

示意图看不懂,文字描述含糊不清,使用方法需要自己扫码——

“说不明白”的说明书

本报记者 孙亮 摄影报道

商品买到手后,消费者的第一反应就是去读一读说明书。可是,许多人发现,越来越多的商品说明书让人“一头雾水”:文字描述不清,使用方法不提……说明书简直成了一纸摆设。

6页说明书4页英文 顾客只能自己“摸索”

前几天,家住颐和庄园的曹女士给即将上大学的孙女买了一个旅行箱。按照商家的说法,这个旅行箱除了箱体,还有一辆带轮子的儿童手推车,可随意拆卸组合。

收到货后,曹女士拆开了包装,看着这个带轮子的旅行箱却不知道如何下手拆。找到说明书后,她发现说明书一共6页,其中4页是英文。中文页面里,除了产品的基本介绍,真正能派上用场的拆卸说明却只有几行:“将箱体单独抬起,让箱体挂钩从车架上分离下来(脱钩),斜着向下拉出箱体”……在说明页的一侧,还有一张两只手握紧住支架的黑白照片,照片上却没有任何指示标注。

按照简单的文字描述,曹女士只能自己“摸索”,她一使劲儿将车架从箱体上“掰”了下来。“拆是拆下来了,也不知道有没有把手推车弄坏了。”她无奈地说。

被说明书的困扰的人不在少数。市民孙先生前不久买了一顶蚊帐,结果组装的时候遇到了麻烦。“说明书只有一页纸,安装



流程写得十分简单,根本没说明明白。安装时遇到问题,还得再上网联系客服,沟通不清的只能自己琢磨了。一通忙活下来,感觉自己都快成专业安装师傅了。”他告诉记者。

“希望说明书能更好地发挥作用,如果‘只说不明’,那说明书还有什么意义呢?”市民曹女士道出了许多消费者的心声。

遇到问题需上网查 老人有些手足无措

面对语焉不详的说明书,不

少消费者都有自己的解决办法:“遇到问题可以上网查”“说明书说不明,可以直接找客服索要视频教程”。

市民彭女士网购了一台智能洗地机。她打开包装箱后,看到凹凸不平的盒体嵌着各种零件。对于这些零件的用途,说明书上并没有详细说明。为了避免麻烦,彭女士直接向线上客服求助。很快,客服发来了一系列安装的示意图和小视频。刘女士一边看视频一边安装,用了一个小时将众多零件归了位。

“虽然说明书上没有清晰的

标注,好在客服给力,没浪费太多时间。”彭女士说。

年轻人与网购平台的客服沟通轻车熟路,但是不少老年人却手足无措。这不,退休在家的徐先生为纸质说明书上的一回火。为了让孙女不用到楼下打印店打作业,他花了900多元购买了一台打印机。打印机送到家,他却犯了愁。“我按照说明书一步一步安装,到最后还是打印不出来。想要找客服问问,说明书上竟然没有联系电话。”徐先生说,说明书里竟然没有针对所买型号打印机的安

装方法,所有内容只是整体性的安装指南。

“希望厂家在制作说明书时,尽量简单点、具体点,多考虑下我们老年人的感受。”徐先生告诉记者,后来他请教邻居,这才让这台打印机正常使用。

律师观点: 说明书要“与时俱进”

“按照有关法律和标准要求,产品说明书的内容必须齐全,表述应当通俗易懂,让普通消费者都能看得懂。”我市一家律师事务所的李彬律师表示,根据《中华人民共和国产品质量法》第二十六条、二十七条规定,生产者应当对其生产的产品质量负责;产品或者其包装上的标志必须真实。

“说明书作为产品的一部分,如果说明内容草草了事,很可能会导致消费者对商品了解不充分,以致使用不当、商品损坏甚至引发安全事故,这明显损害了消费者的合法权益。”李彬表示,说明书一定要“与时俱进”,满足消费者的使用需求。可以在文字介绍的基础上,增加详细的图解、视频讲解二维码等,尽量做到翻阅说明书就能解决正常的产品使用问题,避免或减少消费者找不到、看不懂等问题。除了提供详细说明书,厂商还应该保留畅通的联系方式,方便消费者随时咨询。

