

“仅退款”规则生变:三方博弈的新平衡

近日,淘宝、拼多多、京东、抖音、快手等电商平台先后发布公告,就修改售后服务规则征求意见,表示平台将不主动介入消费者的“仅退款”申请,由商家自行处理。

目前,京东已明确在4月30日起实施新规则,淘宝称将于7月逐步实施,抖音、快手、拼多多还没有明确新规的落地时间。

“仅退款”是电商平台为优化消费者购物体验而推出的一项售后服务机制,通常指消费者在特定条件下,可无需退货直接获得退款,如商品存在严重劣质、货不对板等问题,平台经评估后可以支持消费者仅退款不退货。

不少商家反对“仅退款”机制

“仅退款”最早可追溯到亚马逊于2017年推出的“退款不退货”政策,这一政策主要适用于低价值商品(如低于25美元)或退货成本较高的场景,比如商品损坏或与描述不符时,消费者无需退货即可获得退款。

2021年,拼多多上线“仅退款”售后模式,这一机制逐渐走进大众视野。其初衷旨在为消费者打造更便捷的售后体验,尤其在低价商品(比如生鲜、日用品)交易中,退货成本常常与商品价值相差无几,因此允许消费者无需退货即可获得退款。退货流程的简化也鼓励了消费者下单。

在后续两年内,“仅退款”并未掀起大规模热议。直至2023年年底,淘宝、抖音、京东、快手等主流电商平台陆续跟进布局“仅退款”,这一规则成为行业标配。

一位不愿具名的某平台商家对记者表示,“仅退款”不可能完全取消掉,消费者“仅退款”的选项肯定还会保留,不过一般情况下可以选择拒绝。

然而,消费者与商家之间的矛盾并未因“仅退款”规则而减少。部分人将“仅退款”规则异化为“0元购”的手段,“薅”商家的“羊毛”,甚至行业催生出了一条专门钻空子的“白嫖”产业链,损害了部分正常经营商家的权益。

2024年以来,围绕退款不退货的纠纷频发,“追踪仅退款的人”等话题频上热搜。被恶意“白嫖”的商家为追讨9.9元短袖、12双袜子等小额订单,不惜跨省追踪买家、诉诸法律途径维权的事件频发,也让大众直观地了解到商家端对“仅退款”的看法。

《2024年电商平台“仅退款”调查报告》显示,在2000余个主流电商平台商家中,89.05%的商家对“仅退款”的实施持非常反对态度,仅有1.06%的商家未遭遇“仅退款”。2021年至2024年7月,法院共处理“仅退款”案件约500起,在2023年达到最高。



商家重新掌握“仅退款”话语权

2024年下半年以来,淘宝、天猫等平台也多次公开表示对“仅退款”规则进行松绑,减少或取消售后干预,使得一部分高分商家在面对“仅退款”情况时拥有更多自主协商的空间。

比如,2024年8月9日起,对于店铺综合体验分≥4.8分的商家,淘宝平台不再通过旺旺主动介入、支持收货后的“仅退款”,而是给予商家更多自主处置权。同时,依据体验分给予不同程度自主处置权,体验分越高,商家处置权越大。此外,淘宝优化申诉环节,商家发起申诉后,平台会请第三方检测机构对商品进行抽检,若检测通过,平台将赔付损失给商家。为了拒绝有异常行为的“仅退款”诉求,淘宝还升级了异常行为识别模型,加强对异常高频退货、寄回调包、退货后物流异常等情况的识别,有效甄别并打击羊毛党、黄牛党。对于较高金额“仅退款”,由平台客服人工审核,确保公平公正。

在近日多家电商平台发布的售后服务规则调整中,并非完全取消退款功能,而是针对消费者收到货的情况下,退款时是否同步退货,将由商家与消费者自行协商决定。

淘宝更新的《淘宝平台争议处理规则》显示,如果买家退货前若商品性质已不适宜退货,或买家退货存在困难,卖家应为买家退货提供必要的协助,卖家未协助或卖家协助后仍无法完成退货的,交易支持退款。此外,经判断卖家出售的商品存在描述不当、混淆误导、伪劣等情形的,平台售后支持退货退款,并删除去了退款选项。预计新规将于7月份陆续生效实施。

