

962555



小忙 跑现场



天价美容 三无产品 三次收费 二十万元 操作失误 伤到角膜



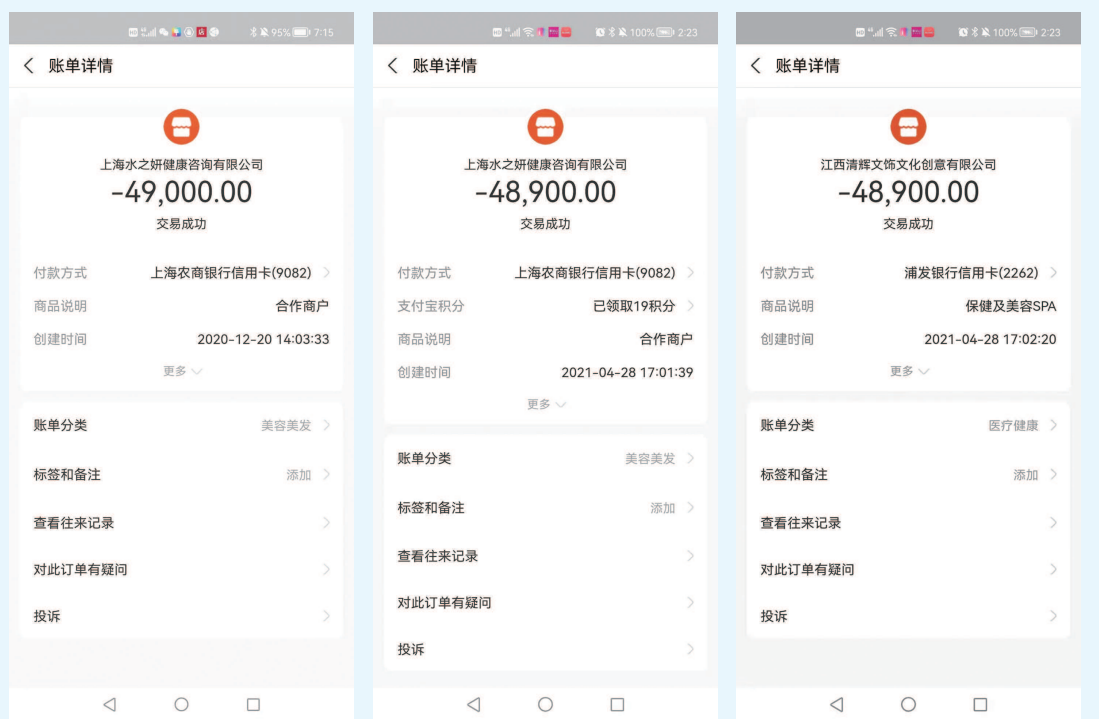
扫码看视频



“克丽缇娜”联洋店



“睫毛营养液”竟是“三无产品”



收款账户分别为上海水之妍健康咨询有限公司和江西清辉文饰文化创意有限公司 本报记者 陶磊 摄

美容纹绣界的“爱马仕”——如此“高大上”的包装，到底撩动了多少人的心？市民邱女士就是被这一片“花好彩好”和所谓“命理玄学”迷了眼，在浦东新区迎春路848号“克丽缇娜”联洋店，做了店方“引进”的“嘉域祥美”项目，3次花了近20万元！然而，让她没想到的是，美容过程中不仅用了“三无产品”，店员还“误操作”伤了她的眼角膜……如今，邱女士“身心更伤”，有一肚子的后悔：“这些天价项目，每个做了不到半小时，什么效果都没有，做了还不如不做。我朋友说，近20万元的收费，市场价还不到2万元……”

推荐只说六千八 结果付了九万八

邱女士家住浦东联洋社区，多年来一直光顾家门口的“克丽缇娜”联洋店。店员经常有意向她推荐“嘉域祥美”项目，说“嘉域祥美”是演艺圈不少知名人士的“御用机构”。邱女士心动之下，预约了6800元的“定神线”。

