

网上购物打差评遭卖家恐吓

烟台一网友论坛发帖求助,点名让“章鱼哥”帮忙

本报9月15日讯(记者 尹海涛) 近日,网友“bryanter”在淘宝买了一条牛仔裤,因裤子与网上照片描述不符,给了个差评,遭到卖家电话骚扰和恐吓,于是在烟台论坛发帖求助,点名让“章鱼哥”帮忙化解。据“bryanter”介绍,牛仔裤与网上照片不符,款式和颜色都相差甚远,于是给了卖家差评。她这一举动,遭到卖家的报复,收到各种骚扰短信和电话,每隔一分钟骚扰一次,晚上也无法睡觉。

恐吓的内容大体为:不把差评撤销,就让你一天17个小时接收骚扰短信和电话,骚扰你的朋友,到网上给你制造绯闻,改成好评就停止骚扰。

“bryanter”不堪骚扰,在网

上发帖子点名让“章鱼哥”帮忙解决。“章鱼哥”没等来,倒是好心网友帮忙解决了。“谢谢论坛的一位‘奈何桥上问奈何’的大哥,他和淘宝卖家理论,结果今天一直没打电话骚扰我。”“bryanter”最后做出回复,此事已解决。

对此,烟台市中亚顺正律师事务所律师付磊认为,卖家恐吓买家从法律上来讲,应当受到治安处罚,如果涉及财产、人身伤害等内容,会追究刑事责任。付磊提醒,一旦市民在网上购物遇到此类骚扰恐吓的事情,将买家的信息、IP地址、店铺名以及恐吓短信留存作证据,然后报警,或者去淘宝进行投诉。

为何因为一个差评,就会

让卖家不择手段地疯狂报复?

据一位网上店铺的老板介绍,差评对于店铺影响非常大,关系到卖家的信誉。一般来说,买家去网上买东西都要先看看对方的信誉怎么样,几个差评,内容说是假货,或是质量很差,就没有人愿意去你店里购物了。

另外,淘宝新增的“人气搜索”栏目,排名与多种条件有关,其中就有顾客的评价,店铺一旦要推新商品,评价要跟上。在很多淘宝推广活动中,比如直通车、天天特价、聚划算等,均对好评率做出严格的规定,低于多少就不能参加推广,对于想争取这些重要广告资源的卖家来说,好评率过低绝对是一个拦路虎。

相关链接

“章鱼哥”是个女孩

记者电话联系到“章鱼哥”,传来的却是年轻姑娘的声音,原来“章鱼哥”不是哥,而是个女孩子。“章鱼哥”称,之前帮助过两位网友解决过卖家的骚扰。

“章鱼哥”到底有啥绝招?“章鱼哥”称,抓住卖家“软肋”,“以彼之道还施彼身”来“反威胁”,卖家若不怕也不会真“威胁”,因为违法。据“章鱼哥”介绍,她会通过卖家留下的联系方式“人肉”店主,获得店主家庭等方面信息,反过来威胁,让其退缩。

本报记者 尹海涛

新闻追踪

幼儿园收蒙氏费 系家长自愿签字

本报9月15日讯(见习记者 金夏瑞) 14日,本报C06版报道了福山曙光幼儿园收取蒙氏费一事,15日,曙光幼儿园负责人郭先生联系到本报,做出解释:“幼儿园的确收了200元蒙氏费,但是交费的家长都是自愿签字,不愿交的家长我们没有强制收费。”

郭先生对幼儿园收费情况做了说明,他说590元保教费包括390元托保费和200元蒙氏费,此外是每人每天10元的伙食费。郭先生称,幼儿园每年硬件设施投入和老师工资等费用约186万元,园内现在200多个孩子,每个月收这些钱根本入不敷出。

现阶段,曙光幼儿园正向福山物价局备案并申请调整托保费,调整后不再收取蒙氏费。

600人的骑行队伍点亮港城

烟台首届自行车运动节举行,运动爱好者们过足了瘾

本报9月15日讯(见习记者 蒋大伟) 15日下午,来自市区的近600名自行车运动爱好者集聚森林公园参加烟台首届自行车运动节,自行车队伍下午两点多从森林公园出发,终点是旅游大世界,全程10公里。在自行车队伍中大多是自行车车友会的发烧友,也有87岁高龄的老人和10多岁的孩子,下午三点队员们都安全到达终点。

据现场组织方工作人员介绍,参加本次自行车运动会的队员,是通过网络和电话的方式报名,到现场统一领取黄色文化衫,组织方还给参加活动的队员购买了人身意外伤害保险。

芝罘区87岁老人姜洪元应是队伍里年龄最大的,知道该活动他就来报名,但是没有成功。“我跟在后面骑就行,我经常骑自行车打门球,去年我还骑车到威海荣成,10公里对我来说没问题。”



自行车爱好者开始出发。 见习记者 蒋大伟 摄

卖房,开发商联姻二手房中介

“一二手房联动”在烟台已成一种趋势

本报9月15日讯(记者 李园园) 15日,美南不动产和鼎城·国翠“一二手房联动”启动,虽然在港城已不是新鲜事,不过“一二手房联动”在烟台已成一种趋势。趋势的背后,不仅是市场竞争压力加大导致开发商想借机突破营销困境,购房者变得理性,传统的“坐销”模式、推广活动已很难撼动消费者,也使开发商不得不借助二手房强大的平台来拓宽市场。

