

小民有呼 帮忙

91岁的蔡老伯向“新民帮依忙”求助,去年他在上海美丽岛多焦镜品牌眼镜店配了一副多焦老花镜,由于佩戴不适看不清,双方协商退款,现如今一年多过去了,退款却一直杳无音讯。其间,蔡老伯多次与客服联系催促退款,却一再遭到推诿,老人为此是心力交瘁。

Table with 10 columns: 姓名, 性别, 年龄, 职业, 配镜日期, 配镜地点, 配镜品牌, 配镜度数, 配镜材料, 备注. Includes a QR code and contact info for Miliu Optical Center.

配镜前没给验光,老花镜配好试戴不适,店家同意退货却突关店,如今退不到款眼镜也没了

91岁老人遭推诿,心力交瘁

配镜不验光 数月不交货

蔡老伯向记者出示了一张眼镜验配单(见图),并告诉记者,去年2月18日,他在张杨路1558号上海美丽岛多焦镜品牌中心店花费3780元配了一副多焦老花镜。蔡老伯透露,整个配镜过程非常快,当天店内停电,验光师并没有验光,只让他试了几次镜片后就确定了度数,并承诺一周就能配好。

“我现场就有些疑惑,因为我既近视,又有老花,就是想配副他们家的多焦镜,一副眼镜全部搞定近视和老花问题。但不验光就能准确知晓度数,此前配眼镜时从来都没有碰到过。”蔡老伯虽将信将疑,但出于对店家的信任,就付完款回家安心等待了。一周后,

眼镜配好了,可试戴时,蔡老伯却怎么也瞧不清楚。经过交涉,店家答应派人上门为蔡老伯再次验光。之后一位验光师就带着设备来到蔡老伯家,花了2个小时验光后,表示会尽快把眼镜配好,让他耐心等待,可这么一等就是两个多月。

如此效率,老先生对“美丽岛”大为失望,他跟店家多次沟通,最终对方同意退货,货款将退还至老人原先付款账户。

店铺突关门 一年不退款

蔡老伯本以为事情已告一段落,但万万没想到的是,一年多过去了,退款却迟迟没有到账。

在漫长的等待中,老人不断向店员和经

理发微信、打电话60多次,可是对方一直推诿,各种借口让老人非常无语。

直到去年8月,老人获悉,美丽岛多焦镜的上海店铺突然关闭了。他又多次拨打该品牌的客服热线:“客服总是回复在走流程,却始终没有任何结果。他们难道要讹我一个老人家3000多块钱吗?我年纪大了,又有高血压、心脏病,实在跟他们耗不起。”

承诺不兑现 还在苦苦等

记者拨通了美丽岛多焦镜客服热线,一位任姓经理回复,上海店铺由于房租到期目前确实已经关闭,公司正在寻找其他店面。对于蔡老伯的遭遇,他们非常抱歉,称可能

是店铺资金盘点造成了失误。

之后,据蔡老伯反馈,店家主动找到了他,承诺7至10个工作日退款到账。问题看似将得到解决,但截至记者发稿,近一个月又过去了,美丽岛多焦镜的退款却依旧遥遥无期。

据悉,美丽岛多焦镜创始于2006年,全国有多家门店,对外宣传称“已成为国内最具规模的多焦镜验配与服务连锁机构和视光行业隐形冠军”。而就是这样一家所谓的“业界大牌”竟一再出尔反尔,失信于消费者。为此,蔡老伯急切希望,店家能拿出应有的态度和诚意,不要一而再再而三地透支消费者的耐心和信任。对此,“新民帮依忙”将持续关注。 本报记者 陆常青

市民王女士向“新民帮依忙”求助,她在南京西路819号中创大厦9楼一家美发店办了张6888元会员卡,由于不满意服务,她提出退还卡内余额。但美发店坚称退款按照消费项目原价扣除,王女士总计两次消费,算下来只能退40元。“我一次剪发一次烫发,怎么就被扣了这么多钱?!”

王女士告诉记者,去年,她在商场碰到中创大厦9楼“Lazy私人定制”美发店推销人员,对方称他们这里有“明星发型师”,剪发包满意。王女士跟随其到店,所谓的“明星发型师”立刻抛出“388元剪发优惠”。王女士剪完发结账时,店方又给

小帮呼有应

仅消费两次 6888元会员卡只退40元

经本报介入,消费者拿回4000多元美发退款

出一大堆“福利”:办卡充值6888元,这次剪发免费,之后烫发享受折扣。“他们说下次来烫发打5折,我就充值办卡了。”

今年3月中旬,王女士又来到这家美发店,准备烫发。结果,王女士被告知:烫发根原价2280元起(能打5折),烫发尾是3880元起,发尾要按会员价支付。至于6888元的会员卡烫发尾能享几折,在沟通

