

## 网络购物退货纠纷频现

# “七日无理由退货”如何用着更舒心

数字经济背景下,新类型商品、商业形态等都发生了很大的变化。拆开的盲盒、激活的手机、网购的演出门票、买断的游戏等能“七日无理由退货”吗?根据《中华人民共和国消费者权益保护法》,经营者采用网络、电视、电话、邮购等方式销售商品,消费者有权自收到商品之日起七日内退货且无需说明理由。到什么能退?什么不能退?商家自己定义的“不支持七日无理由退货”合法合规吗?今年3月,北京互联网法院发布涉“七日无理由退货”纠纷案件审理情况。法院指出,涉此类消费纠纷案量总体呈上升趋势,越来越多的商品在适用规则上存在争议,包括“不宜”退货商品的范围认定、退货商品“完好”的标准判定等难点。



图为消费者在网购。闫利 摄

权”,但也需要注意,消费者权益的保障并非无原则、无条件的,而是有理由有度的。李琴介绍,《暂行办法》第七条对《中华人民共和国消费者权益保护法》第25条第2款“其他根据商品性质并经消费者在购买时确认不宜退货的商品,不适用无理由退货”的相关情形进行了明确,确定3种情况的商品经消费者在购买时确认,可以不适用“七日无理由退货”规定:拆封后易影响人身安全或者生命健康的商品,或者拆封后易导致商品品质发生改变的商品;一经激活或者试用后价值贬损较大的商品;销售时已明示的临近保质期的商品、有瑕疵的商品。

“‘七日无理由退货’是《中华人民共和国消费者权益保护法》为了保护网络购物方式下的消费者而设立的规则。然而,这个权利不能被滥用,否则将增加企业和社会的成本,有悖于诚实信用原则。”李琴表示,网购的“七日无理由退货”并不等于消费者可以随意退货,“七日无理由退货”有严格的适用条件和特别的例外情形,消费者和商家均应当了解和研究,做到心中有数,合理行使权利,合法履行义务。(综合)

“七日无理由退货”注意事项

消费者在网购时应注意甄别“七日无理由退货”商品的适用范围,理性消费;网购商品“七日无理由退货”,要确保商品完好,及时退回商品,并保留退货凭证;确保商品能够保持原有的品质、功能,商品本身、配件、商标标识齐全;基于查验需要而打开商品包装,或者为确认商品的品质、功能而进行合理的调试视为商品完好;除与经营者另有约定外,“七日无理由退货”由消费者承担退回运费。

“无理由”不等于“无条件”

消费者需要明确的是,“无理由”并不等于“无条件”。

浙江工业大学讲师、华东政法大学博士李琴认为,电商购物经济的新发展,催生了消费者需求的迭代升级,同时也伴随着网络购物法律问题的产生。为保护网购消费者的权益以及规制互联网平台的市场竞争秩序,2013年修订的《中华人民共和国消费者权益保护法》第25条赋予消费者“网购后悔

### 商家拒绝退货理由五花八门

据媒体报道,消费者林女士在某电商平台购买了一块手表,由于不合适,于是申请了“七日无理由退货”,在快递员上门验货后寄回。而商家收到商品后却告知林女士,手表有划痕、碎屏等问题,不支持退款。但林女士表示,“物品从拆开到验货退回都有监控视频为证,商家一直无视我的证据,并且也没有出示手表有损坏的证据。”

无奈之下林女士向平台投诉,但客服专员告知林女士,商品有损坏无法退货,只对林女士进行道歉并赔偿500元。林女士反映,“至今商家依然没有出示相关证据,也没有全额退款,我一直无视我的合理诉求。”

不仅如此,商家拒绝退货的理由也是五花八门。消费者王先生也反映,自己在某电商平台购买了一套声卡和麦克风,平台页面上明确显示“七日无理由退货”。收到货当天,王先生发现麦克风刺耳炸麦,于是申请退货,但商家以“拆封不退”为由驳回其申请。

### “七日无理由退货”存争议

“七日无理由退货”作为保护消费

者权益、增强消费能力的重要规则,在网络消费领域发挥着重要作用。同时,随着网络消费渠道向多元化方向发展,“七日无理由退货”规则适用在司法实践中也逐渐出现一些新问题。

