

起底文峰：控制“一小”套路“一老”

老板因被员工吹捧上热搜，门店变相预售动辄百万元已被立案调查

双面文峰：
一面“彩虹屁”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、教学于一体的集团化企业，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，却一直未果。

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”？日前，上海相关监管部门已对这家奇葩企业立案调查。



▲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。

▲上海市消保委系统收到的对文峰的投诉。

“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，侵犯消费者权益之余，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。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。

综合新华社、央广

社保政策进社区 工伤预防记心间

2021济南市工伤预防系列宣传培训走进绿地泉景嘉园



齐鲁晚报·齐鲁壹点记者 赵清华
通讯员 王帅 辛小童

面对面讲政策
人社干部为民解疑答惑

绿地泉景嘉园社区是腊山街道人口比较密集的小区，住户有1700户。在活动现场，主办方摆放了宣传展板、易拉宝，向市民发放宣传单页、手册宣传工伤预防知识及毛巾等纪念品，同时为更好地向群众深入讲解社保、工伤政策，济南市人社局组织工伤险处、市社保中心业务骨干来到现场进行政策解读和知识讲解。

济南市养老保险什么待遇？社保卡丢失去哪里办？预防工伤，应该杜绝哪些不安全行为？如何认定工伤？就居民们关注的这些问题，工作人员做了详细解读，受到社区居民的一致好评。

“这次我们人社部门来到社区，就是为了更好地向市民群众普及济南市社会保险特别是工伤保险的政策知识、经办指南。我们现场为群众解疑答惑生活中遇到的社保问题，科普工伤预防重要性，介绍群众关心关注的社保卡功能及相关业务，力求活动取得更大实效。”济南市社保中心副主任王森说。

随时随地 动动手指
即可办理社保卡业务

目前济南市所有社保卡业务均已实现“全程网办、全市通办”，参保群众随时随

为提高济南市社保政策在广大群众中的知晓率，有效提升市民群众工伤预防意识，12月11日，济南市社保卡惠民服务季启动仪式暨“防工伤、防疫情”2021年济南市工伤预防宣传进社区活动在腊山街道绿地泉景嘉园小区举行，把社保政策和工伤预防知识送到居民手中。



▲人社干部为居民解读社保政策。

▲培训专家为居民演示心肺复苏操作步骤。

地、动动手指即可通过济南人社官网“社保卡专区”“济南人社”“济南社保”微信公众号、“济南社保”支付宝小程序、“济南人社”App、自助挂失电话等渠道，线上办理社保卡启用、临时挂失、临时挂失解挂、制卡进度查询及注销等“全链条”社保卡业务。

据了解，为方便参保人制卡，济南市人社局在全市各区县设立社保卡合作银行即时制卡网点达504家，社保卡现场申领立等可取，制卡时间缩短至不足10分钟，同时还上线移动制卡设备，主动为有需要群众提供上门制卡服务。目前，社保卡业务也已实现全市通办，市本级、区县、街镇各级社保卡经办机构，均提供跨区域无差别社保卡经办服务。

“我们也经常组织一些公益活动，这次

和往常不一样的点在于社保和工伤预防加进来。”腊山南苑第二社区党支部书记、居委会主任师慧文告诉记者，今天人社部门把宣传送到了群众家门口，很接地气，对现场咨询的市民都是有很大帮助的，解决了很多具体的问题，包括能享哪些养老待遇、社保卡相关业务去哪里办、需要提交哪些材料、预防工伤怎么防等等，宣传很实用。

“工伤快报”
工伤申报快捷高效

“上下班路上职工发生交通事故受伤后，要第一时间拨打报警电话，然后通过济南人社的‘工伤快报’平台上传现场工伤情

况照片和视频，工伤快报成功后，7个工作日内到参保地工伤经办机构办理即可。”济南市人社局工伤险处工作人员在现场一边用手机操作一边向市民介绍发生工伤后的处理流程。

通过讲解，社区居民了解到“工伤快报”便于保存和收集工伤证据材料的同时，还大大提高了申报工伤认定的时效，纷纷掏出手机下载“工伤快报”。

宣传政策的同时，工伤培训也来到社区，现场设有VR情景模拟体验区、心肺复苏体验区、尘肺展示区。在VR情景模拟体验区，居民们佩戴VR眼镜，模拟体验事故发生，提高了工伤预防意识；在心肺复苏体验区，培训专家为居民演示了心肺复苏的具体操作，居民们纷纷参与演练。

“关于工伤之前只是在电视和报纸的新闻上看看，今天市人社局的同志来到我们社区，给我们讲政策、教技能，现场还有模拟场景体验，手把手教我们工伤预防处置知识，让我们印象特别深刻。”贾女士领着孩子向记者说，通过活动，对如何预防工伤、发生工伤如何处理都有了明确的认识，自己和孩子也学会了不少实用的知识和技能。

据了解，济南市人社局组织开展的此次工伤预防进社区宣传活动，是济南市深入推进工伤预防工作的一项重要内容。前期，济南市人社局已经陆续开展工伤预防进企业、进校园、进县区、进工地等21场培训宣传活动，后续还将陆续开展10余场培训活动，进一步扩大工伤预防安全宣传教育覆盖面和影响力，在辖区营造人人关注工伤预防、人人重视工伤预防的良好氛围。



扫码下载齐鲁壹点
找记者 上壹点

编辑：武俊 组版：颜莉