

只收书不付款 收书蛙举起平台无责

“闲置书籍当废品卖掉太可惜”，瞄准这一市场需求的二手书交易平台，凭借着“高价回收”的卖点，如今俨然已成为消费者眼中的香饽饽。而近日，北京商报记者接连收到消费者投诉称：“在‘收书蛙’上卖二手书，平台收到货却迟迟不付款，客服态度敷衍，不予处理问题。”作为一款回收专业教材类书籍的微信小程序“收书蛙”尽管略显小众，但在成立不到一年的时间里，却得到了不少大学生的关注。但如今，究竟是什么让“收书蛙”被消费者吐槽“不靠谱”？

货到不付款

“我是6月底在‘收书蛙’上申请回收旧书的，书邮过去后也显示签收了，”消费者小唐是西安某高校今年的应届毕业生，6月23日，他在一款名为“收书蛙”的微信小程序上下单，寄出了11本旧书。7天后，小唐查询快递物流信息显示“对方已签收成功”，但直到今天，过去2个多月了，他们既没给钱，也不退书。”

据“收书蛙”小程序上介绍，整个二手书回收交易的流程是：用户扫码下单，预估书籍价格——系统审核——平台安排指定快递上门取件——快递签收——1至3天内平台完成书籍核验——打款到用户钱包。”

“看到他们签收后，我就去问了客服核验情况。”北京商报记者在小唐提供的聊天记录中看到，6月30日第一次询问时，对方回复“毕业季包裹太多，核验最迟2周内会完成”。之后，我基本上每隔几天就会去问一次核验结果，但每次客服都以各种理由推脱，直到现在，也没有任何结果。”

贵州某高校的小威也遇到了同样的情况。6月7日，他在“收书蛙”上卖了26本旧书，预估价为157元；快递在6月11日就显示已签收了，之后我联系过客服很多次，对方态度一直很敷衍，不处理问题，我现在已经快放弃了。”

只丢最贵的那本

同样在“收书蛙”上下过单的消费者刘露和小燕则遇到了更头痛的问题：“亲自打包的包裹，书却少了”。6月17日，刘露在“收书蛙”上卖出了8本旧书，预估价为29.03元，其中《公司理财》第九版的预估价是15.63元，是其中最贵的一本。我跟小燕是在平台上分开下单的，然后快递一起来取的。”刘露表示，当她的核验结果出来后，“收书蛙”客服称“包裹里少了一本”，最终只付了13.4元，而少的书恰好是里面最贵的那本。

刘露已经自认倒霉，但当小燕的核验结果出来后，她才发觉自己可能被坑了”。客服告诉小燕，她的包裹里少了3本书，但多出了4本没有下单的书。按照平台规定：“多的书不算钱，少的书也不给钱”，所以小燕实际拿到了9元多，比预估价少了一半。刘露看到客服发给室友的书单发现，小燕多出的4本书里，有3本其实是自己下单的，其中就包括了《公司理财》第九版。

“我跟小燕是先整理确定好自己的书后，亲自看着快递员分别打包好的。”刘露觉得很奇怪：“而且既然我下单的3本书都在小燕的包裹里被发现，那客服为什么跟我说只少了1本最贵的书，另外2本书又给了我钱呢？”

值得注意的是，两人的快递是同时被签收的，但平台审核通过的时间却相差了一周。

消费者投诉“收书蛙”

1. 收到货不付款
2. 书籍丢失
3. 物流状态不更新
4. 客服态度敷衍，不处理问题



“收书蛙”二手书回收交易流程

1. 用户扫码下单，预估书籍价格
2. 系统审核
3. 平台安排指定快递上门取件
4. 快递签收
5. 1至3天平台完成书籍核验
6. 打款到用户钱包

实际流程

消费者1

- 6月23日下单11本二手书
- 审核通过
- 6月30日快递显示已签收
- 接下来2个月，平台迟迟不核验，客服推脱不处理
- 至今，平台未打款

消费者2

- 6月17日下单8本二手书，预估价格29.03元
- 审核通过
- 6月23日被告知少了一本最贵的书，平台付款13.4元
- 6月30日，自己下单的3本书出现在其他人书单中，其中一本是预估价最高的那本书
- 平台客服拒不补款



“如果不是快递员在我们面前打包后，回到快递员又拆开弄乱，那就只可能是他们平台收到书后搞混的。”刘露猜测道。

另有多位消费者在社交平台称，在“收书蛙”上遇到了类似上述情况。每个人的吐槽中几乎都提到了“收书蛙”客服“回复不及时”“态度差”“甩锅”“不解决问题”等情况。

平台：“我们不坑用户的钱”

带着多位消费者的投诉，北京商报记者先在“收书蛙”上询问在线客服，等待了5个小时没有得到任何回复。17:36，北京商报记者再次拨打小程序上预留的客服电话，发现该电话已经处于关机状态。

