

“仅退款”变“0元购”成商家噩梦

“一旦遇到‘仅退款’的情况,我不仅要搭运费,连货也赔出去了。”某平台商家刘某反映,他今年5月新开张的网店已遭遇多次“仅退款”。

刘某认为,平台推出“仅退款”规则的本意是好的,但如果遇上滥用“仅退款”进行“0元购”的消费者,就是商家的噩梦。

此类事件并非偶然出现。连日来,“1400元的洗衣机因无法安装被仅退款”“网购11元衣服仅退款被判赔800元”“仅退款动了谁的奶酪”等与“仅退款”有关的话题频频冲上热搜,引发人们对“仅退款”规则的讨论。

记者了解到,“仅退款”规则是指消费者在平台上买到“严重劣质、货不对板”的商品,或者遭遇卖家在未经买家允许的情况下延迟发货、强制发货等情形,平台通过多项指标进行综合评估后,支持消费者快速退货退款或仅退款不退货。该规则于2021年由某电商平台首次推出,去年12月开始得到国内多个主流电商平台的支持。然而一些人滥用该规则进行“0元购”,使得“仅退款”规则逐渐变味,成为“薅羊毛”的代名词。

受访专家认为,当“仅退款”成为电商平台标配时,一些人滥用规则恶意退款的行为破坏了规则的正常运行,从而引发买卖双方的博弈,最终容易造成买卖双方“双输”的局面。平台应当承担治理责任,不断优化并完善“仅退款”规则,合理区分商品品类和具体适用情形,提升消费体验。同时,建立商家申诉处理机制,充分吸收商家和消费者意见,平衡双方利益。

恶意申请仅退款 令商家损失惨重

今年1月,有商家发视频称,某顾客在其网店里购买了4件商品,等商品送达后,该顾客拒收1件,取走了另外3件,却成功申请了全额“仅退款”,总金额为1800余元。此后,商家和快递员联系得知,此人这样操作已有多次。商家向平台申诉未果,只得报警处理。

据公开报道,今年“618”期间,一女装商家店铺营业额达1000万元左右,但扣掉“仅退款”数额350万元、“退货退款”数量380万元,刨除各项成本开支后,该店铺亏损约60万元。

记者注意到,在社交平台上,商家对于“仅退款”的吐槽不少,他们纷纷晒出“仅退款”带来的损失,公开“声讨”平台判罚有失公允等。

某美妆品牌负责人徐某近期也被恶意“仅退款”弄得焦头烂额。原来,一名消费者在其开设的所有平台品牌店铺把某款产品都买了个遍,然后通过未经证实的过敏照片全部申请“仅退款”。

“关键是平台还给强制退款了。”徐某无奈地说,“商家对消费者过敏凭证提出异议,申请平台介入时,品牌售后处理的客服分会下滑,分数过低就无法与人进行合作,所以一般只能自认倒霉。”

据了解,过敏可退服务在相关平台均有实行,消费者只要提供有效凭证,在一定时间内即可向卖家申请退款。徐某反映称,不少消费者并不会提前进行沟通,而是直接提出“仅退款”,“一般平均一个月,几个平台加起来可能就有100多单申请‘仅退款’”。

最终,为应对“防不胜防”的“仅退款”行为,徐某不得不选择将低客单价产品下架,把“仅退款”的代价提高,以及通过识别经常“仅退款”的客户,不为其发货等方式降低损失。

长期关注电子商务领域的北京瀛和律师事务所律师陈栋介绍,“仅退款”规则推出的初衷,是为了保障广大消费者的权益,提供更加便捷的服务模式,但是复杂的网络购物环境使“仅退款”在实际应用中暴露出一些交易风险,催生了不少矛盾。

“‘仅退款’规则对消费者来说是一种便利的服务,因为他们无需承担退货的物流成本和时间成本。但对于平台和商家来说,需要谨慎处理,以防止该规则被滥用,导致无故退款造成经济损失。”陈栋说。

他注意到,不少合规经营的商家都会碰到买家利用该规则“薅羊毛”的情况,其借着“快递外包装破损”“买的食品不好吃”等理由,恶意申请“仅退款”,导致部分商家损失惨重。一些小商家因为被大量“薅羊毛”而入不敷出,甚至面临倒闭的局面。



记者梳理公开资料发现,如今网上甚至滋生了一个新群体,新手只需支付28.8元至298元不等的费用即可进群,由专人授课指导他们如何通过投诉商家、利用发货时间差、使用应对客服的话术等手段实现“薅羊毛”。