“近几年,涉‘七日无理由退货’案件呈现四个新特点。”北京互联网法院党组成员、副院长赵瑞罡介绍说,一是规则适用范围引发的争议增加,越来越多的商品是否适用“七日无理由退货”规则存在争议,由此导致案件数量增加,例如门票、黄金、玉石、珠宝等商品能否适用,在司法实践中存在争议;二是在电子商务平台适用“七日无理由退货”“仅退款”规则的过程中,因通过平台无法维护合法权益,电子商务平台内经营者起诉消费者的案件数量显著增加;三是因格式条款排除规则适用引发的争议数量增加,电子商务平台内经营者、电子商务平台通过设置格式条款,排除“七日无理由退货”规则适用,由此导致的案件数量增加;四是基于退换货引发的争议增加,在退货退款过程中,因消

# 中消协等机构联合六家电商平台发布倡议

## 规范适用“七日无理由退货”规则

本报日前,为助力营造良好的消费环境,共同推动“七日无理由退货”规则适用进一步规范,提振消费信心,促进消费市场健康发展,中国消费者协会、北京互联网法院联合组织六家电商平台开展倡议活动。

倡议提出,要依法履行“七日无理由退货”义务,细化用户协议等平台规

则,对商品完好标准、适用范围、运费说明、七日起算时间等重点条款进行优化,完善退货规则和售后服务政策。

倡议提出,要依法充分尽到“七日无理由退货”提示说明义务,督促商家充分履行告知义务,切实保障消费者知情权、选择权。同时,要不断优化并完善“仅退款”规则,合理区分商品类和

具体适用情形,优化消费环境,提升消费体验。

倡议还提出,要完善并健全保证金制度,敦促商家及时完成退货退款,必要时通过划拨保证金快速完成退款程序,确保“七日无理由退货”的执行有力。

同时,倡议对电商平台责任提出了

要求,要积极履行平台责任,开展常态化监督检查,切实引导和督促商家履行“七日无理由退货”义务,发现问题及时介入,采取必要措施督促整改。同时,还要完善“七日无理由退货”申诉流程、畅通投诉渠道,确保快速响应、及时处理、迅速解决,实质解决争议,切实维护消费者合法权益。

倡议还要求,要优化“七日无理由退货”纠纷调处机制,提升调处水平;切实发挥平台调处作用,积极协助消费者维护合法权益,促进争议快速高效解决。

(辛文)

## 延伸阅读

韩某在网店购买了50余件盲盒“福袋”商品,花费2万余元。随后,在完成线上“拆袋”、未收到货的情况下,韩某申请了“七日无理由退货”。商家表示,韩某购买的商品为“福袋”类商品,店铺在商品详情页、消费者下单购买等过程中,均设置了明显的提示——“完成拆‘福袋’后,不支持七日无理由退货”。根据活动规则,韩某已按规定线上“拆袋”,不适用“七日无理由退货”的规则。遭到商家拒绝后,韩某起诉到北京互联网法院。

根据消费者权益保护法,经营者采用网络、电视、电话、邮购等方式销售商品,消费者有权自收到商品之日起七日内退货,且无需说明理由,但消费者定作的、鲜活易腐的、在线下载或者消费者拆封的音像制品、计算机软件等数字化商品,交付的报纸、期刊等商品除外。其他根据商品性质并经消费者在购买时确认不宜退货的商品,不适用无理由退货。

“商家在商品销售页面已经对‘不适用七日无理由退货’进行明确提示,且消费者在购买前已表示明确知晓。”北京互联网法院综合审判二庭庭长张连勇介绍,考虑到涉案商品的特殊性质,盲盒商品已线上拆封,在内容被知晓的情况下,其商品价值已实现,此时要求盲盒经营者接受无理由退货,必然会影响盲盒销售的常规状态,法院判决驳回了韩某的全部诉讼请求。