2020年12月20日，在“克丽缇娜”联洋店，“嘉域祥美”的王总监向邱女士推销2.28万元的“定神线”，称填充睫毛根部能令人“睁眼有神，闭眼无痕”。邱女士提出质疑：为何不是当初说好的6800元？王总监表示，价格因人而异，贵有贵的道理。其间，对方没有提供任何价目表。

邱女士告诉记者，王总监随后又向她推销价格20万元的“用以增长睫毛”的“孕睫术”。“孕睫术”和“定神线”打包价为9.8万元。对方还欺有其事地称，假睫毛影响风水和子女运。此时，“克丽缇娜”联洋店的店长也在一旁大谈所谓的“命理玄学”。邱女士说自己一下子就“入了套”，随即依照对方要求向“克丽缇娜”的上海水之妍健康咨询有限公司账户支付了4.9万元，又向“嘉域祥美”的江西清辉文饰文化创意有限公司账户支付了2.9万元，此外又支付了2万元现金，总计9.8万元。

而对于美容过程和实际功效，邱女士大失所望，“孕睫术”就是在眼睫毛根部电动按摩了

几次，两分钟就结束了。“后来碰上闺蜜，说我的睫毛比以前更稀疏了，做了还不如不做。”邱女士郁闷地说。

软磨硬泡四小时 又被套走十万元

“定神线”一般数月后有“免费补色”服务，但邱女士一直等到2021年4月仍没有收到通知。“补色之后会不会好点？”于是，对美容效果仍“抱有一丝希望”的她主动联系了“克丽缇娜”，约定当月28日在店里补色。

“我特地请了假，下午2时前到了‘克丽缇娜’，‘嘉域祥美’另一名赵总监却绝口不提‘免费补色’的事，而是一再强调他们每次服务都要眉毛、眼线、嘴唇‘全脸设计’，又忽悠我说嘴唇主宰风水，唇形饱满、唇色红润才能改善气色、提升运势，强行推销‘纹唇上色’。”邱女士说。

还是在没有提供任何价目表的情况下，赵总监开价9.78万元。邱女士虽一再拒绝，要求“免费补色”，但对方就是不做，足足软磨硬泡了近4个小时。邱女士说，自己“实在是熬不过，晕晕乎乎地点了头”。就这样，没有签合同，邱女士又消费了9.78万元：4.89万元进了“克丽缇娜”的上海水之妍健康咨询有限公司账户，其余则进了“嘉域祥美”的江西清辉文饰文化创意有限公司账户。之后的“纹唇上色”不足半小时，“定神线免费补色”也仅敷衍做了数秒钟。

化学品伤眼角膜 三无产品太离谱

不仅“孕睫术”和“定神线”让邱女士的睫毛越来越稀疏，“纹唇上色”也让她的嘴唇越来越干涩、色泽越来越黯淡。忍无可忍之下，2021年5月5日，邱女士在微信上明确要求“克丽缇娜”

退款，指称对方“强买强卖强迫顾客消费”。对此，“克丽缇娜”回复称睫毛生长有周期，但嘴唇半年以上就可以补色固色。

在“将信将疑”中，今年1月27日，邱女士第三次来到“克丽缇娜”，第一次做“定神线”的王总监又出现了。她一边“补色”和“孕睫”，一边又开始强推其他项目，敷“舒缓膏”时竟将化学品揉进了邱女士的眼睛。无法睁眼的邱女士疼痛难忍，在丈夫陪同下去了市第一人民医院，被诊断为“化学物质侵入眼睛，导致角膜损伤”，病休3天。事后，邱女士发现一支所谓的“睫毛营养液”竟是“三无产品”——无生产日期、无质量合格证、无生产厂家。

“我朋友告诉我，这些项目在正规的美容医院做，收费不过2万元。这不是在收我的‘智商税’吗？”春节后，邱女士找到了“克丽缇娜”联洋店等3家加盟店的店主王女士。对方强调，自己