相关机构近日发布的《2024年(上)中国电子商务用户体验与投诉数据报告》显示,今年上半年,全国网络消费投诉十大问题类型中,退款问题占比高达28.31%,其中有不少“仅退款”的案例。

有商家忍气吞声 有商家告上法庭

在众多“仅退款”案例中,和商家协商后确定“仅退款”是一种相对和平的方式。在某些买卖双方无法达成一致的情境下,平台便会介入,以第三方的身份作出判决。在不少商家看来,这也是“仅退款”规则颇受诟病的地方。

前段时间,某平台商家安某就遇到了这样一起售后纠纷,“对方一开始申请的是退货

退款,我们收到退货商品后发现少件,并且包装也出现了破损,所以就拒收了,表示不同意退款或者只能部分退款”。

安某说,她本想通过拒收退货结束退款流程,之后再重新与买家沟通,但没想到买家随即申请了“仅退款”,客服介入后直接同意了买家的申请,“我们最后钱没了,货也没收回来”。

“平台推出的‘仅退款’规则,并没能给商家安全感。”安某说,于是更普遍的做法是,商家们选择将“仅退款”的损失纳入运营成本,通过降低生产成本或提高商品价格等手段,确保即便有20%的“仅退款”比例也能盈利。这部分的成本,最终将由普通消费者买单。

多名受访商家告诉记者,面对这类“非商品本身质量问题退款”的情况,他们通常会选择向平台申诉解决问题,如果申诉不成功,还可以选择到当地法院起诉平台或买家,获得赔偿款。

某平台客服称,商家可以进行“恶意行为投诉”,比如恶意仅退款不退货,不过需要商

家举证“聊天或维权记录中体现买家已收到商品且以占有为目的”或“买家账号存在退款异常”。但通常商家的“恶意退款投诉”并不能直接影响买家关于退款的维权处理,如遇到消费者不合理的退款申请,可及时拒绝并与消费者友好协商,必要时可申请平台介入协助处理。

现实中,面对这种“薅羊毛”的行为,部分商家选择忍气吞声,但也有些商家选择“争一口气”。为了价值不到100元的12双袜子,一名网店女店主曾驾车千里从上海追踪至河南开封为自己维权;江苏一名网店店主则因一盏标价30多元的吸顶灯被恶意“仅退款”而把买家告上法庭,通过诉讼捍卫自己的正当权益。

2023年10月,来自北京的苏先生花49.9元网购了一件黑色卫衣,收货后他以商品存在质量问题为由申请“仅退款”。商家请苏先生提供照片证明,并表示没有穿洗过可以申请退货退款。但苏先生并未理会,仍通过平台申请“仅退款”,最终成功收到退款24元。

因不满苏先生的行为,商家向法院提起诉讼,主张己方已依约交付商品,苏先生负有及时支付货款的义务。今年6月,法院判决苏先生向该商家返还货款24元。

在一些判决中,消费者恶意“仅退款”,不仅需要退还货物或货款,还被判支付商家维权产生的费用。今年5月,苑女士就因强制“仅退款”,拒绝寄回商品,被法院要求退还25元货款,同时向商家支付因维权产生的律师调档费1000元。

陈栋认为,商家面对恶意退款,应当保留交易记录、通讯记录和其他相关证据,以便在发生争议时保证平台支持商家的立场,并及时与电商平台保持沟通,反馈和解决在执行“仅退款”政策中遇到的问题。

“若是遭遇电商平台不公平对待或消费者恶意利用规则损害自身合法权益,商家应积极应对,依法利用仲裁、诉讼等法律手段维护自身权益。”陈栋说。

本报综合消息

每年产生4亿部废旧手机都去哪了

数据显示,近5年来,我国每年产生4亿部以上废旧手机;“十四五”期间,手机闲置总量预计达60亿部。废旧手机都去哪了?回收堵点卡在哪?如何推动回收行业规范健康发展?

