

# 控制“一小”、套路“一老” 看这家连锁企业如何把“洗头变洗脑”

新华社 周蕊

近日,上海文峰美发美容集团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。

## 双面文峰:一面是“彩虹屁”, 一面是“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”。

在文峰集团,陈浩除了“视察”门店有红毯铺道和鲜花掌声,还被塑造造成“全能全知”,通晓能打通人体经络的“六合还阳术”,甚至还要求员工歌唱《十颂浩哥》等企业歌曲。

在引发网络热议后,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、怠于承担企业责任。

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,却一直无果。

## “文峰模式”,为啥有这么多“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,侵犯消费者利益之余,其商业模式潜藏较大风险。

——以“产品+服务”打包“预售”,规避预付卡监管。

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,但通过创新套路,文峰得以规避相关预付卡和预付资金监管的法律法规。

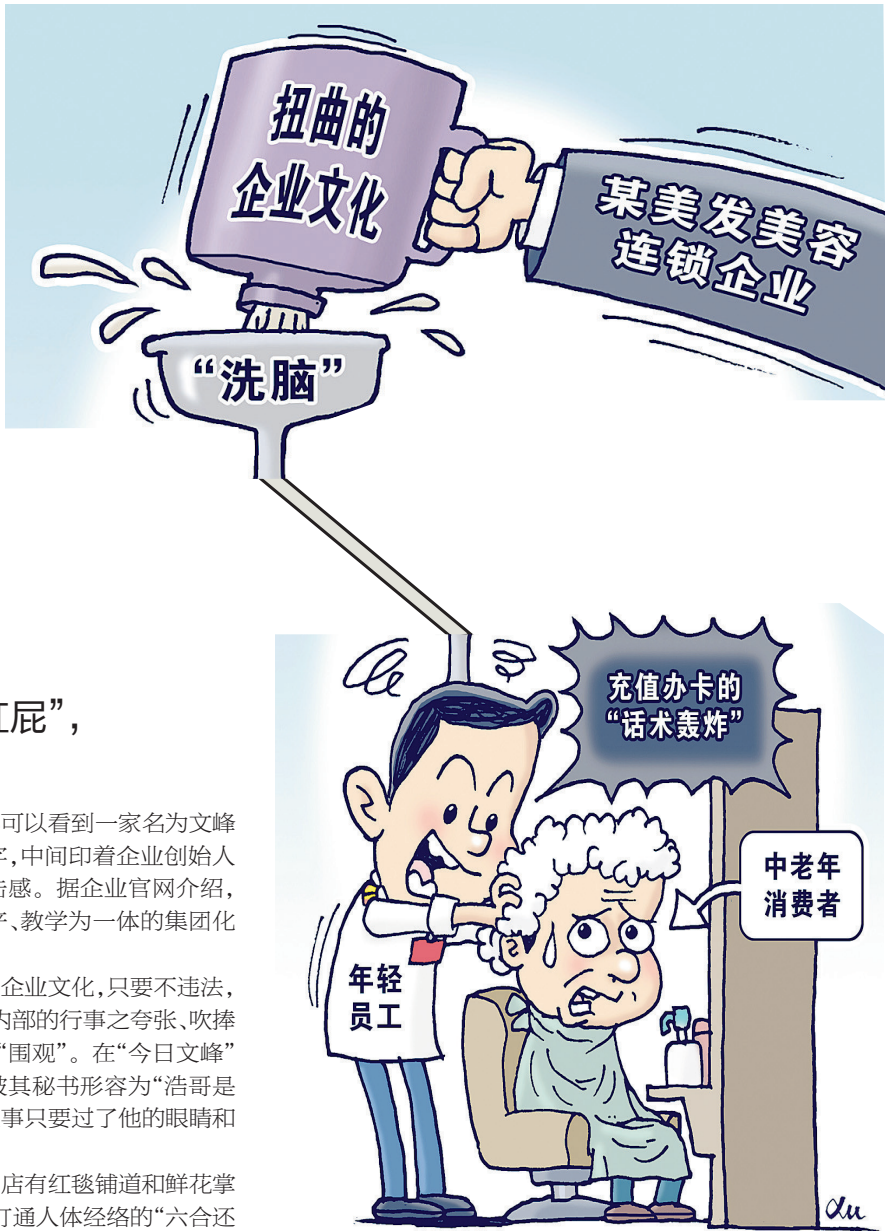
——大肆营销“类医疗”养生,精准“收割”中老年消费者。

从外表看,文峰就是一家普通的美容美发店。但多位消费者告诉记者,“从走进文峰店门的那一刻起,几乎全程都要接受充值办卡的‘话术轰炸’。”

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皮脂性皮屑、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。

