

"女神"只想收礼不谈恋爱

男子起诉讨还礼物获法院支持

□记者 陈颖婷

本报讯 得到了"女神" 愿意共入爱河的承诺, 苏先生 一掷千金, 为女孩购买了价值 近 10 万元的名表,以及价值 不菲的名画茶具。然而, 神"收了礼物后,却翻脸不认 人。不甘人财两失的苏先生将 "女神"告上了法院,要求她 返还礼物。日前,浦东新区人 民法院对此案进行了一审判

2021年, 苏先生入职了 一家公司,张小姐是他的部门 主管。两个年轻人年龄相仿, 工作上也非常有默契。苏先生 也逐渐对这个女孩有了钦慕之 情。苏先生的工作十分努力, 做成了几笔业务, 取得了较高 的提成。他说,同年5月、张 小姐主动提出要和他处朋友, 并要求苏先生为自己购买一块 手表。抱得美人归的苏先生在 第二天,就带着张小姐到欧米 茄专柜购买了一块价值 99700 元的手表送她。几天后, 苏先 生又送给张小姐一幅谢洪康的 字(价值 3000 元)和茶具茶 叶 (价值 3200 元)。然而对 "女神"一掷千金后,张小姐 却并未和苏先生继续交往。为 此, 苏先生多次要求张小姐返 还物品,张小姐虽答应但仍不 归还。为维护自身合法权益,

苏先生向法院提起诉讼, 要求判 决张小姐返还他赠与的物品欧米 茄手表、谢洪庚的字以及茶具

而张小姐则表示, 苏先生刚 入职时, 自己对苏先生给予业务 指导和帮助, 苏先生对她产生好 感,要求与她谈朋友,并主动购 买手表相赠。但她始终未答应与 苏先生交往,双方并未恋爱,不 存在以结婚为目的。苏先生赠与 手表只是普诵礼物, 是经讨深思 熟虑向张小姐表达感情的一种方 式,并非彩礼,他应当为自己的 行为可能产生的后果负责,且手 表已经实际交付,不存在可撤销 的情形, 故苏先生无权要求撤销 赠与。至于涉案茶叶茶具及字是 她的老乡李先生基于朋友情谊赠 与自己的,与苏先生无关。

庭审中, 李先生作为证人出 他表示自己与苏先生是朋 友,是苏先生致电他称其交了女 朋友,想让他作陪一起吃饭。他 也是到了餐桌上才知道张小姐是 自己的老乡。而茶叶、字画等都 是他赠送给苏先生的。

法院审理后认为, 苏先生称 赠送张小姐手表系以结婚为目 的;张小姐否认,认为仅是苏先 生希望与她恋爱,并主动赠与手 表,她始终未答应与之交往。关 于苏先生赠与张小姐手表的原 因,张小姐在第一次庭审中陈述 苏先生提成了68000元,苏先生

赠与手表给她与苏先生获得该提 成及返还没有关系;而在第二次 谈话中她又陈述苏先生提成了 11万多元, 苏先生为感谢她, 目有意追求她购买了欧米茄手 表,张小姐两次陈述的提成金额 及赠与手表的原因均有出入,对 于有争议的事实, 法院作出对张 小姐不利的推定。即使如张小姐 所述,双方并未恋爱、苏先生希 望与张小姐交往而赠与张小姐手 表, 因该手表金额价值较高, 远 超普通朋友之间赠送礼物的价 值,应当视为附条件的赠与,苏 先生赠与手表的目的即使不认定 为以结婚为目的,也应认为系维 持长期稳定的恋爱关系, 现张小 姐自认未与苏先生交往, 苏先生 赠送高额礼物的目的并未实现, 故张小姐应将手表返还苏先生。 苏先生赠送的茶壶一把、茶叶 罐一个、谢洪庚字一幅,根据 苏先生、证人陈述以及苏先生 提供的收据,按照民事诉讼优 势证据规则, 法院认定是苏先 生购买及受赠后再赠与张小姐 的。由于茶壶一把、茶叶罐-个、谢洪庚字一幅与手表的赠送 时间相近, 亦应当视为附条件的 赠与,现所附条件未成就,从公 平、合理的角度考量,张小姐应 将茶壶一把、茶叶罐一个、谢洪 庚字一幅一并返还苏先生。最终 法院判决张小姐返还手表、字 画、茶壶等财物。

美容院办卡"充值全返"?

