

《保罗国际给俩女生开出“天价头”:1.2万》再追踪



昨日中午12时许,针对保罗国际“天价头”事件,郑州市地方税务局稽查局对“保罗国际”发名店进行税务稽查。在调查过程中,该店相关人员态度恶劣,想方设法对调查工作进行阻挠,并对新闻记者言词攻击,上演了一出“反调查”闹剧。

晚报记者 李亚洁 辛晓青
通讯员 刘琰/文
晚报首席记者 贾俊生/图

“保罗国际”到底姓什名谁

记者通过省工商局查到该公司的注册资料,注册的法定代表人是叶剑文,注册资金是100万,另外一个股东是何朝霞,两人分别持股90%和10%。叶剑文的住址显示的是经三路某小区。

专治不低头之税务

已立案调查,调查结果会公开

调查结束后,现场取证的负责人韩德峰队长说:“这次检查还算成功。我们已经调取了在场所有能查到的资料。稍后,我们会组织人员对这些资料进行认定、核查。”同时他表示,这个案件目前已经立案,争取早日向社会公布调查结果。

专治不低头之工商

正在全面调查,防其抽逃资金

昨日一早,郑州众媒体记者就来到了市工商局,从解放路工商所到二七工商分局的相关领导,全部在市工商局商量怎么处理这起“天价头”事件。郑州市工商局12315投诉指挥中心主任、消保处副处长黄静表示:“从目前来看,这个理发店不仅涉嫌侵犯了消费者知情权,还涉嫌强制消费。”她说,现在双方各执一词,而且结论完全相反,在这种情况下我们还需要详细取证。黄静说:“当时和她们俩人一起逛街的还有其它同学,我们已经派执法人员前往学校,找到了老师,请求配合找到和两名女生一起逛街的学生,再进行询问,来佐证小张和小袁的证词。”黄静介绍,目前市消协也去调取了该公司的账本,为的是防止他们出现抽逃资金的违法行为。

对于如何处理该事件,市工商局有关负责人介绍,因为保罗国际(河南)有限公司是在省工商局注册登记,因此目前只能由市工商局搜集各项证据,如果能够确定该店有欺诈行为,并且情节恶劣,市工商局将向省工商局申请吊销他们的营业执照。

专治不低头之物价

派3人到分局督办“天价头”案

据郑州市物价局12358价格举报中心主任介绍,市物价局也专门派出3名工作人员到二七区分局督办保罗国际“天价头”事件,进展情况需要暂时保密。



停电了,电脑没法看,只好抱走了。

剃“天价头”的,还是不低头

市地税局对保罗国际进行税务稽查
电脑突然断电,已调取的单据不翼而飞
店员公然当面侮辱记者“就会写假新闻”

还是不低头之一
一问三不知

在昨日郑州市地方税务局稽查局对“保罗国际”的调查,店员多数采取“一问三不知”的应对策略。店内相关人员均称不知道谁是负责人,不知道谁是老板,没见过老板的面,连老板的电话也不知道。

柜台内一名自称是收银员的女孩解释说:“我只知道老板是叶剑文,但是没有见过。平时赚的钱都是会计来收的。”当税务局工作人员让她提供会计的姓名和电话时,她却表示没有会计的电话,也不知道会计叫什么名字。最后还自圆其说:“我们平时都是叫工号的,会计是3号,我是4号。”让人听来,哭笑不得。

还是不低头之二
突然跳闸断电

当日,市地方税务局稽查局的工作人员对柜台内的账本、报表、凭证等进行调取检查。12时20分许,当工作人员要求对柜台内电脑进行检查时,店内突然莫名停电,造成电脑等设备无法使用。问及原因,自称“4号”的

女收银员解释说:“店里的线路不好,老是跳闸。”问她电闸在哪儿,她表示:“平时都是电工来修理的,我不知道。”当要求她提供电工的联系方式时,她却摇头称不知道。无奈之下,税务工作人员只能依据相关规定,将店内两台电脑的主机带回局里,再进行检查。

还是不低头之三
查收过的单据“不翼而飞”

据介绍,在当日的稽查中,税务局工作人员共查收了账本约30本,原始单据12捆以及其他相关凭证数袋。

在工作人员对查收票据进行清单登记时,两名店内员工未经税务人员同意,趁人不注意,将存放票据的铁柜抬走,结果,税务人员发现铁柜里已查收码好的12捆原始单据“不翼而飞”。询问两名员工时,他们一口咬定,当时柜子里是空的,什么都没有,并强词夺理道:“所有东西你们都拿着,还有这么多人都在这儿看着,丢了干吗向我们要?”

经多方询问,店员始终不承认东西是他们“偷偷”拿走,郑州市地方税务局稽查局一大队队长韩德峰则表示,不见的原始票据应该只是店内员工的工资提成凭证,对查处工

作不会造成实质性影响。

还是不低头之四
胡搅蛮缠,侮辱记者

调查中,记者几经波折打听到“保罗国际”法定代表人叶剑文的电话。拨通之后,记者问对方是不是叶剑文叶总,一个操着广东口音的男子用普通话说:“是的,我就是。”然后记者表明身份,就1.2万的“天价头”事件询问他的看法,他支支吾吾一番之后,突然说自己不是叶剑文,而是叶剑文的秘书。当记者询问对现在事件进展怎么看时,他简单地说:“我们一直是正规经营。”当记者再询问相关问题时,他匆忙说:“叶总现在不在,改天再打吧。”便匆匆挂断电话。

老板如此,员工也不例外。在调查过程中,店内员工不断起哄,扰乱税务工作人员办案。一名员工以“妨碍做生意为由”推搡着让税务人员以外的“非公务人员”离开,甚至试图强行把媒体记者“驱逐出店”。遭到税务工作人员呵斥后,一名店员竟然口出恶言:“这些记者就会写假东西。看看现在的报纸,有哪篇新闻是真的?”

