

消失的言几又 退不掉的储值卡

投诉半年至今无果

文创、咖啡、奶茶、精致复古风的装潢……这些新元素给了消费者更多走进书店的理由,也让大批书店成为网红打卡地,从北京连锁向全国,言几又书店便是其中之一。

2022年8月,北京的8家言几又书店相继宣布停止营业,多家门店紧闭的卷帘门上贴上了售后电话,并告知消费者,总部会处理闭店售后事宜。北京商报记者接到多位消费者投诉,言几又书店退出北京市场后,手中的会员储值卡消费无门、退款无门,几百上千块钱打了水漂。

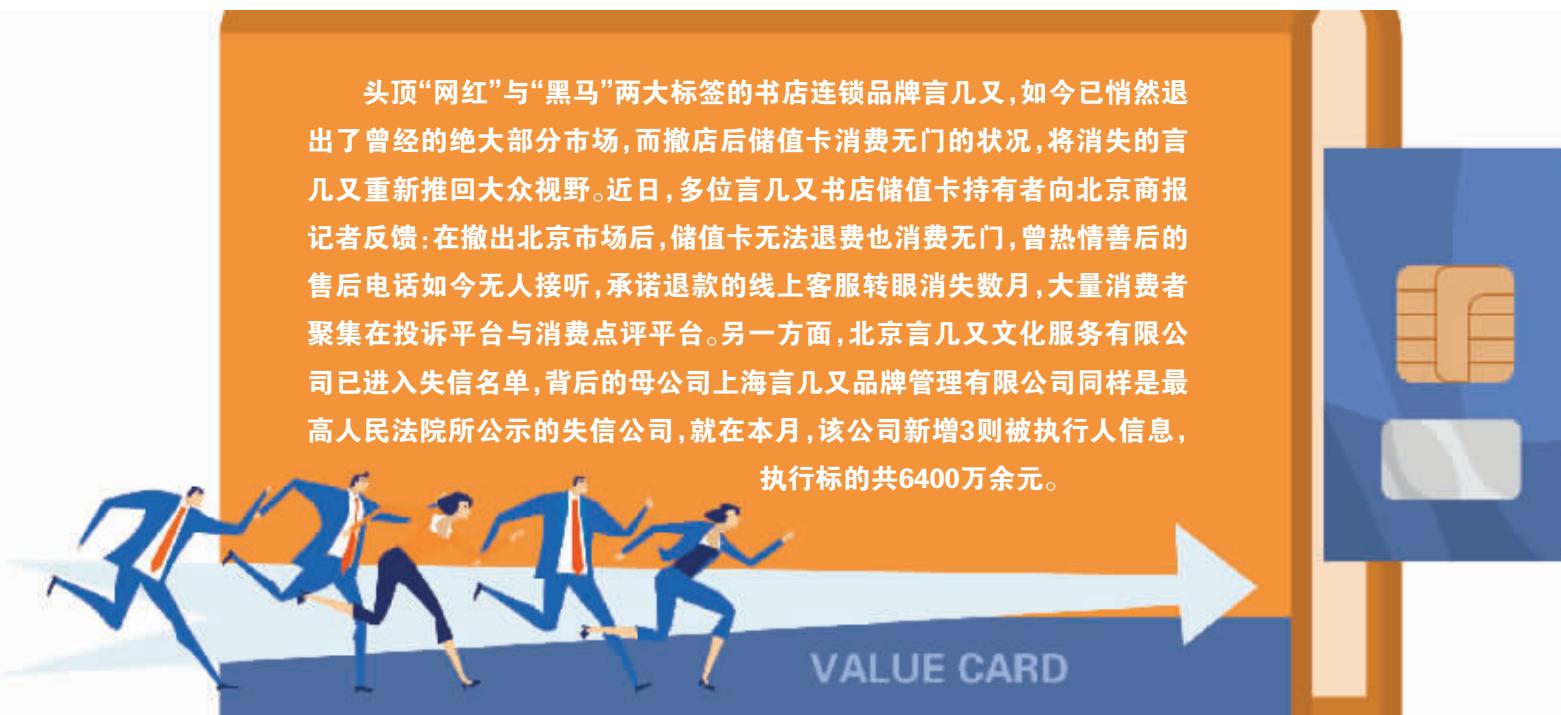
据北京某商场物业工作人员介绍,言几又搬离商场前曾安排过售后处理,也曾留下售后电话,随着其他品牌的入驻,言几又在该商场内用于售后的海报等物料也被撤下。据消费者谢文透露,其曾在2022年8月联系该商场的售后,但当时售后电话就已经无法接通。

