

淘宝、京东等头部电商平台相继修改售后规则——

“仅退款”会成为电商标配吗？

本报记者 李婕

商品货不对板、延迟发货？遇到这些情形，消费者可以在更多电商平台发起“只退款不退货”的申请。

近期，淘宝、京东相继修改售后服务规则，明确支持“仅退款”。此前，拼多多、抖音也已确定相关规则，让消费者享受更加顺畅的退款机制。

“仅退款”规则怎么看？带来哪些影响？会成为电商平台的标配吗？

争夺用户，电商平台相继支持“仅退款”

“淘宝、京东支持仅退款”，不久前，电商平台的新动作，引发了大量消费者的关注。起因在于两家平台新修订的平台规则。

淘宝官网发布《关于变更淘宝平台争议处理规则的公示通知》。根据这一通知，淘宝将基于平台自身大数据能力，对卖家出售的商品形成全方位综合评估，如果认定近期出售的该商品存在描述不当、混淆误导、伪劣等情形，将对买家发起的售后申请直接作出快速退货退款或退款支持。

京东近日也修订了《京东开放平台售后服务管理规则》，新增退款不退货执行标准。京东在规则中称，商家交付给消费者的商品存在大量劣质、描述不符、包裹异常等问题情况下，综合判断后，京东有权决定是否同意消费者在申请退换货后执行仅退款或退货退款，以及交易纠纷环节的仅退款或退货退款。

而更早之前，抖音电商曾在2023年9月更新过一项关于“仅退款”的规定：如商品好评率低于70%，平台有权对该商品交易订单的售后申请采取支持消费者仅退款、退货退款包运费等措施，商品好评率连续7天恢复到70%以上可解除。

如何看待平台的新举措？

中国国际电子商务中心电子商务首席专家李鸣涛向记者分析，仅退款很早之前就存在，过去主要针对价格较低的商品或生鲜产品，商家在权衡退货所需运费和退回商品的价值之后，可能会倾向于接受“仅退款”这种售后方式。而“仅退款”作为一种平台规则出现，则是从拼多多最先开始的。单从争取和保护消费者的角度来说，这也让拼多多具备了规则上的优势。“近期，多家头部电商平台纷纷跟进，很大程度上是激烈市场竞争下平台争夺用户的结果。”李鸣涛说。

《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2023年6月，中国网络购物用户规模达8.84亿人，较2022年12月增加3880万人，占网民整体的82.0%。

“目前电商市场已经成为存量市场，电商平台为了留存用户，巩固市场份额，不得不持续推出新的举措，不论是比价格还是比规则，客观来说是有利于消费者的。”李鸣涛说。

改善体验，让消费者购物更无忧

平台判定支持“仅退款”的依据是什么？

根据平台发布的新规则，淘宝将通过卖家店铺品质指标、买家端的大量客诉、伪劣问题等单一或多维度相结合来判定。京东将根据消费者的反馈、投诉、举报，结合大数据对商家的交易行为、交易模式、账号历史记录等多个维度来判断。抖音电商则明确设定了商品好评率70%的界线。可以看出，消费者评价都是其中重要的权衡因素。

据一位京东内部人士透露，京东自营自2014年就推出了“仅退款”服务，并一直沿用至今。这次修订有关售后和纠纷处理规则，是进一步将“仅退款”从京东自营延伸到入驻京东的商家也应用执行，让用户在京东上实现更加全面广泛的无忧购物。该人士还透露，只要是有益于消费者的事情，京东就一定会积极作出改变。

“虽然各家平台的具体实施细则和流程不同，但这意味着几家头部平台在规则上‘拉平’，在消费者权益保护方面站在了同一水平。”李鸣涛认为，这一规则在一定程度上是更加倾向于消费者的。



▲江苏省宿迁市电子商务产业园区电商大厦工程项目是市级重大产业项目，建成后有助于推动当地电商产业发展。图为电商大厦工程施工现场，塔吊林立，工人正在加紧施工。
王帅拍摄（人民视觉）