作为“消费促进年”的一项重点工作,消费品以旧换新成为今年的热点话题之一。而消费品“焕新”后,大量旧产品特别是手机等电子产品的回收处理问题也备受关注。

市场空间有待挖潜

中国循环经济协会发布的《废旧手机回收与利用公众行动手册》指出,促进二手手机的流通和交易,对用户个人而言可以得到经济补偿,对社会而言,除了具有环境效益和资源效益外,二手手机的回收和交易也具有巨大的经济效益。

在可观的利润和广阔的市场吸引下,越来越多企业加入这一赛道。近年来,闲鱼、转转、爱回收、回收宝、同城帮等回收企业利用互联网优势,打通用户和企业之间的信息屏障,促进了闲置手机的回收和再次销售。此外,手机品牌商和销售渠道也在推动手机回收市场的发展,通过以旧换新等策略,鼓励用户出售旧手机。

除了回收平台,一些手机品牌商也是二手手机流通环节上的重要一环,不少商家通过以旧换新寻求扩大销售的机会。

在北京市一家华为专卖店,一位销售人员告诉记者,销售新手机时会鼓励用户以旧换新,旧手机回收价格会参考合作平台的评估标准,如果用户认可就可以当场置换,旧手机则由合作平台回收。近两年,门店参与以旧换新的消费者数量持续增加。

今年3月,国务院印发的《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》明确提出,完善废旧产品设备回收网络,加快“换新+回收”物流体系和新模式发

展;支持二手商品流通交易,推动二手电子产品交易规范化。业内人士表示,这一政策将进一步刺激二手手机市场的规模扩张,以旧换新将成为推动二手手机回收市场发展的重要动力。

回收体系仍存堵点

与手机保有量和报废率相比,我国手机回收率仍然较低。万物新生集团(爱回收)执行总裁王永良分析指出,由于回收过程信息不对称,缺少统一的质检与定价标准,讨价还价耗时耗力,加之对数据安全、隐私泄露等的担忧,用户回收意愿较低。

尽管近年来有不少“正规军”加入这一赛道,但二手手机交易依旧存在诸多痛点。“由于交易物非标准化,买家与卖家之间存在信息差,一些渠道交易不透明使得信任难以建立。从企业角度看,二手生意虽好,却是一门慢生意、苦生意。”转转集团CEO黄伟坦言。

记者在一家位于大型商场内的品牌手机专卖店随机采访了10多位购买新手机的用户,当面对是否准备把旧手机转卖出去的问题时,仅有两位表示已将手机分别放到了转转、闲鱼和京东回收平台上。

上海金融与法律研究院研究员刘远举表示,手机型号五花八门,配置差别也很大,非标准性的二手产品更是情况复杂,用户难以判断质量优劣。建立一个成熟的鉴别系统,对于优化二手手机回收过程至关重要。比如,转转推出“官方验”服务对手机进行严格质检,根据功能、成色等因素判定手机新旧程度,并出具质检报告,最终给出合理的市场定价。

相较于交易过程存在的堵点和风险,数据安全和隐私保护是不少用户更为关心的问题。消费者杨洋告诉记者,家里闲置的手机中大都存放着重要照片、通讯录、社交平台的聊天记录、购物平台的交

易记录等,“如果不能彻底清除这些隐私信息,担心会给自己和家人带来麻烦”。

多方合力破解痛点

近年来,二手手机回收领域越来越受到关注,但由于市场相对较新,相关法律法规还不完善,尤其是在行业标准化建设方面还有所欠缺。如何在保护用户利益的同时保持企业的发展活力,是摆在监管机构和企业面前的共同课题。

中国旧货业协会副秘书长关鑫表示,透明度和标准化是行业发展的关键,“虽然转转、爱回收等企业都在尝试制定企业、行业标准,但实际操作中,人测与机测也会存在差距,导致用户对二手交易平台的质量分级、鉴定估价等方面存在质疑。企业在回收评估、售后保障等方面要建立更加透明和标准化的运营体系”。

在二手手机交易与服务行业,越来越多的规则正在被明确,为行业合规运营和可持续健康发展带来了显著推动力。相关企业应就用户关心的问题提供更多技术保障和权益保护,让用户无后顾之忧。此外,各回收商应着力提升自动化质检技术,减少主观因素对质检准确率的影响,推动企业运营效率的提升,进而促进行业规范化、规模化发展。

“任何一个产业痛点问题的解决,都必须依靠市场本身的演化。”上海金融与法律研究院研究员刘远举建议,在市场层面,加强回收网络建设,提供便捷高效的回收服务;加强科技创新,实现数字化和智能化回收;加强产业链协作,推动制造商、销售商、回收企业和再生产企业等各环节形成联动。在管理层面,进一步健全相关法规政策,建立优化统一的行业标准,包括技术标准、质检标准与定价标准等。在用户层面,加强废旧手机回收宣传科普,在规避隐私泄露风险前提下,提升用户回收意愿。

本报综合消息