《拼多多售后服务规则》征求意见稿提出,商家应

在用户提交退款无需退货申请后36小时内进行处理,如果商家逾期未处理,平台将视实际情形判定是否支持退款给用户。同时,平台有权基于用户申请、用户投诉和/或店铺售后等因素自行决定适当缩短商家处理时限。

《京东开放平台售后服务管理规则》及相关规则的公示通知中提到,为进一步保护消费者权益和商家自主经营权,现针对平台售后处理规则中的退款相关规则进行修订完善。修改内容主要针对当前退款场景中存在的问题,对退货退款相关情形的处置规则和商家售后服务管理规范进行明确。

抖音称,充分支持商家与消费者自主协商解决售后问题,非必要不介入消费者在已收到货后的不退货全额退款售后申请。如消费者无法完成退换货或商品已不适宜退货(已拆封的食品、已损毁的商品等),平台支持消费者退款,商品由商家负责联系消费者收回。

中国服务贸易协会专家委员会理事张立平认为,当前电商平台“仅退款”政策的调整(部分取消或严格限制)体现了平台、商家与消费者三方的利益博弈,标志着电商行业规范化发展的新阶段,是电商平台从粗放增长转向精细化运营的信号,本质是平衡效率与公平。在数字经济的浪潮下,电商平台需要通过技术创新和信用体系的完善,寻求消费者权益保护与商家经营安全之间的精准平衡点。

上述某平台商家表示,若自身商品确实存在质量问题,平台干涉无可厚非。若遭遇买家恶意滥用“仅退款”退货规则时,平台应当给予争辩申诉的权利。随着“仅退款”相关规则调整落地,商家将重新掌握处理“仅退款”的话语权。

重塑电商生态

自去年年底以来,监管部门对“仅退款”机制频频释放信号。

2024年11月,市场监管总局约谈6家电商平台,指出“仅退款”规则挤压商家生存空间、助长低质低价竞争风气等问题,提出具体整改要求,落实平台企业主体责任。

今年1月,市场监管总局副局长束为在新闻发布会上表示,2024年,市场监管总局推动优化平台经济领域竞争生态,督促各大电商平台整改“仅退款”和平台补贴、价格收费等领域存在的突出问题,让竞争环境更健康。束为表示,约谈以后,主要电商平台对“仅退款”规则进行了优化,为平台内商家提供了更大自主权。

3月5日,十四届全国人大三次会议首场“部长通道”在人民大会堂举行,国家市场监督管理总局局长罗文接受记者采访时表示,针对平台滥用“仅退款”规则,造成商户货款两空的突出问题,将督

促平台明确规则的适用范围和具体情形,保障商户正当权益。

国务院《网络商品交易及服务监督管理条例》立法组副组长、网经社电子商务研究中心主任曹磊指出,电商平台中“仅退款”规则叠加“自动限价”“全网比价”等机制,形成恶性竞争,导致商家利润空间被压缩,部分商家因高比例退款陷入亏损。“仅退款”规则的初衷是提升消费体验,但其滥用已导致商家与消费者权益失衡,需通过技术升级、信用体系建设和政策协同实现“效率与公平兼顾”。

“如今‘仅退款’规则的变化,是电商规则变化的一小步,也是电商环境扭转的一大步。恶意买家滥用政策‘薅羊毛’的行为再也行不通了,这将大幅提升商家的经营积极性,优化营商环境,有望进一步刺激平台经济的消费热情回升。在这个基础上,政府监管部门因势利导,一锤定音,给所有诚信经营的商家吃了个定心丸。这也是今年电商营商环境的标志性事件,电商创业从此进入顺风局。”曹磊补充阐述。

来源:法治周末

