

穿过的演出服表演后退货、靠“7天无理由”8年退货210起……伴随网络消费热潮,奇葩退货频现

七天“无理由” 勿异化成“无底线”

N 北京日报 央视网 齐鲁晚报 新京报

编前:刚过去的电商平台“购物节”,网络消费又迎热潮,随之而来的也有各种“奇葩退货”。本意是为消费者提供购物保障的“七天无理由退货”,在实践中遭遇种种乱象,让商户叫苦不迭。“无理由”并非“无限制、无底线”,它建立在商品不影响二次销售、不损害商家合法权益的基础上。若纵容这些不合理的退货行为,不仅扰乱市场秩序,更会让诚信经营的商家寒心,最终影响消费环境的健康发展。



杰清漫画

网购演出服 表演后却退货

6月17日,菏泽曹县一店主在网络平台发布视频,称广东一职业技术学院的学生集中购买10套演出服,演出结束后以“7天无理由”为由集体申请退货退款,且退回的裤裙全部踩脏了,严重影响二次销售。

据店主介绍,该校学生近日集体下单购买了10套演出服,并分别于6月12日和13日集中退回。在交易过程中,买家曾催促尽快发货,店主也明确告知“吊牌摘了、衣服穿过、彩排过、弄脏、洗过,不支持退货退款”,买家当时回复“好的”。

然而,演出结束后,买家却以“七天无理由退货”为由申请退款。店主以穿

过为由拒绝退货,买家辩称“衣服不试穿怎么知道合适不合适”,即便店主发送学校演出视频作为证据,买家仍坚称“七天无理由为什么不能退”。

18日,记者联系到该校学校教育院书记丁先生,丁先生证实涉事学生确为该学院学生。他表示,此次表演并非大型演出活动,而是学院布置的一项“剧目表演”课程作业。作业没有强制要求学生统一服装,学生表演所用服装均系自发购买或租赁。学院在获悉相关情况,立即组织班主任、辅导员对学生进行了核实。目前,涉事学生已向卖家道歉并赔付了演出服费

用,且获得了卖家的谅解,学也对涉事学生进行了严肃批评教育。

无独有偶,近日,又一起“网购演出服表演后退货”事件引发关注。

6月24日一网店商户称,福建一高校多位学生在他的网店买衣服用作演出使用后,要求退货退款。商户收到学生退回的衣服后发现,衣服扣眼处缝上的针线已被打开,影响二次销售。涉事学生承认,购买衣服是作为演出使用,对使用演出服后要求退货退款的行为已认识到错误,并向商家退还衣服的货款。对于学生们的道歉,商家表示接受。

靠“7天无理由” 男子8年退货210起

“一男子凭着‘七天无理由’条款8年申请手机退货210起”成为近日社会关注热点。近日,海淀法院发布相关案例。

北京的李某以“7天无理由退货”一部手机,遭电子商城拒绝,于是诉至法院。

李某称,他购买的涉案手机,仅用了几天就出现卡顿,于是向商家申请退货退款,几天后,电子商城表示涉案手机存在划痕,拒绝退款。李某请求法院判决电

子商城退还其手机货款6000元。

电子商城辩称,李某于2023年5月18日下单购买,次日激活,在第7天以手机存在质量问题申请退货,但直到6月20日才将手机邮寄给商城售后。经检查发现涉案手机有外观瑕疵,经检,涉案手机无故障,不符合退货三包政策。

另外,经核实,李某自2017年开始,持续、频繁地申请电子商城手机产品的退货售后,以“7天无理由”

和“产品质量问题转无理由”为理由申请的售后工单高达210起。

法院认定,李某申请的“7天无理由退货”远超过正常消费者退货频率及数量,明显不符合常理,且其在申请退货后,还存在不及时寄出产品的行为。同时,其在2023年所申请的退货售后中,有8单是与涉案手机同类型的手机。因此,李某的行为违反了诚实信用原则,不应适用“7天无理由退货”规则。

“无理由”到底该怎么用?

那么,消费者网购时的“七天无理由退货”规则究竟该如何适用?面对合同中的“霸王条款”又该如何处理?

问题1 “批量下单”可否退货?

北京的高某在平台自营店铺购买了知名品牌皮带,收货后当面查验不满意拒收,但申请“七天无理由退货”售后服务单被关闭。平台客服称,高某存在批量下单、多次退货的

行为,他共购买了15条皮带,退货率高达60%,不符合平台规定,不应适用“七天无理由退货”的规则。

高某诉至法院,法院审理后认为,根据消费者权益保护法相关规定,消

费者基于生活消费需要网购商品或者接受服务,除特殊情形外,原则上适用七天无理由退货。最终法院判决平台退还购货款2305元,高某退还涉案皮带并承担运费。

法官提醒

商家是否可以凭借“批量下单”为由拒绝退货呢?法官重点关注以下三个问题:一是购买行为是否属于生活消费。本案中,高某购买涉案皮带,并非为自行生产或再次销售,应当认定为是为了生活消费,属于消费者。二是是否违反了诚实信用原则。高某虽然反复下单购买,且退货率达60%,但并未达到严重不合常理的程度,并不存在“恶意消费”的目的,不应认定其违反了诚实信用原则。三是是否适用“七天无理由退货”规则。皮带非定制产品,亦非不适宜退货的产品。同时并未有明显划痕等贬损产品价值的情形,因此应适用“七天无理由退货”规则。

问题2 盲盒适不适用“七天无理由”?

北京的韩某一次性花费2万余元,在一平台商家购买了52个福袋盲盒,后来他自觉冲动消费,在未收到货的情况下申请退货退款。商家以“本次购买产品为福袋,已线上拆袋”

为由拒绝退款。“购前须知”中载明:本产品为特殊类商品,完成拆福袋后,不支持任何理由的退货退款,也不支持“七天无理由退货”。

韩某认为自己当时未

实际签收,不影响二次销售,“购前须知”属格式条款,不发生效力。法院审理认为,根据相关法律规定,福袋商品符合不适用七天无理由退货的情形,驳回韩某诉讼请求。

法官提醒

有些商家会在详情页设置“霸王条款”,比如规定“一经签收,概不退换”,一般情形下应属无效。本案中,考虑到盲盒福袋的商品性质,且商家已在购买前以显著方式提示不适用退货规则,因此案涉相关格式条款合法有效。

盲盒类商品存在的基础就是不确定性,其核心价值在于拆盲盒时对未知款式的惊喜感,因此在盲盒内商品款式已经被知晓的情况下,要求经营者接受无理由退换货,必然会影响盲盒销售的常规状态,对商家不公平。如果商家明确告知消费者所购盲盒类商品不适用“七天无理由退换货”,在商品没有明确质量问题的情况下,不支持退换货。

分类信息

广告热线: 0595-22567990
15259412788

遗失声明

泉州市东旅游客运有限公司(统一社会信用代码: 91350582MA345CXJ1N)不慎遗失圆形橡胶公章一枚,声明作废。

遗失声明

泉州其蒂志贸易有限公司(统一社会信用代码: 91350503MAC1K2T76G)不慎遗失圆形铜质公章一枚,声明作废。

遗失声明

泉州锦瑞科技有限公司(统一社会信用代码: 91350582MA347QKE7J)不慎遗失圆形橡胶公章一枚,现声明该公章作废。

遗失声明

厦门能迎商贸有限公司遗失公章、财务章、法人章,声明作废。
莆田市荔城区志华制衣加工厂遗失公章、私章、发票章,声明作废。