只向“嘉域祥美”提供场地，邱女士和“嘉域祥美”是一个愿打一个愿挨”。对于当初门店广告与实际效果相差甚远的问题，王女士称：那只是“广告”。

为了留存证据，邱女士要求“克丽缇娜”提供全部发票，但拿到的仅有“嘉域祥美”的江西清辉文饰文化创意有限公司开具的9.78万元“咨询服务费”发票。至今，“克丽缇娜”仍没有提供其余发票。

店主一问三不知 自称只收场地费

记者来到“克丽缇娜”联洋店，通过店员联系到了店主王女士。几番沟通后，对方才同意接受采访。经记者再三确认，王女士承认邱女士确实是在“克丽缇娜”门店接受了3次“嘉域祥美”的服务。

对于“克丽缇娜”与“嘉域祥美”的关系，王女士闪烁其辞：一会说“引进”，一会又说“克丽缇娜”只出借场地。那么，为何邱女士支付的一半款项进了“克丽

缇娜”的上海水之妍健康咨询有限公司账户？对此，王女士支支吾吾，反复称“需要核实”。

记者当场表示，邱女士已提供支付宝转入“水之妍”的9.79万元转账记录。王女士辩解称：做生意借用账户很正常，自己实际只收取了数千元场地费，多余的钱肯定要还给“嘉域祥美”，但凭证提供不了。

记者又追问：店内是否明码标价，尤其是邱女士消费的近20万元项目？王女士说，她不知道情况，甚至连“嘉域祥美”的营业执照也没有看到过。记者请王女士出示“克丽缇娜”的营业执照，发现营业范围里没有邱女士在该店消费的项目。

王女士虽然信誓旦旦地称已与“嘉域祥美”没有合作，但记者发现“克丽缇娜”联洋店仍在朋友圈里发布“嘉域祥美”的纹绣项目广告。

“克丽缇娜”“嘉域祥美”到底有没有给客户下套？两家又是怎样的关系？邱女士自称被忽悠的近20万元到底能不能讨回？本报将继续追踪此事。 本报记者 王军

小帮 民有呼



朱先生的充值付款凭证

成了店里“香饽饽”

朱先生告诉记者，2020年他家附近的“品至护肤造型”开张，充值可享“19元洗剪吹”的优惠让他很是心动，于是充值1000元办了卡。“有一次去理发，我说起还有两张其他店的美发卡有3000多元余额没用完，他们说能通过美容美发协会转账到他们的充值卡上，但每转一张，需要另向‘品至’的卡里各充值5000元。”为了图方便，朱先生按店里的说法充了1万多元。

没想到，自此朱先生就成了店员眼里的“香饽饽”，一堆堆花言巧语、一次次软磨硬泡，自称“脸皮很薄”的朱先生实在架不住这样的攻势，一次又一次掏了腰包。

采访中，记者从朱先生的充值付

款凭证上发现，仅2021年就有好几笔充值且数额不小：7月3日充值1万元；11月6日充值4000元；12月19日1小时内竟充值两笔，分别为12600元和5000元。

退款只退6000元

后来，朱先生越来越觉得不对劲，有时他刚开始理发或做理疗，就有店员拿着POS机守在一旁等待充值。

实在忍受不了这样的“抢逼围”，朱先生提出退款，但店方以“拿不出充值和消费清单”为由百般阻挠。无奈之下，朱先生向消保委反映情况，被告知对方涉嫌欺诈，需要市场监管部门介入处理。于是，他又找到浦东新区浦兴市场监督管理所求助。

今年2月26日，朱先生被告知到店处理退款。让他万万没想到的是，店长拿出消费账单称，朱先生持有的是充值打折卡，要退卡退款的话，消费项目必须按原价计算：如理疗10次优惠价2800元，现在要按12600元计算，折算成每次1260元。而对于这样的算法，门店未拿出任何合同依据。

