

麦当劳更名“金拱门” 网友炸锅

官方回应:餐厅还叫麦当劳

本报讯(记者 谢舒奕)昨天,一则消息刷爆朋友圈:大家耳熟能详的洋快餐品牌麦当劳改名了!记者注意到,麦当劳(中国)有限公司已于2017年10月12日正式更名为金拱门(中国)有限公司,并就上述名称变更取得了新的营业执照。此前8月24日,投资者名称也由麦当劳中国管理有限公司变更为金拱门中国管理有限公司。

麦当劳更名事件,令不少网友炸了锅。从发帖内容看,大家除了想知道此事的真假,还不无担心地追问:“以后在街头看到的都将是‘金拱门’门店,还要在网上搜索‘金拱门’下单叫外卖?”

对此,昨天中午,麦当劳公关部向记者解释称,麦当劳已与中信及凯雷成为战略合作伙伴,因业务发展需要,自2017年10月12日起,麦当劳中国总部的企业名称变更为“金拱门(中国)有限公司”。“这一变更主要在证照层面,日常的业务不会受到任何影响。麦当劳将一如既往,热忱为消费者服务,麦当劳餐厅名称、食品安全标准、营运流程等保持不变。”

那么,阿拉宁波的麦当劳公司名称是否有变化?昨天下午记者查询宁波市企业信用网发现,分布在我市海曙、鄞州、余姚、北仑、宁海等地的20家麦当劳餐厅、甜品站等企业的注册名称,目前均仍为“麦

当劳”。记者再输入“金拱门”关键字进行查询,结果显示我市暂时未见以此名称注册的企业。

即便如此,“金拱门”还是被众多网友吐槽是个充满“乡土气息”的名字,并炸出一堆段子手。“@手之后你还好吗”说:“还没有沙县国际洋气呢!”更有网友调侃称,堂堂麦当劳这么随意,看图就改名了?那肯德基可以叫“俏老头”,必胜客可以叫“大红帽”,可口可乐可以叫“红字母”,百事可乐可以叫“双色球”……

为何选用“金拱门”这一名称?麦当劳公关相关负责人回应记者称:“我们内部一直把‘M’logo叫做黄金拱门,因为

logo的形状与颜色都与黄金拱门契合。麦当劳金色拱门形状的标志在西方有个著名的昵称——Golden Arch,直译过来就是‘金拱门’。”

资料显示,麦当劳今年1月9日对外宣布,将最高20.8亿美元(约161.4亿港元)的总对价出售麦当劳在中国内地和香港的业务给中信股份、中信资本控股、凯雷投资集团,麦当劳将与该三方达成战略合作并成立新公司。8月4日、8月7日,中国中信股份有限公司及麦当劳中国总部先后发表公告称,在7月31日已经完成麦当劳中国内地和香港业务的交割。

沃尔玛召回 50928支进口儿童牙刷

宁波地区没有销售

本报讯(记者 毛雷君)记者从国家质量监督检验检疫总局获悉,日前,沃尔玛(中国)投资有限公司向国家质检总局提交了召回计划,召回部分进口Member's Mark品牌儿童牙刷。本次召回范围内儿童牙刷的生产日期为2015年11月18日,原产国为韩国,适用年龄段为2-4周岁儿童。据该公司统计,中国大陆地区受影响的产品数量共计50928支。

据了解,本次召回范围内产品主要存在以下问题:该儿童牙刷刷毛磨毛不合格,在使用中可能会对儿童口腔健康造成伤害,存在安全隐患。

对于召回范围内产品,沃尔玛(中国)

投资有限公司将于近日在其官方网站发布召回计划,并为消费者提供退货退款服务,消费者可登陆该公司官网(www.walmartchina.com)或拨打召回服务电话4008301366进行咨询,也可登陆国家质检总局网站进出口商品检验栏目(www.jyigs.aqsiq.gov.cn)了解更多信息。

记者经过了解,该款产品目前只在国内的沃尔玛山姆店进行销售,宁波地区的沃尔玛超市并没有经营该品种的儿童牙刷。如果宁波地区的消费者在其他城市的沃尔玛山姆店购买了该款儿童牙刷,可以拨打售货小票上的电话号码进行进一步的咨询。

市场监管部门提醒

购买保健品警惕六种招术

重阳节马上就要到了,各类保健品进入旺季,有关保健品的消费纠纷也呈现上升趋势。

市场监管部门和消保委表示,某些不法商家骗术层出不穷,给不少老年人身心及经济上造成了很大损失。其手段主要表现在以下六个方面:一是利用“赠药”“免费试用”等促销手段,让老人不好意思不给钱。二是假借科学,打着“专家免费讲座、专利、高科技、绿

色环保”旗号,以质次价高的保健品诱骗消费者。三是以养生讲座名义忽悠老年人,以赠送鸡蛋、面条、酱油等小物品相诱惑,达到推销商品的目的。四是利用老人渴望亲情的心理,嘘寒问暖,进而被骗取钱财。五是用保健品充当药品,随意夸大保健品的效果。六是投资诱惑,向老年人承诺购买保健品可按期给予高回报,诱惑老年人购买。

记者 毛雷君 通讯员 蒋慧

宁波二百提前引爆双十一

双十一网购来的产品真的便宜了吗?每年双十一之后大家心里都会冒出这个疑问。但是宁波第二百百货商店2017金秋购物节的产品是真的实惠到家了。10月26日前,商店贵宾会员的VIP卡内已自动充值了“满500元抵用30元”现金红包一个;10月27日至11月12日金秋购物节,二百不只为广大消费者准备了邀请红包,更有系列商品低于5折,刷二百贵宾卡再享贵宾优惠。

同时,依二百的老规矩,搞活动怎么能没有超值惠享呢?活动期间,在宁波二百购物实付满1000元送50元(现金券);实付满2000元送100元(现金券),依次类推,上不封顶!