15日,美南不动产和鼎城·国翠“一二手房联动”活动现场,吸引了300多组客人前来看房,其中当天就有交定金的。美南不动产专门负责“一二手房联动”项目的郝总监称,一二手房联动是一种趋势,而趋势背后,不仅仅是市场竞争压力大。郝总监称,国家调控以来,购房者变得更加理性,开发商传统的推广活动,老百姓都看腻了。对于消费者来说,无论是从售楼处还是二手房中介,能买到性价比高的房子才是最主要的。再加上,近年来烟台的新楼盘遍地

开花,竞争比较激烈。而二手房中介,遍布烟台六区大街小巷,就拿美南不动产来说,有160个门店,2000多名经纪人,“一二手房联动”在烟台已推广,就等于开发商多了160个售楼处和2000多名置业顾问。

美南不动产董事长于海南称,目前“一二手房联动”业务已占到美南不动产总业务的15%,力争明年达到30%,但依然以二手房租售为主。

目前高新区、牟平区、莱山区、芝罘区、开发区等多个项目找到二手房中介,有的已经展开合作。其中不乏一些一线品牌开发商,主动向“一二手房联动”靠拢。

今年以来,开发区不论是退盘量还是成交量,在烟台六区都数一数二。新楼盘的集中爆发,使得一些开发商另谋“高策”,欲和房产中介“联姻”。据美南不动产负责人透露,开发区已经有3家开发商找到他们,接下来会和开发区项目展开一二手房联动。

相关新闻

敲锣打鼓,促销使出“新型武器”

彩旗飘飘,歌声嘹亮……15日上午9点多,在观海路路边的鼎城·国翠房地产楼下热闹非凡,为促销该楼盘最后70户大户型住宅,美南地产使出“新型武器”。彩旗、气球、拱门一样不少,三四十名工作人员唱着军歌。

观海路路边停了至少30辆古铜色车,美南地产企业策划经理姜伟说,这既是企业文化,又是在造势,活动主要目的是促销该楼盘剩下的最后70户大户型住宅。按照常理,新楼盘销售多通过售楼处“守株待兔”,如今美南地产学习一线城市楼盘销售方式,采用一二手房联动营销模式。

“一二手房联动指的是,开发商利用二手房地产代理公司的客户群体,销售掉新楼盘。”

姜伟介绍,这样的销售模式能实现开发商与地产代理公司的客户资源对接,充分利用到后者的客户人脉,开发商足不出户也能将销售门店开到所有街道与社区。

据了解,以中原地产为例,在上海、广州等一线城市,超六成的房产销售都是通过一二手房联动方式实现的,“2011年、2012年房地产销售不景气,催生销售模式更新换代。”现场一位工作人员介绍。

“将刚性需求客户与待售楼盘对接,能促使楼盘在短时间内完成销售,这种销售模式‘稳、准、狠’。”姜伟认为,这是开发商与地产公司的双向互利,这种模式将得到更多房产开发商的认识。 本报记者 宋佳 见习记者 阳佳

上了一天幼儿园 却要交一月的钱

本报9月15日讯(记者 李园园)

近日,有市民反映,8月份孩子因病在幼儿园只上了一天学,幼儿园却收了一个月的钱,要求退款时遭到拒绝,对此,园方给了“收费和退费标准由学院办公会规定,幼儿园方只是依照规定收取”的答复。

据了解,今年7月份,烟台市物价局正式下发了《关于规范幼儿园收费项目理顺幼儿园收费标准的通知》(烟价[2013]36号),在“收、退费项目”上有了明确规定,“办理幼儿入园手续后,保教费、住宿费、伙食费、校车接送费按月收取;保教费和住宿费,根据幼儿入园考勤情况,幼儿整月未到园或幼儿在园时间不足当月法定工作日总天数一半的(含),按当月收费标准的50%退费;超过当月法定工作日总天数一半的,不退费;伙食费、校车接送费均按实际消费费用每月结算一次”。

烟台海昌鲸鲨馆 科普第一季启幕

本报讯 9月15日,烟台海昌鲸鲨馆科普第一季正式启幕,“蓝鲸灵”海底小课堂迎来首批100余名学员,他们是星海艺术学校一到三年级的优秀学生代表。

面对着一群求知若渴的小学生,老师用通俗易懂的话语,将鲸鲨的形态、习性、生存环境等教授给小朋友们。为了使科普课堂内容更加丰富,“蓝鲸灵”科普讲堂还特别邀请了大连老虎滩极地海洋馆王冠在鲸鲨馆现场授课及指导。邢万里是参与海洋小课堂的一个小朋友,他的家长说:“以前带孩子出去玩,也想在玩的同时寓教于乐,让孩子受点教育。现在有了这样一个机会,我们都很高兴,也很支持。”

在鲸鲨馆一角,还有为科普课堂的学生们专门开辟的海洋知识乐园。鲸鲨是一种什么生物?海牛为什么被称为美人鱼?这里都给出了答案。

第一季科普课堂面向的主要对象为烟台市内小学1-3年级学生,科普课程将在每周六、周日准时开讲。鲸鲨馆工作人员将走访小学统一发放,小学生持“蓝鲸灵”科普卡可免费参观鲸鲨馆。在科普季,凭“蓝鲸灵”科普卡入园的小学生,均可获得“蓝鲸灵小实践家”胸卡,以此作为科普学员的特有标志,课后每位学员将获赠精美纪念品1份。凡有意向参加科普课堂的学校,可凭预约电话直接与鲸鲨馆取得联系,预约电话0535-6792638。