如今,不少实体书店都在向复合式经营模式转型,从单纯卖书转为“图书+咖啡+文创”的休闲模式——

从卖书到文创 实体书店在转型

本报记者 孙亮 摄影报道

在书店内买上一杯咖啡或奶茶,一边享受阅读的乐趣,一边和朋友诉说心声,这是市区不少文创书店内的场景。最近几年,不少实体书店都在向复合经营模式转变,从单纯的图书经销商转变为“图书+咖啡+文创”的文创店主。

实体书店融入文创 “图书+”吸引年轻读者

7月27日上午,放暑假回到沧州的大学生刘爽(化名)约上两名高中同学,来到市区南川老街内的一家文创书店。三个人各点了一杯咖啡,然后选了几本漫画书,一边看书一边惬意地聊起了最近的大学生活。“前不久来这里逛街的时候发现了这家书店,觉得环境很好,有不少好看的漫画书,还有很多饰品和有沧州特色的文创商品,所以才约了好朋友来这里坐坐。”刘爽说,这段时间她发现,市区多了不少文创书店,吸引了很多年轻人光顾。

正当刘爽和两名同学分享漫画书的趣味章节时,市民王女士领着5岁的女儿走进了这

家书店。原来,店内有一片区域可以做手工,她们正是为此而来。给女儿选了一个哆啦A梦的玩偶让她涂鸦,王女士则选了一本小说看了起来。就这样,母女俩度过了半天充实而有趣的时光。

北欧的装修风格自带文艺范,充满文化艺术气息的公共空间,成为氛围感拉满的拍照打卡地。泰和商业广场附近一家文创书店的老板张女士表示,自从书店重新装修和布局后,店内的顾客明显多了起来,哪个年龄段的都有,以年轻人居多。

经营压力增大 书店一直在转型

“整体而言,卖书的收入占店里整体收入的三分之一。”市区解放西路一家书店的老板何先生告诉记者,他从2006年开始经营实体书店,开始以售卖教辅类的图书为主,生意还算不错。最近几年,随着各种网络平台的店铺越来越火,书店的经营越来越不景气。干了这么多年的书店,何先生不愿意离开这个行业,于是他专门去北京、天津等地考察了书店



的经营模式。回到沧州后,他重新租了店面并装修成了文创模式,生意比以前好了很多。

“如今单靠卖书或者只卖咖啡其实很难赚钱。”市区上海广场附近一家书店的工作人员表示,如今他们书店的经营模式更加多元,到了节假日就会在网络平台上开直播,用促销的模式来

吸引人气,每周的活动都不一样。

在市区一中前街经营书店的褚女士表示,如今人工、房租、书店装修等成本都比较高,同时,越来越多同类型书店的开设,致使竞争压力更大。“即便是这样,我们也一直在坚持,只要用心去做,总会有一群忠实的粉

丝。”褚女士说,“铁粉”们的支持给了她很大的动力。

回归主业还是创新 书店应找准定位

记者了解到,近年来网络平台的书店对实体书店的影响比较大。日前,一些电商举办了“直播间里的全民阅读”活动。现场数据披露,2024年第一季度,某电商图书销售超1.5亿单,每天售出图书超200万册。第三方报告显示,短视频、直播已经成为新书首发的重要渠道。

我市一家书店的资深经营者李先生表示,尽管现在越来越多的实体书店朝向多种经营模式发展,但也有书店反向操作,朝向折扣书店的方向发展。折扣书店,顾名思义为打折的书店。这种模式的最大改变是,撤掉了咖啡饮品区,只卖书,转型为折扣书店。一段时间后,这家书店也有了数量可观的顾客群。所以,这给书店经营者的启示是,实体书店应该找准自己的定位,不该一味随波逐流,只要术业有专攻,一定会迎来自己的春天。