过程中,店方一直没有讲明。最后,经多次讨价还价,烫发尾3880元打5折,烫发根本不收费。鉴于第一次剪发是赠送的,第二次烫发会员卡扣费1940元,根据王女士计算,卡内余额尚有4948元。当王女士提出退款时,店方强调王女士总计消费6848元,只能退40元。

记者查询发现,中创大厦9楼这家美

发店网上差评颇多。在“新民帮依忙”介入后,经静安区市场监管部门协调,王女士终于拿到了4000多元退款。虽然问题得以解决,但王女士仍希望通过自己的遭遇给出提醒:千万不要被所谓的“优惠”迷了眼,在“冲动消费”下踩雷掉坑。

本报记者 夏韵



商责共创 宝马再显基业长青定力

继4月2日宣布启动“宝马中国文化之旅——大运河文化保护项目”后,4月8日,宝马再次发布重磅消息,表示将以一系列行之有效的企业社会责任,不但将全力聚焦文化保护与生态保护,而且将继续第三年捐赠支持辽河口生物多样性保护,并持续向中国教育发展基金会宝马爱心基金捐资,未来三年捐赠3000万元用于社会公益。



▲“宝马中国文化之旅——大运河文化保护教育公益项目”近日启动

前有项目长期践行,后有和合共进、商责共创的企业社会责任战略升级,紧锣密鼓的行动背后,不难看出,进入中国30周年之际,已连续多年夺得中国豪华车市领先地位的宝马以一系列实际行动深化“家在中国”的理念,为中国社会创造更切实的价值。那么,除坚持油电齐发的产品战略外,宝马的企业责任为什么能做到同样具有前瞻布局和长期主义呢?

屡屡创先并非偶然,只因宝马坚持“做正确的事”

在企业社会责任上,宝马以实际行动屡屡创先:2007年,宝马在中国发起“BMW中国文化之旅”,成为率先推动非遗保护的汽车企业。2008年成立了宝马爱心基金,也是中国汽车行业率先推出的企业公益基金。此次的大运河项目,宝马也是率先推动大运河文化

推广与保护的汽车企业。所有的第一都是偶然吗?显然不是。

华晨宝马汽车公司总裁兼首席执行官戴鹤轩博士也表示:“我们讲的企业社会责任项目不是因为我们想在商业上获得更大的成功,或者是我们想赢得某一个竞争,而是我们认为这是在做正确的事情,是作为一个负责任的企业应该去做的正确的事情。作为一家国际化的企业,在过去一百多年的时间里,宝马对文化的关注由来已久,宝马在全球各地的发展过程中很好扮演了一个文化桥梁的角色,尊重传统与传承,欣赏文化多样性,是宝马作为豪华品牌的企业传统。”

宝马认为,文化联结人,珍视、欣赏文化多样性才能实现“美美与共”,以人为本还必须注重长期性和社会效益,尽可能多地融入利益相关者。时至今日,“BMW中国

文化之旅”已坚持18年,先后探访了中国24个省区市的410项非物质文化遗产,影响并带动超过1.6亿公众加入非遗传承与保护的行列中来,并开启对非遗传承人“授人以渔”的赋能模式,将当年一个

超级“冷门”的领域打造一个备受好评的样本公益项目。

今年也是宝马爱心基金会成立16周年。宝马中国宣布继续与中国教育发展基金会合作,未来三年将持续向中国教育发展基金会宝马爱心基金捐赠3000万元,继续带动全国的经销商、宝马爱心车主、员工等广大利益相关方共同参与,为中国社会创造切实价值。

秉承“家在中国”理念,宝马倾力建设美丽家园

2021年,在市场竞争尤为激烈的阶段,宝马中国提出并启动了“BMW美丽家园行动”,专注国家公园建设及生物多样性教育的推广。

对此,宝马集团大中华区总裁兼首席执行官高翔表示:“汽车行业的电动化、智能化进程,初衷就是要应对气候变化给出行带来的严

峻挑战。面对未来出行的挑战与机遇,宝马集团通过发布新世代车型指明了宝马集团核心业务方向——宝马集团要成为未来出行有影响的公司:责任为先,人文为本,智能为纲。”

如今的辽河口国家湿地公园春意正浓,嫩绿的碱蓬草恣意生长。辽河口的旗舰物种黑嘴鸥迁徙回家,形成气势恢弘的鸟浪。今年,辽河口大美湿地项目将持续聚焦湿地类型国家公园的水体保护,资助丹顶鹤野化栖息研究,并资助生物多样性公众展览、科普教育,以提升公众对于生物多样性保护的意识。

唯有责任,可抵岁月漫长;唯有责任,无畏世间之纷。宝马在企业社会责任上秉持“和合共进,商责共创,美丽家园”,这也正是其作为卓越车企,保持基业长青不可或缺的定力。



▲宝马将助力大运河物质遗产与非物质遗产的保护及大运河文化的推广与教育