最终，北京商报记者联系到“收书蛙”负责人李永生。针对众多消费者反馈的问题，他承认确实存在着上述情况，但反复强调：“我们不会坑用户的钱”。

“主要是第一年做经验不足，目前我们总共收了四五万的单，肯定里面存在着一些异常订单。忙的时候一天要处理几千个单，有的人的单可能就会被漏掉，仓库里整理书籍的员工不多。”李永生同时提到：“目前‘收书蛙’的客服只有我一人，所以很多时候来不及回复，再加上有同学寄‘盗版书’‘破损书’等情况，自己一生气就没有控制好态度。”

当北京商报记者继续追问“客服电话为何关机时”，李永生回复说：“我们不可能24小

时都在线，可能是没电了吧。”

北京商报记者注意到，李永生在淘宝上经营了一家网店，专门用于销售从各地回收到的二手书。记者对比价格发现，二手书在店铺上的实际售价比预估价普遍高了2-10倍不等。比如《材料力学I》第六版在“收书蛙”上的预估价是1.36元，而店铺上的销售价为14元；《计量经济学》第三版的预估价是1.06元，而销售价则为5.22元。

律师：商家涉嫌欺诈

北京市中闻律师事务所合伙人赵虎认为，该平台“收到货后未按约定付款”“客服不及时解决问题”“快递签收后不更新物流状态”等行为已经涉嫌欺诈。“这已属于严重侵犯消费者权益的行为。如果该公司存在大面积的欺诈，想通过不当的方式来盈利，还可能涉嫌诈骗罪，可能将承担刑事责任。”

天眼查App显示，2019年9月30日“收书蛙”背后的丽水海纳图书经营有限公司因发行24本非法出版物，被浙江省丽水市莲都区文化和广电旅游体育局处以行政处罚，罚款5万元。据《出版物市场管理规定》，非法出版物包括：未经批准擅自出版、印刷或者复印的出版物，伪造、假冒出版单位或者报刊名称出版的出版物，非法进口的出版物。

赵虎进一步强调：“消费者如果遇到此类问题，可以先和商家进行协商。如果协商未果，但有足够的证据证明商家在说谎，就可以去市场监督管理局投诉。另外，作为商家应当诚信经营，提升自己的服务质量，如果真的遇到问题，应当及时和消费者进行沟通。”

北京商报记者 卢扬 实习记者 周阳洋



霸占票房分账榜前列 网络电影“兽类”横行

越来越多的网络电影相继上线，而惊悚、悬疑、冒险一直是热门元素，尤其是融合猛兽、怪兽的作品，往往更能吸引观众的视线。8月29日，据灯塔专业版的网络电影全网分账票房榜显示，前15部作品中有5部均与此有关，更值得注意的是，以上多部作品已上线数月，最长甚至已上线4个月，但仍保持着较高的热度，持续在榜单中占据一席之地。但随着更多作品的上线，有噱头无真材实料的挑战也已渐渐显现，影响着市场的后续发展。

前15位中占据1/3

一部名为《水怪2：黑木林》的网络电影在近日掀起较高的热度，上线9天以来，凭借着悬疑、惊悚的氛围以及“水猴子”这一怪兽的设定，已4次登上灯塔专业版网络电影票房分账榜的日冠，其他单日也均居于榜单的第二位。

正当《水怪2：黑木林》热度居高不下之时，包括《蛇王岛》《狂鳄海啸》在内的多部与怪兽及怪兽相关的网络电影也依旧夺取着观众的注意力，且据灯塔专业版显示，以上相关作品在网络电影票房分账榜前15位中占据了1/3的席位。

值得一提的是，在以上网络电影中，不乏已上线多日的作品。以《蛇王岛》为例，截至8月29日，该部作品已上线一月有余。与此同时，《狂鳄海啸》也已上线了44天，累计分账票房则已达到1192.4万元。此外，《变异巨蟒》更是早在5月2日便已上线，截至目前已上线约4个月的时间，但仍居于单日分账票房排行榜的前15位，超过不少后续才上线的网络电影作品。

感官刺激带动观影欲望

无论是《水怪2：黑木林》当下的高热度，还是《变异巨蟒》《狂鳄海啸》等其他作品，在一段时间内持续保持的热度，证明了该类作品在一定程度上契合了当下观众的需求。

“融合惊悚、悬疑、冒险等元素，并在影片中添加猛兽、怪兽等形象的作品，抓住了观众猎奇的心理，同时该类影片会通过画面、声音等方面直接刺激观众的感官，因此也会成为激发人们观影欲望的因素。”影评人刘贺如是说。也正正是因为以上特点，有不少从业者愿意制作该类网络电影，从而在激烈的市场竞争中抓住观众的注意力。

根据国家广播电视总局“重点网络影视剧信息备案系统”的数据显示，2020年，共有4514部符合重点网络原创视听节目制作相关规定的网络电影进行备案。与此同时，2021年1-6月，则有2243部网络电影完成备案，相较前两年每年均有超5000部网络电影备案相比，虽然整体数量有所减少，但规模仍不可小觑。