►重庆市巴南区公路物流基地的一家物流企业内，工作人员正利用自动分拣系统分拣快递包裹，以应对不断攀升的电商物流需求。
李攀拍摄（人民视觉）

对网购的消费者来说，“仅退款”无疑是更大利好。“以前遇到商品有问题，虽然可以退换货，但毕竟费时费力还要自掏运费”“有时虽然商品品质不佳，但考虑到本身价格便宜，也懒得折腾”“农产品或生鲜产品，受制于保存时间和冷链运输要求，退换货难度很大”……不少消费者认为，“仅退款”省去了和商家扯皮的时间，让购物时底气更足，维权更轻松。

在一些分析人士看来，从此前电商标配的“七天无理由退货”，到各大平台争抢价格优势，再到“仅退款”，电商平台的竞争，已经进入到提升消费体验、改善消费环境的更高层次。

优化机制，保护好商家合法权益

不过，平台支持“仅退款”，商家能不能“吃得消”？消费者权益与商家利益之间的天平如何平衡？

近日，就有商家在社交媒体上反映，顾客进行了“仅退款”操作后又将商品快速取走，商家白白蒙受损失。其实，关于“仅退款”的热议中，有不少就是担心助长“羊毛党”的风气，为某些人找漏洞、钻空子、不花钱白拿商品提供了便利，最后是平台赚名声，商家担损失。

还有些商家提出了合理质疑：“平台依据大数据来判断，但外部不了解过程，解释权始终在平台手里”“说是有标准，但仍然不够清晰”。还有人担心，长期下去，商家会不会将仅退款的损失纳入运营成本，最终由每一位消费者

埋单？

“‘仅退款’规则推出之前，平台上的职业打假人、‘羊毛党’等现象就不同程度存在。目前来看，‘仅退款’的确面临如何进一步规避这些情形的问题。”李鸣涛认为，各大平台要在实践中不断完善流程和规则，一方面，要有针对不同消费群体群体的防范机制，比如对于大量申请“仅退款”的用户，可以进行标记；另一方面，要留给商家申辩和反馈的空间与机制。此外，目前“仅退款”的认定还是平台说了算，未来可以考虑引入行业组织、消费者协会等第三方机构，充分保护商家和消费者的合法权益。

换个角度看，“仅退款”也是对卖家商品质量和诚信经营的倒逼。“‘仅退款’是一种警示，时刻提示商家要更加注重商品和服务的质量，重视用户评价，诚信经营，让消费者放心消费。”李鸣涛说。

在一些业内人士看来，“仅退款”机制作用下，电商行业长期存在的虚假宣传、刷单炒信、价格欺诈、以次充好、货不对板、假冒伪劣等问题有望进一步得到遏制。不过，实践中如何平衡好消费者权益与商家利益之间的天平，既让消费者敢于消费，又让平台商品和服务供给更上层楼，需要电商平台认真考量。

“仅退款”会成为电商标配吗？在李鸣涛看来，对大平台会成为普遍规则，但对于垂直、细分的中小电商平台则未必。“长期来看，平台最根本的还是要突出自己的独特价值，不断满足消费者的需求，比如通过引入人工智能、大数据等技术适应不同人群的个性化需要。”他说。

2024年1月1日，《中华人民共和国电子商务法》实施满五年。商务部新闻发言人束珏婷说，自2019年《中华人民共和国电子商务法》实施以来，中国电子商务营商环境不断优化，电子商务已经成为数字经济中发展规模最大、覆盖范围最广、创业创新最为活跃的重要组成部分，在服务构建新发展格局中发挥了积极作用。

电子商务规模效益显著提升。电子商务交易总额由2018年的31.63万亿元增长至2022年的43.83万亿元，实物商品网上零售额占社会消费品零售总额的比重超过1/4，中国连续11年成为全球最大网络零售市场。5年来电子商务从业人数从4700万增加至超过7000万。

电子商务国际合作逐步深化。“丝路电商”伙伴国扩大到30个，云上大讲堂惠及80多个国家。在上海创建“丝路电商”合作先行区，扩大电子商务领域对外开放，打造数字经济国际合作新高地。我国已签署的22个自贸协定中有13个包含电子商务的内容。《中华人民共和国电子商务法》和互联网司法列入亚太经合组织公共政策案例库的中国实践，为全球数字治理贡献中国智慧。

