



# 退货“薅羊毛”歪风该刹刹!

## “学生组团退60多件演出服”引热议;无理由退货新规执行,退货门槛提高

运动会结束了却将穿过的服装集体退回?5月3日,“校方回应学生组团狂退60多件裙子”话题冲上热搜并引发热议。

5月1日起,国家市场监督管理总局发布的《售后服务 无理由退货服务规范》正式实施,旨在整治近年来因退货规则漏洞引发的乱象,尤其是电商平台频发的“羊毛党”恶意退款问题。

那么,“七天无理由退换货”的规则,到底应该怎样合理运用?新规执行后,消费者该如何应对?就此,日前记者进行了调查。

### 店主 60多名学生集体退款 损失约8000元

近日,一名店主称,4月底,沈阳一职业技术学校60多名学生集体网购衣服,参加完运动会后又集体以“质量问题”为名退货退款。店主表示,自己的这个服装链接被封三个月,三个月都卖不了,损失8000元左右。

店主称她在学校官网看到学生们穿着自家店铺的衣服,吊牌都没有摘,而

且退回来的衣服上面还有学校草坪上的渣。

店主表示:“学生们退款的时候说他们也没有办法,因为是老师强制让买的,老师让退的。”

对此,学校招生工作人员回应称,“太不讲究了,这属于诈骗,报警吧”。

5月3日上午,记者致电涉事店主。该店主表示,

当日上午已接到该学校相关负责人电话,校方已就此事道歉,并承诺回收服装、承担相关费用,双方目前达成和解。

关于店铺被封事宜,店主表示将与平台进一步协商。此外,记者发现,截至5月3日中午,该店主社交媒体账号上反映退货问题的相关视频已无法查看。

### 调查 退货“薅羊毛”类似事件屡见不鲜

记者梳理发现,演出服装被使用后退回的情况屡见不鲜。去年12月,山东一名商家发视频称,被河北石家庄某职业学院学生集体退回演出服。商家许先生表示,他发现收到的售后拆退件7件都是该学校的退货地址,“随机挑出两三件衣服,吊牌被摘了,裤腿都是脏的,肯定是穿过的。一件衣服大概71元”。该商家还表示,之前也经常碰到这种情况。

2024年6月,黑龙江一所学校多名学生网购店铺服装,之后将400多件穿过

的裙子集体申请退货退款;2024年4月,宁夏银川一学校也曾将80余套演出服集体退货;2023年6月,山西某大学学生在一家网店统一购买了一批表演服,但活动举办完就出现了学生集体退货的情况。

七天无理由退货的条款是为了护航网购健康发展的便利之举,仅适用于“未使用且不影响二次销售”的商品。学生组团有组织成规模地违规退货“薅羊毛”,不仅毫无诚信可言,更可能触犯相关法律,当属学校教育失察失责。对此行

为理应公开处理不可纵容,校方不光要对涉事师生进行诚信教育,还应责成其赔偿店家损失,为自己的行为承担责任。

此类利用“七天无理由退货”条款“薅羊毛”,导致商家损失惨重的事件屡见不鲜,也提醒网购平台及行业主管部门应予以关注,通过引入人工核实、追责“羊毛党”等方式补上制度漏洞,避免“破窗效应”伤害到更多中小商家的正当权益,为广大商家和消费者提供一个公平交易的网购环境。

### 律师 “七天无理由”≠“无条件”

那么,“未使用且不影响二次销售”的商品该如何定义呢?

对此,北京市中闻律师事务所律师王维维认为,根据消费者权益保护法第二十五条的规定,网购服装属于适用七天无理由退货的商品,但适用的条件为退货商品应当保证完好。《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》对商品完好的含义进行了进一步明确。该办法规定,商品能够保持原有品质、功能,商品本身、配件、商标标识齐全的,视为商品完好。消费者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不影响商品的完好。

王律师认为,适当地试用商品和查验商品,是消费者的合法权益,但也不乏消费者滥用七天无理由退货规则。一般来说,网购服装已

摘吊牌或未摘吊牌但已实际穿着产生脏污或不符合二次销售标准的,已经不属于商品完好的范畴,商家可以拒绝退货退款。

七天从哪天开始起算呢?

