

“绝大多数裙子都被穿过了，打开包装后一股难闻的异味扑鼻而来，完全无法再次销售，只能报废。”近日，面对400多件被退回的裙子，浙江金华的网店老板姚先生心痛不已。姚先生查看退货订单后发现，这些订单为集体退货，他直接损失近8000元，还导致网店退货率飙升。记者采访了解到，高退货率已成为一些电商平台的突出问题，有的消费者为了获取不当利益，在网购中肆意利用“七天无理由退货”等规则“薅羊毛”，令一些商家叫苦不迭。受访专家认为，消费者无理由退货应当遵循诚实信用原则，不得利用无理由退货规则损害经营者和其他消费者的合法权益。

“七天无理由退货” 规则不能滥用



网购商品用完就退，网店老板有苦难言

今年6月，来自广东广州的网店老板王先生遭遇了大量顾客提出的退货申请——“六一”国际儿童节前夕，一些家长为满足孩子参与节日活动的需求，纷纷前往其网店选购童鞋。活动结束后，一些家长又将鞋子退还回来，其中部分鞋子已经磨损严重。

“每年都会发生类似的事情。这种现象不仅限于个别消费者，个别学校也存在批量订购服装，再在活动结束后将大部分服装退回的情况。”王先生气愤地说。

记者采访发现，由于个体身材与审美的差异性，服装类商品的退货率一直居高不下，尤其女装是“重灾区”。甚至有人专门研究如何将自己穿过的衣服退给商家，并在网上炫耀“成功案例”。

有卖家反映称，一般平台都要求“七天无理由退货”，而且有运费险，买家没有任何损失就可以退货。但对于卖家来说，退回来的商品要重新处理、包装，加上快递费，一单的损失可能要卖10单才能赚回来。

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，推出“七天无理由退货”规则的初衷，是为了使网购消费者享有与实体商场购物同等的检查、试用商品的机会，从而自主决定是否进行交易，以充分保障消费者的知情权和选择权。

陈栋说，这一规则的适用范围为通过网络、电视、电话、邮购等非面对面的销售方式销售的商品，另外还存在不适用“七天无理由退货”的“四加一”种情形，包括水果蔬菜等鲜活易腐烂的商品、在线下载的数字化产品等。

为保护消费者权益，“七天无理由退货”规则从线上延伸到线下，很多大型商超、品牌连锁店纷纷作出无理由退货承诺，有的还将退货期限从七天延长到三十天。

现实中，有人利用该规则“任性”退货，还有人在网店购买正品服装后，以各种理由以旧换新虚假退货，谋取不法利益。

今年3月，上海长宁警方接到辖区某运动品牌工作人员报案，称在梳理网上销售订单时发现，有人在多个平台大量购买鞋类、衣服等商品，后以收到的商品存在质量问题或发错为由申请退货，但实际退货的商品为同款二手瑕疵品或同品牌低价商品，订单数额较大。

经查，杨某、张某合作收购二手鞋，经过翻新修复再出售。为了谋取更大利益，两人多次从官方网店购买同款运动鞋，在收到快递后把二手旧鞋退还给商家，新鞋则被挂上二手交易平台，以6折左右的价格出售。截至案发，两人累计调包100多次，非法谋利2万余元。

利用运费险薅羊毛，成本极低收益不小

“在激烈的市场竞争中，利润趋低的怪圈迫使电商经营者不得不压低价格，但过低的价格会导致部分产品质量变差，从而带来高退货率，如此又将加大电商经营者的成本，形成恶性循环。”陈栋说，此外运费险的设置为消费者提供了便利，也是增加退货率的原因之一。

某女装品牌创始人方建华近日发文呼吁关注“强制运费险”。他认为，在电商平台退货率普遍高达60%的情况下，开通运费险变成商家参加大促活动的强制性要求，给商家带来了巨大负担。他粗略算了一笔账：服装行业一笔退货订单，在没有实际收益情况下要付出成本约15元，等于商家的广告费、包装物料、快递费投入直接打了水漂。如果按照销售额1000万元，客单200元，保守算40%退货，损失成本就高达30万元以上。

