

钱多？人傻！

花百万按摩丰胸无效 女子欲再投百万维权

6年花近100万元丰胸

代价 杨女士和丈夫在广东东莞市开厂。杨女士对自己最大的期待就是将生完孩子之后的身体调理到最佳状态。

2006年5月，杨女士路过万江区一家美容店。“工作人员说花10万元能让胸部丰满，我就动心了。”杨女士说，2006年6月和8月，她分两次向美容店支付16万元现金。

2008年付了33.5万元，2009年付了28.5万元，2010年付了16万元，2011年付了1.75万元。“这仅是我存下来的单据，就近100万元，还有些丢了。”杨女士说。

起初，美容店工作人员说，杨女士的胸部只要一个阶段就能丰满。“店里有胸部很丰满的女工作人员一直跟我说，通过护理也能跟她一样。”杨女士说：“一阶段护理做完，她们又说，胸腺要进行调理，还要交钱；以及后来说我胸部经络不通等等，总之一直让交钱。”

美容店每次安排不同人员反复地给杨女士说，已经投这么多钱了，再投入一些马上就有效果。

6年花了近100万元，用的到底是什么产品，杨女士一点不知道。

从去年年初开始，杨女士便想找美容店要个说法，但美容店答复说：“之前的那个店员已辞职不干了”。

美容店没有丰胸资质

检查 随后，杨女士向万江工商分局投诉这家美容院。

执法人员检查发现，从一楼店门口到二楼，这家美容院的经营范围是“美容(面部皮肤生活护理)”，根本没有丰胸等项目服务资质。

执法人员在美容店配料室记录本上看到，上面详细记录着每天每个客人美容护理的身体部位，有不少是“胸部、背部、腹部、经络”，这些都不在其经营范围之内。

执法人员说，从现场执法的情况看，这家美容店涉嫌严重超范围经营。

杨女士投诉这家美容院后，截至今年3月26日，事件一直没进展。“美容院一开始很重视，约我谈，每次都是今天约了，拖到明天；明天约了，后天才来，迟迟没有一个正式答复”。

杨女士说，她一直不敢跟丈夫说实情，只说花了20多万元。

东莞市消委会工作人员说，他们接到过花几十万元丰胸的投诉，“第一次碰到花了近百万元的，我们会尽快调查了解，尽量让双方协商解决”。

广东东莞市的杨女士，39岁，衣食无忧，最大的缺憾就是胸部不够挺拔。2006年5月至今，6年内，她在东莞万江区一家美容店花费近百万元按摩丰胸，胸部却一直没“变化”。当地工商部门调查发现，这家美容店根本没有丰胸项目服务资质。那所谓药物、按摩、食疗等花样百出的丰胸方式，到底有没有科学依据？

据《广州日报》



无行业标准 丰胸效果难界定

声音 东莞市消委会说，大多数爱美人士美容消费时没有任何发票、收据等凭证或书面的服务内容、承诺等，“而且美容效果没有行业标准，比如丰胸，怎样才算有效，怎样算无效？很难说清，服务前后效果界定缺乏公信力”。

消委会说，美容行业陷阱很多，特别是“预付款式消费”，被套牢后难脱身。“办理会员卡、充值卡有大优惠”往往只是宣传噱头。

杨女士气呼呼地说，花费近百万元丰胸没效果，她气愤的不是金钱损失，而是被骗的感觉，“想起这几年，我像个傻瓜一样被她们揉过来捏过去，就很生气，我没有别的要求，就是全额退款”。

杨女士说，她已经下定决心，准备再花一百万元、一年时间维权。“我就花钱请人去这家美容院，她们肯定会像当初向我承诺一样游说，到时候，我把她们的证据全曝光。”

“我就不信，没一个说理的地方。”杨女士说。

专家说，按摩丰胸没科学依据

观点 杨女士的遭遇曝光后，东莞一家整形美容医院技术院长、全国乳房整形专业委员会委员唐新辉接受记者采访时说，无论是从科学的角度还是从实际接触的案列来看，按摩丰胸没有什么依据。