银商互动也持续发酵中,活动期

间,刷建设银行信用卡消费满2111元,赠绒毛毯一条。10月27日至31日,新客户现场办理广发信用卡,可赠领20寸拉杆箱一只。同时还有飞凡APP,11月2日至12日二百将与飞凡联手推出狂欢节活动:线上特惠区30余款商品促销+专享优惠券。在享受商店所有优惠基础上,使用飞凡二维码支付,劲享随机减,最高减1111元。首单支付,满100元即享受减免20元。

此次活动正逢重阳节,二百四楼羊绒衫专题促销,羊绒衫120元起;仕女服饰优惠酬宾5折起,围巾手套帽子等保暖用品新品上市。带上最爱你的他们,趁他们还未老,趁我们还年轻,去二百用一份温暖的礼物充实他们的节日。

离开体制 不改初衷

名医俞存打造本土首家眼科连锁品牌——博视眼科

他是全国第一个给老虎做眼科手术的人,他做的白内障手术量在全国排名前三,他担任过宁波光明眼病医院院长、市第二医院、市第一医院眼病中心主任、市医学会眼科分会主委等职位。然而,他却选择了从公立医院辞职,在宁波创建了博视眼科连锁,分别在慈溪、象山、北仑设立眼科医院,宁海和海曙的连锁医院也即将正式营业。

他,就是俞存。他说要把连锁扩张的版图扩展到全国。

大牌医生的创业路比想象更坎坷

这两天,俞存基本都在位于海曙区环城西路北段的博视眼科里转悠,除了开业前的准备工作之外,他还有半天的门诊。虽然仍处于试营业阶段,但已经陆陆续续有病患找上了门。

这里曾是一家酒店,酒店的房间和病房相似,改造起来比较合适。在俞存的计划里,海曙这家连锁医院要打造成“旗舰店”,所以规模也相对要大一些,市级眼科医院是它的竞争目标。打造这家医院时,俞存已经很顺手了。可在这之前吃的苦头,只有他自己知晓。

三年前,第一家博视眼科医院在慈溪开业,由原先的一处娱乐场所改建。风风火火选好地址、做规划,俞存却被当头泼了一盆冷水:辖区卫生部门告诉他,当地已经八年没有批过民营医院了,尤其是被臭名昭著的无

良医疗机构搅和过以后。

探路者的脚步太快,经常要走在政策空白、操作生疏的天地里。当俞存交了房租定金拿着图纸去找消防审批时,又被告知目前的格局根本行不通,需要大改,所花的精力和财力都快赶上新建一栋楼了。

吸取了上次的教训之后,在接下来的新医院选址时,俞存都会先将候选房屋的图纸交由相关部门审批,通过了一道道的关卡再敲定。为此,他在宁海转了整整一年,考察了20个场所后才有了即将问世的宁海眼科医院。

当然,一路走来也并非处处不顺。去年,北仑眼科医院作为区政府引进项目得到了大力支持。由区政府牵头将各部门叫在一起开了一场协调会,一路绿灯推进。

脱胎换骨面临更大的挑战

伴随着业务规模的扩张,如何做到更好地规避风险?

俞存坦言,即使在公立医院,医疗风险也不可避免。作为民营医院,从长远看,一旦发生医疗事故,给品牌影响力造成的负面效应更是无法用金钱来衡量。作为品牌连锁企业,当某一个地方的博视眼科品牌出现危机时,其负面的“多米诺骨牌”效应很可能波及到其他连锁医院。

“我只能不断将要求提高,将医疗安全摆在首位。”

其次,企业扩张带来的人才风险不可小觑,人才流失是企业必须要面对的问题。

为了留住人才,医院允许医生技术入股,稳定了人心。目前博视的全职医生有40人左右,他们中的不少人,原来就是当地公立医院的骨干,他们多数是冲着俞存的名声而来,但也更希望实现自己在体制内可能难以实现的理想。

俞存说,他要找的,正是这样有一些追求、有一些情怀的医生。

俞存一直比较注重与患者打交道,从公立医院出来后更加重视医患沟通艺术。比如,他让医生和患者进行充分沟通,并且深入到患者家庭,了解他的情绪、生活背景和运动饮食习惯,一改往日在公立医院半天看近百人的状况;比如,他着手为病人建档,未能及时复诊的病人由客服部负责回访。

树起一面旗帜后,找到俞存交流、表达加盟想法的同行很多。目前,博视眼科在台州、绍兴的连锁医院正在筹备阶段。不过俞存提醒,医生创业要先想清楚这样两点:

第一,创业者要内心坚强,很多时候,你可能连退路都没有。第二,实践之前,一定要看看体制内外究竟有何不同,出了这个门,就要靠自己。

记者 陆麒雯