加大“我为群众办实事”的深度和广度,真正练就“铁脚板”作风。通过走访群众、征询需求、解决诉求、群众评价这一整套闭环式的“阳光行动”服务流程,示范引领民生实事落地,让居民群众享受到“家门口的便利生活”。

(邹晓华、金美澄)

“一米阳光”蓝图就是办实事的“公开承诺”

空港经开区(硕放街道)立足37个“我为群众办实事”微实事项目,高点定位、整体规划、分步实施推进重点民生工程。针对镇区配套设施较为老旧、城市形态落后的短板,启动10余条干道提升改造工作,形成安全、舒适慢行环境;持续优化教育资源配置,加大优质教育资源供给,启动建设梅村高中空港分校及4家幼儿园,创建特殊教育资源室,促进“学有所教”向“学有优教”转变;推进医疗和养老惠民工程,硕放卫生服务中心工程、颐养园二期等项目加快推进;新锦园和润硕苑通过立面出新、更换雨污管网、增



设停车位等全面改善小区面貌。此外,各社区通过微改造、微更新方式完善晾衣架、健身器材、养老活动中心等场所及设施。一个满足

“衣食住行,文体教卫”等生活日常所需,一张宜居宜业、多样便捷的“15分钟生活圈”蓝图成为办实事的“公开承诺”。