“当初办卡是因为这里有书有咖啡,喜欢这个环境,每周都要来,而且办卡能享受新书6.8折,买文创和咖啡也有额外的折扣,办卡的时候其实没想过有需要退款的这一天,言几又在北京的大商场都有店,真没想到会大面积倒闭。”消费者Afra如是说。

消费点评网站的门店留言区也聚集了大批维权无门的消费者,手中的待退会员储值卡金额在100—1500元之间。在黑猫投诉平台上以“言几又”作为关键词检索,共出现6986个匹配结果。

部分门店可异地卡消费

“2022年6月言几又某店关门的时候,我就去别的门店现场问了退款的事情,当时跟我承诺的也是能退回,一番操作之后,终于到了等待到账的阶段,我也在线上提供个人



信息和退款账户了,但一个多月过去了,始终没有下文。谁知到了当年8月份北京的言几又门店居然全没了,我赶紧打电话过去,竟全都成了空号,这个钱到现在也没拿回来。”消费者王娜说道。

北京商报记者联系到北京言几又文化服务有限公司方面,对方提供了两个客服电话并表示退款售后有专人负责处理,但其中一个为空号,另一号码连续三天在不同时段拨打,均无人接听。

公开资料显示,巅峰时期,言几又曾在全国开出近60家门店。如今,北京商报记者依次拨打言几又官方微信显示的10家门店电话,仅7家仍在正常经营。

据言几又成都悠方店工作人员介绍,退款业务门店无法办理,需要联系官方客服,退款款项到账时间为3—5个月。

北京商报记者通过大量调查发现,截至目前仍在经营状态的言几又书店中,成都两家门店、郑州建业凯旋广场店、西安雁塔新地城店工作人员表示,在北京办理过会员储值卡的消费者,可在以上门店进行消费。

目前,多位消费者发布储值卡余额转让帖,售价基本是在原金额上打了7.5折,转让帖基本为2022年8月前后发布,但至今无人下单。“为了止损,我都开始找代刷代购服务了。”消费者董然告诉北京商报记者。

寻求退卡与转让无果的部分消费者,尝试通过二手交易平台,在言几又储值卡可消费城市寻找“代刷代购”,并承诺愿提供消费总金额的10%作为服务费。

针对这种代刷代购现象,郑州言几又门店的工作人员告诉北京商报记者,通常情况下,需要办卡人本人持卡到店才能使用。

储值背后的博弈

“您办张我们的会员卡吗,赠品很丰富,还享打折。”这样一句话,曾几何时一度是书店结账台前的标配。北京商报记者走访位于北京的西西弗书店、钟书阁等与言几又同类的连锁书店,均有会员储值服务提供。

其中西西弗书店会员充值,分300元、666元、1000元等多个档位,赠品包括新上架图书、文创、满减优惠券等,各档位各有不同。而钟书阁则为固定金额的充值卡,以卡内金额9折的价格销售。

退卡及售后方面,西西弗书店工作人员表示,会员储值卡在全国连锁店均可消费,退卡随时可以到门店办理,一般7—15天左右退款金额到账。钟书阁工作人员介绍,店内的购书卡为一

次性消费产品,不能退款但可以在全国连锁门店消费,建议消费者谨慎考虑后下单。

与购书储值卡同步在售的还有咖啡卡,充值持卡消费者可享受折扣购买咖啡等饮品,或进入消费区就座阅读,而咖啡+书店也是当下市场中连锁书店的主要转型方向。据北京商报记者不完全统计,西西弗书店往往配套“矢量咖啡”,钟书阁搭配“书痴咖啡”,樊登书店、中版书房、上海三联书店等内均设有咖啡阅读空间。