自2018年建院以来,截至2023年12月31日,北京互联网法院共受理涉网络消费领域案件23792件,其中涉“七日无理由退货”消费纠纷案件679件,案件数量总体呈上升趋势。“通过梳理案件发现,对于‘七日无理由退货’的规则适用范围引发的争议增加。”北京互联网法院副院长赵瑞罡介绍,对于盲盒等新型商品,是否可以界定为根据商品性质“不宜”退货的商品,成为争议焦点。同时,部分经营者对普通服饰、鞋类商品等非“不宜”退货商品,通过在销售页面标注“不支持七日无理由退货”,随意扩大不适用“七日无理由退货”适用范围。

根据最高人民法院关于网络解释规定,消费者因检查商品的必要对商品进行拆封查验且不影响商品完好,电子商务经营者以商品已拆封为由主张不适用无理由退货制度的,人民法院不予支持。实践中,经营者和消费者对退货商品是否“完好”这一问题容易产生争议。部分经营者以电子产品拆封、家具进行过组装、鞋盒破损等情况影响商品价值为由,拒绝消费者的“七日无理由退货”申请,致使消费者权益受损。

吕某在某公司经营的商品店铺购买了一件羽绒服,在收到羽绒服同日向该公司提出退货申请,该公司以吕某退回的涉案羽绒服水洗标和扣子磨损、商品并非完好为由,拒绝了吕某“七日无理由退货”申请。

“对退货商品是否完好这一待证事实,经营者和消费者容易陷入举证僵局,如何处理?”该案审理法官介绍,结合日常生活经验判断,吕某从收货到退货发出时间间隔仅17小时,涉案羽绒服被吕某长时间穿着或经过多次水洗而造成磨损的可能性较低。某公司提供的现有证据不足以证明涉案羽绒服存在的磨损问题是吕某造成,不应据此认定吕某退回的商品并非完好,法院判决支持原告退货退款的诉讼请求。

因网络购物特点,消费者购物前无法切实了解商品特性,易出现冲动消费。部分消费者冲动购买商品后,即申请无理由退货甚至拒收,增加了经营者的成本;部分消费者未能做到诚信经营,在对商品不满意时,未根据实际情况选择恰当的退货退款模式,存在试用后未保持商品完好而申请退货等滥用“七日无理由退货”规则的现象,甚至抱有短期使用后退货退款、恶意申请“仅退款”的“薅羊毛”心态,侵害了经营者利益,背离了“七日无理由退货”规则的初衷。

“规范‘七日无理由退货’规则适用范围、维护诚信公平的市场秩序,切实保护经营者和消费者合法权益,是审理相关案件中坚持的基本裁判导向。”赵瑞罡提示,消费者购物前应尽到审慎注意义务,充分了解“七日无理由退货”政策,平台关于“七日无理由退货”规则的适用条件,依法理性维权,同时,要诚信文明消费,不可滥用“七日无理由退货”规则。(人民日报)

## 地方政策

### 江苏徐州开展试点

## 实体店买保健食品可“七日无理由退货”

2024年消费者权益日主题为“激发消费活力”,其涵义是让消费者敢消费、愿消费,乐享高品质消费。保健食品线下无理由退货紧紧围绕这一主题,帮助消费者解决后顾之忧,使其增强了获得感,真正享受到高品质消费。

作为江苏省保健食品线下实体店无理由退货试点城市,徐州在江苏省率先出台母婴特殊食品经营地方标准,开展母婴连锁特殊食品经营规范店建设,推动服务下沉基层,建设社区“特殊食品科普宣传服务站”23家,建成特食经营优质规范店71家,着力打通为民服务“最后一公里”,促进全市保健食品行业规范健康发展。

根据《江苏省保健食品线下实体店无理由退货倡议承诺》,保健食品线下实体店向社会公开承诺:诚信经营,不强买强卖,不误导消费者购买大单保健食品;实行“七日无理由退货”,公示无理由退货流程等。据介绍,未拆封不影响第二次销售的保健食品,消费者在7天之内可以选择无理由退货,通过厂商一体化或者品牌一体化退货,由相关厂商做好售后服务保障。(徐州日报)

## 新疆新源县市场监管局开展线下无理由退货指引培训

局召开线下无理由退货指引培训会,商超、家电、服装、批发等8个行业共计45人参加。

新源县市场监督管理局消保科负责人向参会人员宣读相关通知,并对线下无理由退货的法律依据、消费者权益保护法中的退货规定及市场监管局倡议线下购物“七日无理由退货”规定等内容详细讲解。