《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》规定,七日期间自消费者签收商品之次日起开始起算。其中的“日”应为自然日,并非工作日,但是,最后一天为法定节日的,法定节日结束的次日为最后一天。

“无理由退货”需具备哪些条件?

条件一:网购商品的目的是为生活消费。条件二:退货的商品应当完好。条件三:商品也有“绝对不适用”和“相对不适用”七日无理由退货规定的。“绝对不适用”:消费者定作的(例如,商家按照要求,为顾客男/女朋友专属定制的情人

节礼物,此类商品很难再出售给他人);鲜活易腐的(例如,端午佳节网购的新鲜粽子,就属于“鲜活易腐”的商品,不适用七天无理由退货制度);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。对于上述四类商品,商家应当采取技术手段或者其他措施进行明确标注。

“相对不适用”: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。对于上述三类产品,商家应当在商品销售必经流程中设置显著确认程序,供消费者对单次购买行为进行确认。如无确认,商家不得拒绝七日无理由退货。



杰清/漫画

### 新规 退货范围缩窄、条件更严苛

过去,“七天无理由退货”几乎是“申请即退款”,甚至存在“仅退款不退货”的极端案例。新规的关键调整在于:退货门槛提高,审核流程趋严。

退货范围缩窄:明确不适用退货的商品类别,如定制品、鲜活易腐品、拆封的数字化商品(如软件、音像制品)、临期商品等。部分商品(如

一次性密封包装的食品、拆封后影响二次销售的电子电器、服装鞋帽等)若包装或标签被破坏,将无法退货。

退货条件更严苛:商品必须保持“完好”状态,包括外观、功能、配件完整,且不得有使用痕迹(如电子产品激活、服装污渍)。

拆封≠不能退:消

费者因检查商品必要性的拆封仍可退货,但商家若在页面注明“拆封不退”,则可能被认定为违规。

审核流程规范化:退货申请需经平台或商家审核,符合条件才可退款;不符合则需明确告知原因。严打“薅羊毛”行为,如P图伪造质量问题、使用后恶意退款等。

### 小贴士 消费者如何应对新规退货严?

对普通用户而言,理性消费、留存证据、依法维权,是在新规策略下保证自身权益的“购物姿势”。

下单前“三查”:查是否标注“不支持7天无理由退货”(如定制品、临期

品);查退货条件(如包装完整性要求),避免因疏忽丧失退货权;查商家信誉,优先选择标明“无忧退换”的正规店铺。

谨慎拆封:非必要不破坏密封包装(如食品、化妆品);试用电子产品

时避免激活或留下使用痕迹。

留存证据:退货前拍照/视频记录商品状态,防止商家以“不完好”为由拒退;若遇不合理拒退,可向消保委投诉或通过法律途径维权。

### 观点 要遏制住“恶意退货”乱象

近年来,类似以“恶意退货”手段来“薅羊毛”的案例屡屡发生。

市场经济的基础是信用,而“薅羊毛”行为侵蚀的正是这一基础。这种风气如果继续蔓延,一些“薅羊毛攻略”甚至被包装成“省钱秘籍”在社交平台传播,会误导更多人效仿。此风如果不加以遏制,不仅电商行业中

小商家受损,市场交易成本增大,社会诚信体系也将面临挑战。

要遏制“恶意退货”等“薅羊毛”乱象,当前首要的是完善规则,堵住漏洞。电商平台可优化退货政策,如对特殊商品(如演出服、数码产品等)设置更严格的退货条件;建立“黑名单”,对频繁恶意退货的账号

进行限制。利用大数据和人工智能技术,及时识别异常退货行为并预警。

诚信、健康的市场环境需消费者、商家和平台共同维护。“薅羊毛”之风当刹,唯如此,“七天无理由退货”等便利措施才能真正发挥作用,而非成为少数人“薅羊毛”的工具。