红罐旋风席卷全国

近年来,随着人们健康意识的不断提高,绝大多数消费者在选择饮料的时候都开始注重品牌知名度与饮料的健康性。在这种健康意识的驱使下,凉茶以其上百年的悠久文化历史、独特的口感及对身体健康的调理功效在饮料市场上红红火火、风光无限!

健康需求 王老吉统领凉茶市场

随着社会的飞快进步,人们追求新生活的脚步也在加快前进。但快节奏的生活必然会带来健康上的困扰。于是,消费者追求“健康消费”使我国饮料市场刮起了一股强劲的健康风,“花钱买健康”已经成为引导消费者消费的首要因素。

人们对健康的追求其实非常简单,就是希望能有便捷的东西能够帮助自己解决或者防止一些因不良的生活习惯或者生活压力等带来的身心问题。众多企业正是看到消费者健康消费理念的变化,纷纷投入健康概念产品行列,营养强化饮料、保健饮料、茶饮料、果蔬汁饮料、植物蛋白饮料等频出市场。如统一鲜橙多,当年以漂亮、健康的形象一亮相便获得了消费者的认同,销售量迅速攀升。娃哈哈的营养快线、美汁源“粒粒橙”等诉求“不仅嘴巴喜欢,身体更喜欢”的健康概念饮品在市场上都有骄人的销量。

红色罐装王老吉作为全新的饮料品类,以其“预防上火”的独特功能直击消费者,例如,有季节

性上火的消费者;爱吃麻辣、煎炸食品的消费者;经常熬夜“生物钟”被打乱的消费者;因喜爱激烈的户外运动而消耗体内水分的消费者。红色罐装王老吉一经上市便迅速掀起销售热潮,更引导了一种新健康消费趋势的形成。快速消费品专家陈略表示,凉茶特有的“防上火”功能,符合现代社会对健康饮食习惯的追求,加上其独有的悠久文化历史,已发展成为与碳酸饮料、果汁、茶饮料并列的又一独立新品类,且伴随凉茶始祖王老吉全国扩张步伐的加快,大有赶超其他品类之势。

行业翘楚 引领健康之饮新风尚

追求健康已经成为一种新风尚,对于健康意识日益提高的消费者来说,王老吉的天然草本原料品质正是打动人心的重要因素。

红色罐装王老吉凉茶以草本植物为原料,主要有菊花、甘草、仙草、金银花、蛋花、布渣叶等,有清肝明目、润肺、清热解暑、利湿解毒等功效。现代科学研究表明:红色罐装王老吉凉茶饮料中含有黄酮类等天然成分,有益身体健康。红色罐装王老吉是凉茶行业的第一大品牌,作为“凉茶始祖”,已有超过180年的历史。清道光年间,广州爆发霍乱,疫症蔓延。王老吉凉茶创始人王泽邦为挽救患者,不惜以身试药,研制出一种凉茶配方。这种凉茶不仅解除了乡民的病痛,也帮助乡民躲过了天花、疫症等灾难。王泽邦从此声名大振,被文宗皇帝召入皇宫,

王老吉引领健康趋势

封为太医院院令。道光十七年(1837),王泽邦在广州开设凉茶店,命名为“王老吉”。

20世纪加多宝集团率先将大碗凉茶王老吉带出了传统的凉茶铺,在秉承传统草药熬煮工艺的同时,由现代科技手段提取草本之精华,将王老吉“升级”成了一种口感适中、携带方便、适应时代健康要求的红色罐装饮品。而今,其销售网络遍及中国大陆30多个省、市、自治区,并销往东南亚、欧美等地,其火爆程度势不可挡!

红罐旋风 王老吉一枝独秀

王老吉通过广告口号“怕上火,喝王老吉”以及“尽情享受生活”的品牌内涵宣传,使其“预防上火”的概念深入人心并催生大众的消费欲望。2007年冬季,国内饮料市场上就上演了一出红色罐装王老吉“淡季不淡”的销售神话!火红吉庆的王老吉货架不仅出现在超市内,更成为餐饮、时尚娱乐场所的宠儿。

消费者的健康观念、消费观念不断在进步,王老吉“预防上火”的概念和功能恰好传递给了消费者一条全新的健康观念并满足了他们对健康的消费需求,这才是其持续热销于全国,在凉茶市场独占鳌头的深层原因,引导新消费趋势自然顺理成章。王老吉的骄人战绩不仅让自己成长为响当当的全国性大品牌,更让人们看到凉茶的市场空间原来如此之大,于是几十种凉茶品牌蜂拥而至,可口可



乐也与香港传统凉茶馆“同治堂”结成战略合作伙伴,由此足见凉茶饮料市场发展的火爆势头。

众多品牌踏入凉茶市场,归根结底,还是在于市场需求。红色罐装王老吉作为凉茶第一品牌已深入人心,品牌根基牢固,市场运作成熟。不仅让凉茶这个品类众人皆知更掀起一股新饮品趋势,刺激消费者形成消费欲望,必然促进凉茶市场的形成和壮大!而凉茶风靡全球也指日可待! 邵孝威