6人犯非法吸收公众存款罪获刑

□记者 夏天 通讯员 朱珠

"充值全返现,美丽不花 本报讯 钱!"日前,杨浦区人民检察院办理了 一起美容店以"储值卡全返现"为名的 非法吸收公众存款案。经该院起诉,杨 浦区人民法院依法判处冯某、陆某等6 人犯非法吸收公众存款罪,判罚有期徒 刑1年3个月到7年不等,罚金3万到 14 万元不等。

2019年12月,朱女士和小姐妹逛街, 被某美容店醒目的广告吸引:充值全返, 消费多少返利多少。两人进店询问情况, 店员告诉她们,全返美容有三个返利档 次,分别为3万元、6万元、10万元,无论客 户选择哪个档次,一次性付款后,美容店 都会分12期按月返还,而充值金额的数 字,则可以免费做美容项目的额度,你可 以选择对应金额的项目直至额度用完, 可谓"不花一分钱"。

看着美容店的宣传资料, 爱美的朱 女士和朋友心动了,很快便各付3万元。随后几个月,朱女士和朋友不仅 如期收到了每月2500元的返款,美容 项目也一个没拉下。"你带朋友来啊, 朋友充值我们返你一个点。"朱女士和 朋友觉得不错,开始向同事推荐该店。 随着大家的口口相传,美容店逐渐变得 热闹起来,可谓门庭若市。

杨女士也接到了该美容店的传单。

店员告诉杨女士,闲钱不够也没关系,店 里有渠道可以贷款, 利息由店里承担。 杨女士心动了,但心里还是有顾虑:天上 哪里有馅饼呢?为打消杨女士顾虑,美 容店"实话"告知:如此力度的活动只此 ·次,是希望顾客感受美容的作用,以便 促进后续消费。"行!那就贷吧!"杨女士 在店员的指导下,使用商家合作的贷款 软件,上传相应资料并借贷3万元,随后便开始体验"免费"美容项目。

2021年7月,早早做完美容项目 的朱女士和朋友突然想起来自己已经 2 个月没收到返款了, 前往美容店发现大 门紧锁,遂报警

美容店老板携款跑路的消息迅速传 开,杨女士等人更是一下子慌了: 美容 项目还未做完,返利也只收到几个月, 贷款谁来还?! 几人纷纷报案。

到案后,老板冯某等人称,该美容 店开了很多年一直经营不理想,独特的 营销策略"全额返"迅速为店里吸引大 量人气。只要充值,就可以免费做项目 并享受 12 期全额返利。"我们的所有 项目都比市场溢价百分之四十到五十, 但因为免费, 顾客没人计较项目的价 格。很多老客户做完项目,还多次私下 询问可否继续参加返利活动。当时想的 是客户足够多,我就可以盈利,甚至转 手高价卖出美容店进而牟利。"然而, 冯某最终还是无力承担,选择了跑路。

左手"品质服务",右手"安心保障"

如何提振消费信心?链家打出"组合拳"

今年"3•15"的主题是"提振消费 信心",对企业来说,如何能让消费意愿 被最大激活,成为一次大考。

对此,链家给出的答案是:左手"品 质服务",右手"安心保障",多措并举让 消费者在房产交易中,无后顾之忧敢消 费, 消费环境优获得感强愿消费。

37亿元赔垫付 保障支持消费安全

从首推真房源到签三方约, 从安心服 务承诺到"30124"客诉响应体系,21年 来,链家提供的服务一直在迭代,但内核 始终未变。

截至2023年2月份,全国链家已累计 支付安心保障金超过37亿元,在全国范围 内保障了超过25万笔房产交易的安全。这 其中,仅上海链家赔垫付就超过11亿元。

表面上看,37亿元是一个巨大的金 额,但实际上链家正着力推动构建一个基 于品牌的信任——通过赔垫付的方式,让 消费者形成"有链家在,安全就在"的认知。

对此, 得益于链家安心服务承诺保障 的消费者深有体会。

上海的吴先生, 因卖方恶意隐瞒房屋 还有其他私人借款,也没有按照约定用房 款去银行还贷, 且拒不履行合同, 险些损 失1270万元巨款。让他吃惊和感动的是, 上海链家决定先行垫付给他已经支付的 1270万元,并协同他向原房主发起诉讼维 权。这笔垫付、也创造了链家历史上"单 次交易最大金额赔垫付"