“数千部的规模平均到每天意味着有超

10部网络电影备案，但人们的注意力以及市场空间均是有限的，因此需要有抓点来获得观众的注意力。”在刘贺看来，不只是网络电影本身数量庞大引发的竞争，目前休闲娱乐方式的多元化也在抢占人们的注意力，因此更加考验每一部作品。

有噱头无内容引挑战

尽管多部与猛兽、怪兽相关的网络电影能够直接触动感官刺激来吸引大量观众，但也有不少作品在上线后迟迟无法带动观众的观影欲望而落寞地退出市场。

观众闫女士表示，有的作品里确实也有猛兽、怪兽之类的形象，但只是空有一个噱头，故事情节枯燥且苍白，看到前一秒便能知道后一秒会发生什么，缺少创新，同时角色的展现以及后期制作的效果也未能达到触动感官刺激的效果。

北京商报记者注意到，包括当下占据网络电影全网分账票房排行榜前列的作品也难以逃脱观众的质疑，其中《狂鳄海啸》在豆瓣电影上的评分仅为3.6分，一星评分占比达到近五成，有影评表示，不仅与此前同样选择巨鳄为形象的网络电影作品较为相似，内容质量也不敌此前的作品，影响观影体验。

据《Z世代观影偏好调查报告》显示，当下的年轻观众更加看重剧情是否足够丰富、内容是否有思想深度、是否能激起情感共鸣，以上三个因素是受访者选择作品所考虑的重要因素。刘贺认为，目前网络电影正处于提质的发展时期，此时作品的内容品质显得更加关键；虽然利用噱头进行宣发可以提升影响力，但这只是短时间内的效果，观众长期因噱头被吸引观看影片，却无法得到理想的观影体验，便会降低信任感，不利于市场今后的发展。”

北京商报记者 郑蕊



聚焦“银发经济” 2021智慧康养高峰论坛倒计时

北京商报讯（记者 卢扬 荣蕾）作为2021年中国国际服务贸易交易会卫生健康服务板块的重要组成部分，2021智慧康养高峰论坛将于9月6日在首钢园举办。本届论坛以“发展银发经济 安享健康生活”为主题，由北京市卫生健康委员会指导，北京市老龄工作委员会办公室、北京市老龄协会、北京商报社联合主办，清华大学互联网产业研究院学术支持。与会嘉宾将重点围绕国内医养结合服务发展格局、产业规范和扶持政策发展、智慧社区及科技康养、银发经济发展的机遇与挑战等问题开展学术交流与研讨。

本届论坛大咖云集，政、医、研、企”等各界的上百名精英人士将汇聚一堂。政府主管部门和行业协会的专家、知名高校和研究机构的专家、相关行业知名企业的负责人以及在养老方面有着先进经验的日本嘉宾将同台进行发言和对话。

2020年召开的党的十九届五中全会，明确提出“实施积极应对人口老龄化的国家战略”，把“应对人口老龄化”作为当前和今后一个时期关系全局的重大战略任务进行统筹谋划、系统施策。“十四五”规划和2035年远景目标纲要中也指出，要健全基本养老服务体系，大力发展普惠型养老服务。其中，发展“银发经济”被重点提及。

“银发经济”又称老年产业、老龄产业，指的是随着社会的老龄化而产生的专门为老年人消费服务的产业。随着中国社会老龄化进程加快，“银发经济”呈现蓬勃之势，老年人用品和服务供给数量及品种不断丰富。据了解，对生活日用品的

需求，只是老年群体基本生活需求的一个方面，在衣、食、住、行、游、购、医、娱等方面，老年人都有着广泛的需求。

值得一提的是，在本次论坛上《北京市老龄事业发展报告（2020）》《区域老龄产业发展白皮书》《健康上链工程》、医养普惠健康资讯平台四项内容也将正式对外发布。就北京市老年人口情况、北京市各项老龄事业取得的最新成果、西城区老龄产业发展现状、基于区块链和多方安全计算的多中心医疗数据分析与共享平台进行权威的发布及深度解读。对于激发我国经济社会发展新动能，不断满足人民群众美好生活新期待，赢得科学应对老龄化先机有着十分重要的意义。

在我国，65岁以上人群，阿尔茨海默症及相关认知疾病的患病率在5.3%左右。为引导公众对阿尔茨海默症群体的正确认知，让更多的人提早预防和早期诊断，同时也给予失智症照顾者以帮助和支持，西安汇智医疗集团有限公司、本草头条（北京）文化传播有限公司会同知名体检机构将联合启动关爱阿尔茨海默症公益行动，在提早预防和早期诊断方面给予病患有效支持。

面对老龄人口基数大、增长速度快的基本国情，作为北京市老龄工作委员会办公室、北京老龄协会和北京商报社联合打造的品牌，“智慧康养高峰论坛”意在立足北京、面向全国，共同探讨我国智慧康养行业和养老行业持续健康发展之路，分享国内智慧康养领域创新发展的最新成果，构建开放、合作、共赢的康养产业生态，打造国内康养产业风向标性的峰会，推动银发经济健康发展。