

老夫妻一辈子积蓄 买来一屋子保健品

962555



跑现场 小忙



部分保健品买来时无包装盒,用塑料袋装



各种保健品堆满了屋子

季晟桢 摄

得知老伴确诊肠癌晚期,曾经痴迷购买保健品的80岁应阿婆这才意识到,满屋的“防治百病”保健品根本没用,全是套路。这些年,应阿婆将老夫妻俩省吃俭用几十年攒下的50多万元积蓄几乎全拿去买了保健品,这让她后悔不已。

满屋保健品 堆到天花板

应阿婆的女儿张女士说:“去年底,父亲确诊肠癌晚期,我将父母带回自己家照顾。要不是这次给老两口搬家,根本不知道满屋子都堆放着保健品,连床底都塞满。”

记者刚踏入应阿婆家中,就被眼前的一幕惊呆了。面积20多平方米的客厅,被各种各样的保健品占据,一箱箱大大小小的盒子堆起来,都快顶上天花板了,整个客厅几乎无立足之地。这些保健品外包装粗糙不堪,上面的印刷字迹略显模糊。其中,很多保健品还没开封,不少已过保质期,有的甚至发霉变质。

一辈子积蓄 全被忽悠光

前些年,经朋友推荐,应阿婆去上海佰吉健康管理咨询有限公司(以下简称“佰吉健康”)听了一次健康讲座。自此,工作人员几乎每周都会打电话给她,嘘寒问暖,邀请她继续来听讲座,每次会送些免费的小礼品,有时还有专车接送。

应阿婆表示,“专家”把保健品功效吹得天花乱坠,说是针对身体不同毛病都能“对症下药”。“来上课的专家都自称‘博士’,还会给我们看各种证书。”隔三差五,“佰吉健康”还打着带老人免费去外地旅游的幌子,推销各类产品。应阿婆说:“他们有次带着听课老人去做体检,整个过程就是拔了几根头发,宣称能查出身体是否会患癌。当初结果显示老伴不会得癌,全是

忽悠。”

应阿婆夫妻俩的退休工资每月加起来五六千元,平日省吃俭用,但这些保健品却越买越多,前前后后投入50多万元。

返利送大礼 都是一场空

指着满屋保健品,张女士介绍其中一盒“益桑牌”藏山奇胶囊,卖价9800元。当初购买时,工作人员称每月会给应阿婆返利900元,连返5年。心动之下,应阿婆接连买了好几盒,所谓的返利到头来也成了“空头支票”。

另一款名为“基能素”的产品,主要原料是大蒜和金银花,每盒售价2600元,赚头是20年内拿着空瓶皆可免费换新药。

“佰吉健康”宣称:买的越多,折扣越大。额外返送自行印刷的现

金券,每张面值1000元,但使用范围仅限购买保健品。

只要买保健品,推销人员就会送赠品,如量子棉被、和田玉手镯、全套银碗等。后来,张女士拿着这些所谓“价值不菲”的“金银玉器”去金店鉴定,果不其然全是假的。

市场监管所 已介入调查

张女士称,同等产品对比网上售价,卖给老人价格连翻数倍不止。许多保健品只开收据,没有发票。据张女士不完全统计,这5年来,从应阿婆那里找到的收据至少有50多张,其中金额最大的上万元,最小的也有2000多元。事后,张女士上门要求“佰吉健康”退款,遭到拒绝。

记者以给家中老人买保健品为由,来到静安区永兴路920号

“佰吉健康”暗访。面对询问,门口工作人员颇为警惕。“现在天气热,我们不可能折腾老人来听讲座,而且也有好几个月没卖保健品了。”对方强调,公司不生产保健品,只是提供咨询服务,为厂家和消费者牵线搭桥。“你不用来我们这里买保健品,去药店买就可以。”没聊多久,工作人员就匆匆打发记者离去。

业内人士指出,由于老年人对保健品认知有限,加上很多推销人员会通过“话术”过度夸大功效,一不留神就会被套路。同时,保健品的推销常常通过内部会议、与老人点对点沟通、口头宣传等方式“暗箱操作”,一旦发生问题,取证尤为困难。

目前,张女士已向相关部门举报,芷江西路市场监督管理所正介入调查。

本报记者 季晟桢

呼有应 小帮

精洗运动鞋 商标遭“造假”