此外,还有买到事故房,成都链家为 客户垫付185万元回购房屋;有交易不成, 青岛链家协助客户两次解约并退还全部佣 金;有房屋漏水影响客户居住,深圳链家

上门彻底维修解决后患; 有业主卷走高 额定金后失联,广州链家为客户垫付定 金并退还全部佣金...

市场不会辜负坚持做正确事情的企 在艾瑞咨询2022年公布的一组国内 房产经纪品牌研究数据中, 根据其对全 国超7000名消费者的调研数据显示:有 44.6%的用户在选择居住消费时,强烈 认可链家"安全的"品牌形象。这一感 知度,大幅超越行业品牌均值的33.8%。

常抓 + 长抓 提质升级消费品质

或许正因为一开始就选择"品质为 先"的路,链家才能避开浪潮起伏的喧 嚣,保持做优秀的长期主义者,既捍卫 了消费者的权益,又塑造了天清气朗的 市场消费环境。

通过开展系统化培训、开设"搏学 大考",链家多举措提升经纪人专业水 平, 让服务更专业、交易更安全、客户 体验更好。面对一些备受消费者反感的 '行业通病",链家通过在企业内部设置 "红黄线"制度、以"雷霆手段"加强 源头管控, 对侵害消费者权益的行为 "零容忍"

此外,链家还持续迭代高科技,推 出实名认证的"在线签约", 保障买卖 双方信息安全;推出交易流程可视化, 打造从房屋核验、资质审核到网签、面 签再到缴税、过户、抵押贷款等交易全 流程透明服务体系; 推出税费精算工 具,能够支持多种交易场景及多种房屋 类型的税费计算,进一步增强消费者的 交易安全保障。

可以说, 安全可信赖是保障消费者

权益的基础, 也是链家一直以来坚持打 造的企业核心竞争力。链家COO王拥群 "品质是链家永远的护城河,持 续提升服务品质, 为安全消费加码也是 链家可持续发展的关键动力。

这既是安全、放心、满意消费的关 键,也是坚持"客户至上"的深刻实践。

而以品质为底,内修外练,一系列迭 代打磨服务的专业度与精细度,或许就是 链家始终立于行业品牌价值前列的主因

持续"加速度" 破除化解消费难题

在面对服务业备受诟病的客诉环节, 链家也做出了示范。

为提升服务承诺及其他客诉的处理 时效, 2018年, 链家开始打造"30124" 客诉响应体系,即要求客户发起投诉后, 在30分钟内快速响应,在12小时之内给 予解决方案,并在24小时之内获得结案。

去年,链家成立了全国纠纷集中处 理团队,全国链家的赔付都通过这个系 统来统一执行,流程更加透明高效。数 据显示, 目前最快的一单赔付, 从讲线 到赔付至消费者手中,仅用了2分47秒

既有对客诉效率的提升,也有与客 户的坦诚交流。每个季度链家所有业务 城市都会定期举办"客户见面日", 推动 管理层从客户视角感知服务现状、洞察 服务问题、思考改善举措并落地。

听消费者的声音,做消费者需要的 以"30124"和"客户见面日"为抓 手,链家在客诉效率上强保障,形成客 诉问题反馈、解决,进而反思倒逼服务 品质提升的闭环, 切实发挥客户声音指 挥棒的作用。

今年,链家还对外推出"亿元安心保障 金"行动,设立超亿元的赔垫付资金池,让 消费者的问题能够得到快速解决与赔付,进 一步提升客诉及赔付体验。

更具深远意义的是, 如链家这般不断加 码服务品质,全程护航房产交易安全,对全 面促进消费、加快释放内需潜力、推动经济 高质量发展具有更大现实意义。

"3·15"没有终点,只有不断的接力 点。链家再次用事实证明: 让消费者愿意消 费、敢于消费、放心消费, 品质和真诚是永