朱先生表示，即使按照如此“苛刻”的要求来结算，在他最后一次充值17600元前的卡内余额仍足够扣除服务原价，且有结余。但当天交涉的结果是，店家仅同意退款6000元。

朱先生觉得身心俱疲，本来不想再作纠缠，希望当日尽快退款了结此事，然而门店又以走流程为由提出延后支付，最终双方不了了之。

“19元洗剪吹”优惠诱人，未料“给钱容易要回难”——

两年充值四万多 退款金额打“骨折”



扫码看视频

余款应原额退还

为了这件烦心事，朱先生特意咨询了律师。对方表示，每次充值都可以认为是一次双方新的服务合同履行。最后一笔17600元的充值款至今分文未动，就应该原额退还。此前卡里余额如扣除服务原价仍有结余，扣除后的余款也应退还。

记者来到“品至护肤造型”了解情况，店面因故已临时关闭。记者又致电店长，对方以朱先生消费账目在门店电脑里为由，要求等重新开店后才能给予回复。

想要退款，退款为何被打“骨折”？消费者权益该如何维护？本报将继续关注。 本报记者 王军



店面玻璃上“19元洗剪吹”的字样十分醒目

王军 摄

小忙 微调查



手机靓号转让遭遇『二次门槛』

消费者三问联通：这样做合理吗？

增加了使用成本，“每月花着用不掉的套餐费，一用就是三年，不仅是一种经济负担，还是‘被烧钱’的莫名浪费。”

二、是否涉嫌“最低消费”或“保底消费”？

金女士认为，联通要求消费者为使用靓号而附加月最低消费、高额预存话费费等，涉嫌违反《消费者权益保护法》，侵害了消费者的自主选择权和公平交易权。同时，靓号的选号费、占用费是违反国家相关政策规定的。“最低消费”“保底消费”“高额预存话费”是不是变相的选号费和占用费呢？

三、套餐选择权是否应还给消费者？

金女士表示，她和男友在办理最初的两个靓号时，业务员并没有向他们提到过户转让的“注意事项”，也没有给出相关的合同协议。这导致她对两年后“靓号协议”履约完成后的过户问题“预计不足”。

她坦言，自己认可过户应有一定规范，从运营商的利益考虑，也同意通过“预存话费”或签约指定年限的方式，以确保靓号转号后的消费者仍为联通用户。但对于已履行完“靓号使用协议”和“非炒买”靓号的消费者而言，是否应将套餐选择权还给他们？“一刀切”的做法是否值得商榷？

金女士说，在反复沟通中，“联通方面甚至称，一家人之间的过户也必须重新签订、执行新的靓号协议”。

但对于她来说，实际上已履行了两年最低消费200元的承诺，现在只是想将男友的名字改成自己的，就要额外再履行三年的合约，仍不能自由选择符合自己消费需求的套餐，这实在有些不合理。

联通公司回应 否认涉嫌违规

记者与联通取得联系，工作人员就消费者提出的质疑作出回应。对方认为，公司对于靓号方面的执行操作是“双向选择”，并没有变相提高用户入网成本和门槛。公司没有提价，用户也没有额外支付成本，用户预存的费用是存入自己的账户，可以在后期使用。

而对于“最低消费”“保底消费”涉嫌违反相关规定的说法，公司方面并不这样认为。

至于已履行使用协议的靓号转让问题，对方解释称，过户转让须按公司现有规定，有合同依据，“旧人”合同解约作废后，由“新人”重新签约执行，这实际上是两个独立的过程。也就是，说“新人”用靓号，必须重新执行新的条约。但对方也表示，家人之间的靓号过户转让可以申请豁免二次门槛（提供相关证据），夫妻、父子（女）、兄弟姐妹等均属于家人范畴。

那么，靓号转让该不该设“每月最低消费”？套餐选择权该不该还给消费者？您怎么看呢？读者朋友不妨一议。 本报记者 陈浩

本报编辑/顾 玥 视觉设计/竹建英