分析消费者投诉可以发现,文峰在业务推销中,往往通过层层诱导的方式,从一开始的门店推销产品服务,到最终诱导消费者去“文峰医院”(实为文峰100%控股的上海美妍康医疗美容门诊部有限公司)“就诊”,形成了类医疗养生“闭环骗局”,让消费者尤其是老年消费者一步步“入套”。

——消费明细不明不白,刻意回避责任。



新华社发 徐骏 作

消费者邓女士先后在文峰浦东一家门店充值26万余元,她怀疑店方存在乱扣费行为,多次前去查账,却发现有的时候仅有1万多元余额,有的时候余额却高达24万元。

像邓女士这样的遭遇并非孤例。文峰门店往往并不主动提供充值凭证和消费凭证,消费者需要每次消费前告知门店自己的身份信息,结束后在店内“签单”,难以获知当下余额和消费明细,最终往往是一笔“糊涂账”。

为了回避责任,在向消费者销售高价套餐时,文峰门店还往往刻意对套餐的内容和价格等采取口头约定而非文字落实方式。同时,文峰加盟店也不明示其加盟身份,这些既造成了消费者维权困难,又逃避了政府部门的日常监管。

## “洗头变洗脑” 监管部门已立案调查

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。

宁海指出,文峰应依法诚信经营,杜绝诱导消费者特别是老年消费者大额充值消费情况的发生。同时,建立健全售后服务机制,依法妥善解决消费者投诉。“文峰的所谓套餐实质就是预付卡,需严格依照国家规定限额发卡,与上海市单用途卡协同监管服务平台实现信息对接。”

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。

## 突破“一人失能、全家失衡” 这份重磅文件开出“药方”

新华社 田晓航

我国约有4000万失能、半失能老年人,“一人失能、全家失衡”是这些老年人家庭的真实写照。《中共中央 国务院关于加强新时代老龄工作的意见》(下称意见)近日发布,为破解失能(含失智,下同)老年人照护难题开出“药方”。

意见提出,完善从专业机构到社区、家庭的长期照护服务模式。按照实施国家基本公共卫生服务项目的有关要求,开展失能老年人健康评估与健康服务。

中国疾病预防控制中心慢性非传染性疾病预防控制中心主任吴静说,突破失能老年人照护服务瓶颈,应从专业角度考虑老年人健康特点和需求规律,重点增加健康照护服务供给。

她认为,一方面要推动地方落实国家基本公共卫生服务项目,为失能老年人提供居家健康评估和康复护理指导、心理支持等健康服务;另一方面要多部门联动,充分发挥各自的专业优势和机构优势,夯实从专业机构到社区、居家的全链条长期照护服务,及时发现失能发展的危险因素,为失能老年人有针对性地提供照护服务。

意见还提出,发展“互联网+照护服务”,积极发展家庭养老床位和护理型养老床位,方便失能老年人照护。吴静认为,推进“互联网+护理服务”试点工作并及时总结推广经验,有利于带动基层服务资源投入和照护服务能力提升。

民政部养老服务司负责人李邦华表示,在居家和社区养老服务方面,要重点推进家庭养老床位建设以及老年餐桌、日间照料、短期托养、互助等服务;养老机构则要增强对失能老年人照护的能力,到2025年全国养老机构的护理型床位比例要达到55%。

对失能老年人的照护,离不开长期护理保险制度的保障。为此,意见作出稳妥推进长期护理保险制度试点等部署安排。国家卫生健康委老龄健康司司长王海东说,国家将继续推进长期护理保险制度试点,争取早日建立符合我国国情的长期护理保险制度。

除了专设“加强失能老年人长期照护服务和保障”一条以外,意见还提出建立基本养老服务清单制度,此举也为失能老年人的照护提供了重要保障。

李邦华说,基本养老服务要聚焦服务老年人的失能照护和生命安全等基本需要,既面向全体老年人,也要优先保障特殊困难老年人的需要。

此外,意见也有不少关心失能老年人的其他举措,例如,提高失能等老年人家庭医生签约服务覆盖率并提高服务质量,公办养老机构优先接收经济困难的失能等老年人,鼓励有条件的地方对经济困难的失能等老年人家庭实施无障碍和适老化改造等。

“要从根本上破解失能老年人的照护难题,必须关口前移加强失能的综合防控。”吴静说,失能发生发展的因素非常复杂,开展预防性综合干预对于降低失能风险和延缓失能发生非常重要。

在这方面,国家正在积极探索实践。今年,国家卫生健康委组织在全国十余个省份开展了老年人失能(失智)预防干预试点工作。各试点省份建立了由卫生健康行政部门、疾控中心、基层医疗卫生机构联动的工作机制。试点项目对失能(失智)高风险的老年人进行心脑血管疾病及危险因素管理、膳食管理、体重管理、放松训练、抗阻训练、八段锦运动锻炼等综合干预。

“从试点效果看,项目得到当地政府的支持和居民的欢迎。”吴静说,下一步还会不断进行更多试点,并在循证基础上及时总结推广经验。