唐新辉说，乳房由皮肤、皮下脂肪、胸大肌、乳腺等组成，女性成年之后，如果不是怀孕哺乳，胸部就很难变大。

“一些生活美容宣传按摩之类的手法，不可能让皮下脂肪增加，乳腺变大。”同时，有些生活美容宣传中的丰乳霜，因为内含雌激素，的确能使女性的胸部暂时变大，但“等雌激素的作用一过，胸部又会萎缩”。

锐评

丰胸维权没错 动辄百万太过

爱美之心人皆有之，通过手术、按摩等方法让自己的胸部丰满起来，无可厚非。而自己花钱之后，丰胸效果却没有达到自己或美容院宣传的效果，愤而投诉，进行维权，这也是消费者的权利。但这位女士先花费百万丰胸，后又打算百万维权，这种做法有些过，不太可取。

这位消费者当初在选择美容院的时候，抱着“只选贵的，不选对的”的心理，不对资质和经营范围进行起码的甄别，就轻信美容院的“广告”，结果花了巨资，却没有换回自己想要的“疗效”。这样的结果，固然和美容院的“忽悠”，监管机构的失责有关，但消费者自己也要承担盲目消费的责任。

百万丰胸有点盲目，百万维权有点偏激，都不可取。这提醒消费者在消费时，不要盲目，不要大手大脚，要多多个心眼，避免“激情消费”。

郭鑫

合家福争做“社区好邻居，生活好伙伴”

百大合家福秉承“社区好邻居，生活好伙伴”的企业理念，怀感恩之心、践社会责任、做优秀公民，积极参与公益事业，努力成为友善、亲和的社区一员。

责任，不仅仅是一种能力，更是一种回报之心

自2006年初百大合家福开始农超对接具体尝试，七年来，经过不断的摸索，通过多种灵活方式实施田头直接采购，在食品安全保障、农业产业化、标准化和规模化，减少农产品流通环节，降低农产品流通成本，促进订单农业发展和农民增收，为顾客提供更新鲜、性价比更高的鲜

活农产品方面积极探索。截至目前公司与全国各地四十五家农民专业合作社和八十三家农业产业化龙头企业建立直接合作关系，基地总面积达到92000亩，并且公司相继在省内舒城、凤阳、黄山、肥东、肥西、三十岗乡、大圩镇、长丰等地，与农民专业合作社合作建立14家无公害蔬菜、水果定点直供基地，基地面积15000亩。

安全，不仅仅是一种承诺，更是一种态度

在商品质量问题上百大合

家福搭建领导组织结构、建立规章、坚持“三把关”。一是严把进货关，通过合同条款约定商品质量，通过相关授权进行审验把关，确保源头厂商的可靠、可信。二是严把验收关，通过清点检查，按照实物验收操作规范，实行岗位责任制，认真审验商品合格证明、商品标准标识以及实物感官比对，确保进入超市的每一个产品都是安全可靠的。三是严把售卖关，为维护消费者的合法权益、确保商品质量，采取质量先行负责、“三包”等方式，

落实质量承诺责任，特别是食品质量更是加强自我检查，防止不合格食品进入流通环节。

微笑，不仅仅是一种魅力，更是一种信仰。

微笑服务消费者不仅是我们一种魅力的展示，更是我们一种“爱生命，爱生活，爱自己”信仰的传播。

合家福始终重视社会效益和企业文明的建设，高举诚信经营大旗，注重服务工作，把消费者利益放在首位，连续11年开展“争创一流企业、争当服务明星

大竞赛”活动，努力提高管理水平和服务质量。今年3·15开始第十二期“双争”活动，通过“双争”将不断提升合家福员工的素质与服务技能，让每一个员工都微笑着服务，让消费者体会到“微笑”的魅力与意蕴，笑着进卖场，开心出卖场，在合家福畅想温馨服务、生活的体验。

百大合家福树企业诚信，尽社会责任，把食品安全、微笑带进社区，把健康、环保、和谐的理念传播到社区，争做“社区好邻居，生活好伙伴”，最大限度践行企业公民责任，促进社区和谐。