(中国质量新闻网)

## 观点

# 规范退货标准 让网络购物市场更有秩序

我国在消费者权益保护法中明确规定,网络购买商品的消费者享有“七日无理由退货”的权利。这一规定旨在保障消费者在购物过程中的选择权,同时也对商家形成了一定的制约,促使其提高商品质量和服务水平。然而,在实际操作中,由于商品种类繁多、性质各异,退货规则的适用标准并不统一,导致消费者在维权过程中时常面临困难。

盲盒、网购演出门票等新型消费模式的出现,更是对传统的退货规则提出了挑战。比如盲盒作为近年来兴起的潮流玩具,消费者不能提前得知具体产品款式,具有随机属性。这在一定程度上增加了退货难度。而在网购演出门票则涉及时间、场次等特定条件,一旦错过便无法再次使用,因此其退货问题也显得尤为复杂。

面对这些新情况、新问题,北京互联网法院积极作为,逐步明确了这些特殊商品的退货规则。对于盲盒而言,一旦线上拆封,其商

品属性便发生了变化,因此不再适用“七日无理由退货”的规定。而对于网购的演出门票,如果因商家原因导致消费者无法观看演出,消费者仍有权要求退货退款。这些具体的规则界定,为消费者和商家提供了明确的指导,也避免了因理解差异而产生的纠纷。

然而,仅仅明确特定商品的退货规则还不够,还需进一步完善制度。首先,应当加强法律法规的宣传和教育,提高消费者和商家的法律意识。只有当双方都充分了解并遵守退货规则时,才能真正实现公平交易和权益保障。其次,应加强对网络购物平台的监管力度,确保其严格执行退货规则,并对违规行为进行严厉处罚。同时,也可以鼓励消费者通过投诉、举报等方式积极参与监督,形成全社会共同维护消费者权益的良好氛围。

此外,还应看到,退货规则的完善并非一蹴而就。随着科技的进步和消费模式的创新,新的问题和挑战将不断涌现。因此,我们需

要保持开放和包容的态度,不断总结经验教训,及时调整和完善退货规则。

在推进退货规则完善的过程中,还应注重平衡消费者和商家的利益。一方面,要充分保障消费者的合法权益,确保其在购物过程中享有充分的知情权和选择权;另一方面,也要考虑到商家的经营成本和风险承受能力,避免过于严格的退货规则给商家带来过大的成本压力。

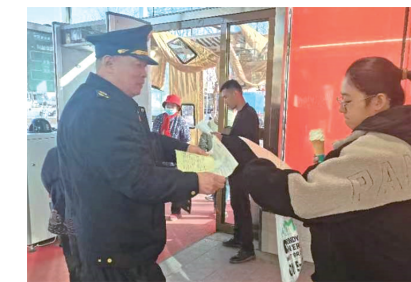
简言之,明确适用标准会让“七日无理由退货”更有准头。通过合理界定“不宜”退货的商品类型、加强法律法规宣传和普及、加强监管力度以及平衡消费者和商家利益等措施,可以进一步推动网络购物环境的健康发展,实现消费者和商家的共赢。期待看到更加完善、更加公平的退货制度,为网络购物市场注入更多的活力和信心,为消费者创造一个更加安全、便捷、公平的购物环境。(洪观新闻)

## 地方政策

### 江苏徐州开展试点

## 实体店买保健食品可“七日无理由退货”

3月18日,由江苏省市场监管局主办的“江苏省保健食品线下实体店无理由退货启动仪式”在徐州市举行。以徐州为试点,消费者在首批参与承诺的20个生产经营企业购买保健食品,可在7日内无理由退货。保健食品作为一种重要的健康产品,是百姓高品质生活的保障,更是大健康产业的重要组成部分,在为社会带来经济效益的同时,也为提高国民素质、推进“健康中国”建设作出积极重要的贡献,引领着食品制造新质生产力、食品消费高质量发展的方向。



市场执法人员向商户介绍线下无理由退货指引内容。

为进一步优化消费环境,激发消费活力,日前,新疆新源县市场监督管理局