记者在某社交平台搜索发现，有不少博主教大家如何“薅运费险羊毛”的攻略——利用运费险存在的漏洞，通过下单再退货，赚取退货快递费与运费险赔偿的差价。例如，买家从直播间购物后，再找便宜的快递退货，如用5元的价格退货，却能收到运费险10元的补贴，从而获得5元的差价。数量越多，赚得越多。

遇到这种买家，商家往往没辙。业内人士介绍，有人专门租仓库做起薅运费险羊毛的生意。这个生意规模化操作，“利润非常可观”。

有商家告诉记者，平台实际上也在打击这类用户，如果识别到其退货次数和退货率异常，会限制其消费权限，严重的会被封号。不过，注册一个新用户的成本非常低，“羊毛党”会用批发来的号码不断注册新的电商账号，继续薅运费险羊毛。

“薅运费险羊毛的行为，实质是以非法占有为目的，通过虚假交易制造保险事故，骗取保险金的行为，破坏了市场秩序，也损害了诚信经营的商家利益。”北京京本律师事务所主任连大有认为，此类行为或将导致运费险成本上升，最终产生的经济损失将由所有消费者和商家共同承担。

“一旦运费险政策收紧，将伤害消费者正常退换货权益，商家的销售也将受到影响。”连大有建议，全面排查现有运费险政策，识别并填补漏洞，明确界定运费险的使用范围和条件，加大对保险诈骗行为的处罚力度，提高违法成本，形成有效震慑；还应充分利用大数据和人工智能技术，快速识别异常交易行为，确保平台能够及时发现并打击薅运费险羊毛行为。

记者在采访中发现，还有个别消费者瞄准了商家精心准备的包装纸箱。他们利用平台的退货规则，在收到商品后立即选择退货，理由多为“不要了”。商家收到退货后发现，原包装纸箱不翼而飞，取而代之的是一层薄薄的泡泡纸。

“面对这种情况，我们在维权时往往难以找到有效的法律依据，只能白白承受退货带来的经济损失，还要花费大量时间和精力处理退货事宜。”有商家如是说。



诚实守信理性消费，维护良好消费环境

今年7月1日起施行的《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》规定，消费者无理由退货应当遵循诚实信用原则，不得利用无理由退货规则损害经营者和其他消费者的合法权益。

“上述规定属于新增规定，其目的是规制长期以来滥用无理由退货权的交易乱象，明确了诚实信用原则是无理由退货权立法的根本原则。”连大有说。

中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江介绍，“七天无理由退货”规则是为了保护消费者的合法权益，但法律也规定，如果消费者退货的商品已经使用或影响了二次销售，商家可以拒绝退货。

陈音江说，商家要依法执行“七天无理由退货”的规定，对于符合退货条件的，应及时予以退货退款；对于确实不符合退货条件的，可以给出合理理由后拒绝退货，尤其是不能将使用过或出现明显瑕疵问题的商品再卖给其他消费者。

连大有认为，消费者与经营者同为市场交易主体，都应当遵循最基本的市场交易规则，诚实守信，理性消费。当消费者不合理地滥用无理由退货权给经营者的合法权益造成损害的，经营者可根据具体情形要求消费者承担相应的侵权责任。

“消费者在购物前要做好充分的市场调查，了解产品的品质、价格等信息，以便作出明智的选择。”连大有呼吁，电商平台和监管部门应当积极完善政策、加强监管、提升技术，共同维护公平、健康、有序的网络购物环境。

陈音江建议，监管部门和消协组织要加大对有关法律法规和消费知识的宣传力度，指导商家诚信守法经营，引导消费者理性消费、依法维权。

据《法治日报》