“神操作”让顾客哭笑不得 店家道歉并赔偿



描个假 logo 欲瞒天过海

一双6700元的华伦天奴运动鞋,丈夫只穿了几次,送去爱革魔都鞋匠店精洗,左等右等三周多拿到手后,傅女士仔细一看,简直气煞:洗褪色不算,右脚鞋子上的商标“VALENTINO”竟然被洗掉,还被人涂上假商标意图“瞒天过海”。

5月22日,傅女士将一双华伦天奴·格拉瓦尼织物小牛皮运动鞋送去爱革魔都鞋匠新邻生活广场店精洗,原本“精洗”一双鞋正常耗时一周,但她迟迟没有等来拿鞋通知。几次电话催促询问,终于在三周后等来取鞋通知。

“我拿了鞋还没查看,门店服务员就告知师傅说下次帮我免费洗一双鞋,我更心存疑虑。”傅女士打开包装一看,运动鞋是比之前白净,但总觉得哪里不对劲。仔细辨别,除了部分被洗花重新上色外,两只鞋的“VALENTINO”商标似有不同:右脚鞋上的像是人工手绘描上去的,颜色更深,看似墨迹未干,还透着反光;而左脚鞋的原装商标呈灰色,和皮质的涂层浑然一体。比对之下,真假立见分晓。正品鞋被描上假商标,这番“神操作”让傅女士哭笑不得。

记者向爱革魔都鞋匠店了解

来龙去脉。原来,门店收到顾客不同品类的鞋包后,会送往不同师傅处清洗。而清洁护理这双鞋的师傅,一不小心擦去了皮质涂层,原商标竟然被擦掉了。这名师傅索性通过另外一种工艺涂上了假的“VALENTINO”,导致一双正品鞋被涂上了假商标。随后,爱革魔都鞋匠店承认在管理中确有失误和漏洞,向傅女士道歉,并作出相应赔偿。

记者采访中了解到,不同品牌不同款式的奢侈品用料和印染工艺各有不同,尤其是不少国外设计师更青睐新材料和新工艺,但并没有考虑材料和技术的稳定性带来的售后洗护保养问题,即使专业的洗护师傅也容易“入坑”。有的奢侈品为追求视觉效果,商标直接印染或3D打印在薄薄的涂层上,一块湿布竟能擦花商标。这里也提醒消费者,在购买奢侈品时要问清洗护方法,必要时交给品牌指定洗护供应商做清洁保养,避免不必要的损失和麻烦。

本报记者 王军

新车尚未提车 已成“事故车”

4S店 致歉修车

市民翟先生向“帮帮忙”反映,他刚买的一台五菱宏光车,在4S店上牌时遭遇意外,右前方保险杠处被撞,成了“事故车”。更让他感到郁闷的是,事发多日,4S店至今没能拿出一个有诚意的解决方案。

近日,市民翟先生在位于浦东新区沪南公路2819号的上海五菱汽车销售有限公司南汇分公司购买了一台“宏光MINI”车,总价43600元。原本支付完车款后,翟先生安安心心等着提车。可是,6月6日下午,一通电话把他的期待浇到了冰点。4S店告诉他,车在上牌的地方被撞了。

翟先生说,事发后他向4S店索赔,但一周过去,4S店给出的解决方案还是“赠送一次保养”。这让翟先生无法接受:“等于是让我白白接受一台‘事故车’,这样的解决方案,换做谁能够接受?”

记者随后联系了这家4S店的唐店长。他回忆:“我们的上牌师傅当时将车停好

准备上牌,没想到被撞了,车辆右前方的保险杠被刚蹭到。”那么后续如何处理?对此,唐店长没有明说,只是表示会与消费者沟通。但翟先生表示,4S店空有说辞,没有任何行动。“买车时间耽搁了不说,对方至今没有一句道歉,也拿不出解决问题的合理方案,这算是有诚意吗?”

经本报介入,4S店最终向翟先生表达了歉意,并承诺尽快将车修好。截至发稿时,车身和保险杠位置已修缮一新,翟先生也顺利提车了。不过,他依然希望4S店能够做好内部管理,避免类似事情再次发生。

本报记者 徐驰



本版编辑/顾玥 视觉设计/黄娟