“能够提供的服务越多元化,越能吸引更多顾客,仅靠卖卡办卡赚钱这套不太行得通了。”书店老板唐嘉谈道,书店和餐饮等快消品有很大区别的,不是单个消费者能够在短时间内反复消费的场所,通过引入文创、咖啡等带有快消元素的项目,可增加顾客的到店消费频率,进而提高客单价。

据天眼查,北京言几又文化服务有限公司已进入失信名单,该公司由上海言几又品牌管理有限公司100%持股,而上海言几又品牌管理有限公司是最高人民法院所公示的失信公司,被法院列为限制高消费企业多次,4月,该公司新增3则被执行人信息,执行标的共6400万余元。

《中华人民共和国消费者权益保护法》第十六条指出,经营者和消费者有约定的,应当按照约定履行义务,但双方的约定不得违背法律、法规的规定。经营者向消费者提供商品或者服务,应当恪守社会公德,诚信经营,保障消费者的合法权益;不得设定不公平、不合理的交易条件,不得强制交易。

在北京市中闻律师事务所律师赵虎看来,首先,书店在已知自身即将倒闭的情况下,依旧引诱消费者办卡,如果涉及到资金被挪用,可能涉嫌违法犯罪;如果不涉及违法犯罪,因为市场环境不好,经营不善,公司无法正常运转,储值卡的金额会变成企业的债务。消费者维权成本较高,可以向市场监管部门投诉,或请求消费者协会调解,通过有关部门的协助进行维权。北京商报沸点调查小组

订单增3.5倍 房车游“狂飙”



春季房车游市场不断升温。4月6日,清明假期刚过,有房车租赁商反馈“五一”房车预订猛增,同比增长超3.5倍,部分房车租赁平台的订单甚至已经预订到暑期。产品预订周期拉长、长线跨省游占比提升,是今年房车市场正悄然发生的新变化。不仅房车租赁商的订单持续走高,房车生产商也审时度势,紧跟着市场变化推出多种新车型。在房车旅游市场“狂飙”的同时,市场依旧受基础设施设备不完善、专业营地数量较少等因素制约。

游客青睐长途线路

“我们马上就要出发了!”计划成为自媒体人的杨湃激动地说道,“年初,我和家人们便开始做今年的旅行计划,预计5月、6月就出发走西北线到甘肃、新疆去游玩。”十分热爱旅游的杨湃,在2021年底就购入了房车,认为当时在国内房车旅行方式会更有意思。

杨湃一边低头检查房车内的硬件设备,一边用湿抹布轻轻擦拭这几个月以来落下的灰尘,“时隔大半年,这个‘大白熊’又要陪我们出发了。西北线最近十分受欢迎,所以我们也想去体验一下。这次的行程大概需要3—4个月的时间,然后再根据计划做相应的调整,看看是回京休整还是再继续旅途”。

正在考虑和丈夫一起购买房车的刘虹表示,“我们夫妻二人的时间都比较自由,所以正打算买辆小型房车环游国内,今年准备一路向南,到重庆、四川、云南等目的地游玩,等天气再热一点就去新疆‘避暑’吃烤串、看风景”。

“虽然今年出境游重启了,但我们也看到

国际机票、酒店还是处于高位,所以还是选择了在国内旅游,开着房车也很自由,走到哪里玩到哪里。”刘虹说道。

今年以来,像杨湃和刘虹一样选择房车旅游的游客并不在少数,他们或开着自己的爱车,或在平台上进行租赁,踏上长途旅游的征程。

“五一”预订量同比增3.5倍

“除了长线游产品更受青睐以外,与前两年所不同的是,今年消费者的预订周期也在变长。”上汽房车生活家总经理杨松柏透露。

“因为暑假期间的西北风景非常优美,所以有部分游客很早就已经开始咨询相关产品并进行预订,目前已经有不少订单。”说罢,狼图腾旅行创始人王彦坤便又开始忙着与团队研究新线路。