电子商务规制体系日渐完善。商务部等部门以《中华人民共和国电子商务法》为基础，结合原有立法和实践经验，从规划、政策、标准等领域协同发力，印发《“十四五”电子商务发展规划》，发布《电子商务企业诚信档案评价规范》《直播电子商务平台管理与服务规范》等行业标准，着力引导行业规范健康发展。

如今，电商加速融入人们的生产生活，成为经济发展的重要推动力。

迎新春买年货，电商“戏份儿”更足了。京东发布的最新信息显示，1月17日晚8点“2024京东年货节”将正式开启。据介绍，“2024京东年货节”将持续到2月17日，平台和商家将通过百亿补贴日、便宜包邮日、超级品牌联盟、超级小年直播夜等活动，让消费者以实惠价格一站式购齐特色年货节礼。

优质山货走出大山，直播带货立下大产业。2023年6月，淘宝直播入驻云南山货滋补品产业带，鼓励扶持中小商家利用云南独特多样的产地自然文化背景“沉浸式”带货。7月份，云南山货等滋补类直播间数量环比6月增长12倍，交易额暴涨900倍。“近年来，随着数字技术的发展，电商行业涌现不少新增长点。从我们掌握的情况来看，未来商家店播和垂直领域的主播将迎来更多机会。”淘天内容电商事业部总经理程道放说。

“过去5年来，中国电子商务行业呈强劲发展势头，有力推动了相关产业的转型升级。当前，电子商务有许多值得关注的亮点，如：社交电商异军突起，借助社交平台的庞大用户基础和互动性，实现了商品销售模式的创新；新零售理念逐步成为重要方向，线上线下深度融合带来消费体验全面升级；企业通过大数据精准把握市场需求，实现个性化推荐和服务；跨境电商促进国内外市场进一步融合，成为助推外贸的加速器。”商务部研究院电子商务研究所副研究员洪勇对本报记者说。

洪勇认为，目前，电商发展形态日益多元化，今后要继续努力促进电商高质量发展，同时积极拓展国际市场，提升中国电商在全球的品牌影响力和国际竞争力。



▲近年来，山东省荣成市渔民通过电商平台将回水咸鱼干制品销往各地市场，增加了收入，也将其发展成乡村全面振兴新产业。图为荣成市王连街道北桥头村一渔家小院内，村民正晾晒鱼干。
王福东摄（人民视觉）



▲近日，安徽省芜湖市政府、水利部门加强对重大水利工程建设日常调度，把握关键节点，抢抓工程进度，确保如期完成建设任务。图为芜湖市繁昌区新港镇圩江堤边，施工人员在长江芜湖河段整治工程工地上开展防汛道路沥青摊铺作业。
肖本祥摄（人民视觉）

南水北调工程去年调水85.37亿立方米

本报北京电（记者李晓明）记者从南水北调集团2024年工作会议上获悉：南水北调东、中线一期工程2023年度调水85.37亿立方米，超额完成年度调水任务。

其中，中线累计调水74.1亿立方米，完成年度计划112%；东线向山东调水8.5亿立方米，完成年度计划100%；东线北延调水2.77亿立方米，完成年度计划102%。南水北调工程水质全年稳定达标，中线水质Ⅰ类地表水标准占比近90%，东线水质稳定在地表水Ⅲ类标准以上。实施生态补水7.95亿立方米，助力京杭大运河实现近百年来连续两年全线水流贯通，促进黄淮海流域河湖生态环境改善。

2023年，南水北调集团加快推进后续工程规划建设。引江补汉工程进入全面施工阶段，完成中线沿线调蓄体系研究，东线北延巩固提升可研编制基本完成，按时完成西线工程有关重大专题研究，力争尽快开工建设。2023—2024年度首次将江苏、安徽增供水纳入年度水量调度计划，全面加强安全管理，首次制定全员安全生产责任清单、划设现场安全全责网络。

2024年是南水北调东中线一期工程全面通水10周年。南水北调集团加快推进东中线一期工程管理标准化达标创建，强化输水过程管控，优化水量调度，统筹生产生活与生态供水，积极协调水源地保障可调水量。