在上汽房车生活家也发生了订单提前的情况,“甚至有部分游客在春节后提前半年就预订了暑期的产品,因为远距离产品的资源比较稀缺,不早点预订就没有余量了。”杨松柏说道。

而近一段时间以来,消费者对于房车旅游需求的持续释放,也让各房车租赁企业充满信心。杨松柏告诉北京商报记者:“进入3月以来,房车赏花游相关产品预订火热,预订量同比增长约160%。截至3月中旬,‘五一’期间房车产品预订量同比增长超3.5倍,对比2021年同期增长约180%,其中最早的一笔订单是在1月创建的。我们预估今年‘五一’房车旅游规模将恢复至2019年同期水平。”

王彦坤也表示,“最近一段时间真的挺忙的,目前咨询量和预订量涨幅较大,同比2021年和2022年都上涨了80%左右。前段时间狼图腾推出了预售活动,整体销售额在300万元左右。今年以来,整个旅游市场的恢复十分显著,预计接下来的房车旅游市场也持续向好”。

2—5人自行式房车畅销

消费者对房车旅游的热情不断高涨,也让房车生产商们尝到了甜头。

宇通房车相关负责人告诉北京商报记者

者:“宇通房车在2022年销量并未受到较大影响,反而呈增长趋势,市场占有率达到10.8%,同比提升1.1个百分点。预计2023年销量依旧呈增长趋势。”近几年来,随着房车市场的快速增长,部分房车企业也开始在其中寻找新的机会,并收获红利。

宇通房车相关负责人进一步介绍,“随着跨省游的恢复,消费者更愿意带着全家一起出游,能够乘坐2—5人的自行式房车销量增长较快,所以在生产制造方面,车间也在根据订单规划以及排产计划加紧生产”。

去年4月1日正式实施的新修订的《机动车驾驶证申领和使用规定》,新增轻型牵引挂车准驾车型C6驾照。政策的利好也增加了更多的房车用户。“房车用户确实有所增加,因为新驾照的实施,让很多不熟悉拖挂房车的消费者也开始感兴趣,同时也推动了我们的销量。”宇通房车相关负责人坦言。

根据中国汽车流通协会发布的《2022年全年中国旅居车(房车)市场报告》,2022年自行式旅居车年销量达11391辆,同比下降9.5%,月均销量超过1000辆;拖挂旅居车交易3670辆,同比增长3.6%;二手旅居车交易

7708辆,同比增长290%。可见,市场红利在不断释放。

专业营地少、设施不完善

“能够停靠房车的专业营地数量较少。”谈及房车市场目前的限制因素,杨松柏与王彦坤不约而同地给出了答案。

“虽然我国房车市场正在稳步发展,市场规模不断扩大,西南、西北线路也十分受消费者的青睐,但真正能够符合市场、符合消费者需求的房车营地几乎没有。”王彦坤坦言。

“不超过500个”这个数据是杨松柏给出的目前中国房车标准化营地配置的规模。“不仅数量少,营地的专业程度也是个问题,远达不到市场需求。房车市场在很大程度上依赖于营地的发展。所以国内现有营地水平的参差不齐,在一定程度上限制了房车市场的健康发展。”

除了营地量少、专业度低,营地配套基础设施建设不够完善等问题亟待解决。“一半以上的房车营地都只能补给水电,其他配套露营设施几乎没有。甚至很多营地仅仅是在停车场布置几个水电桩,房车用户们都不愿入住,这就成为了房车旅行发展的瓶颈。”杨松柏谈道。

中国旅游车船协会自驾游与露营房车分会秘书长刘汉奇表示,国家需要加大房车配套设施投入力度才能进一步促进房车市场发展,要让已经购买了房车的消费者消费起来更加方便,让提供房车停靠的营地企业获得更多盈利。目前,房车市场仍处在起步阶段,距快速发展阶段还要有一段路要走,各部门需要打破部门之间的沟壑,进一步提升整个社会对于房车的认识。

北京日报记者 吴其芸

图片来源:上汽房车生活家