

# 电商“仅退款”将全面取消 退款不退货交由商家处理 “仅退款”为何被抛弃了

据《南方都市报》

4月22日傍晚,淘宝、抖音电商、拼多多、快手、京东等电商平台集体更新售后规则,备受争议的“仅退款”迎来新一轮的调整优化。目前,各平台正对修订后的方案公开征求意见。业内人士认为,取消无序的“仅退款”有助于电商行业从低价竞争回归良性竞争,保障商家的经营公平,释放消费活力,促进平台健康发展。另一方面,对于消费者来说,其退款权益的保障方式将发生转变,需要适应新的规则,在购物时更加谨慎地选择商品。

## “仅退款”自实施以来争议不断

“仅退款”自实施以来争议不断。一方面,其本意是提升用户体验,对商家进行优胜劣汰,形成正向循环。它降低了消费者退货门槛和成本,有效解决了消费者的后顾之忧,也促使电商行业长期存在的虚假宣传、刷单炒信、价格欺诈、以次充好等问题得到一定遏制。

在电商业内,“不退货仅退款”为平台“拉拢了不少消费者,方便的售后服务和简单的退款流程,能降低购物门槛且打消用户的顾虑。

不少卖家也支持这一规则,比如一件东西本身价值就不大,一定要退货的话甚至抵不上快递费,寄来寄去浪费资源;还有一些商品已经损坏,无法再次销售,退不退回区别不大。

但同时,部分平台在未了解纠纷

具体情况时,不经商家同意就向消费者发送“仅退款”通知,导致部分商家在责任尚未明确的情况下损失了货款和产品。部分消费者恶意利用“仅退款”进行“薅羊毛”,大量下单后不退货,商家以“签收未收到”为由投诉快递企业,导致末端小哥掏钱承担了赔偿。

在二手交易平台,仅用5.99元就可以购买一份平台“仅退款”攻略。一些羊毛党通过出售教程组团薅羊毛,通过虚假维权,以“质量问题”等理由申请退款,再通过二手平台转卖货品获利,他们称之为零成本进货。

第三方网络消费纠纷调解平台电诉宝数据显示,去年“双11”期间,全国电商平台商家投诉问题中“仅退款”占比超六成。

此前,淘宝天猫早在去年7月就率先松绑“仅退款”规则,打响行业“反内卷”。2024年7月26日,淘宝开始优化“仅退款”机制,依据店铺体验分,提升商家售后自主权,对优质店铺减少或取消售后干预。

其后京东、快手、拼多多等电商平台相继进行规则优化。1月6日,抖音电商宣布,对于申请“仅退款”的用户,抖音电商将主动介入,关注其合理性,会从严处理,维护商家合法权益。

阿里旗下1688平台自今年3月下旬开始,已全面取消“仅退款”政策,在处理商品品质问题的交易纠纷时,根据账号诚信情况判定,由平台补贴受损方。

## 档案

“仅退款”指的是消费者无需退货即可获得退款。2021年,“仅退款”由拼多多引入国内电商平台,2023年底至2024年初,淘宝、抖音、京东、快手纷纷加入“仅退款”阵营,“仅退款”也成为行业标配。

但这项售后服务机制在实践中被滥用,众多商家反映利益受损。

## 取消“仅退款”早有预兆

取消“仅退款”早有预兆。2024年11月,市场监管总局约谈6家电商平台,通报其“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,并从优化协议规则、提升规则透明度、保障商家自主经营权等方面提出整改要求。

2025年全国两会期间,国家市场监督管理总局局长罗文公开表示,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。

如今,历时四年的“仅退款”将正式迎来落幕。

早在此次集体调整“仅退款”规则之前,不少电商平台已在优化或取



制图:徐文燕

## 多个平台修订售后规则

平台非必要不主动介入消费者在已收到货后的不退货全额退款售后申请。

但各家电商平台在具体的售后规则修订上有些许差异。淘宝主要限缩了“作退款处理”的情形,尽可能地实现退货退款。

抖音删去了规则中的“仅退款”字眼,替换为“退款处理”,且明确在“退款处理”情形下,商品由商家负责联系消费者取回。

快手电商的售后规则意见征集网页中,则暂未给出修订后的方案,而是对现行的售后服务规则进行一揽子公示,以征

退款售后申请。

快手电商则写道,为切实保护平台内商家和消费者权益,优化各方责任分配,进一步保障商家自主经营权,平台在最大化支持商家与消费者通过自主协商方式解决相关售后问题的同时,对相关退货退款情形的处置规则予以进一步明确。

京东提及,修订退货、退款场景下的处置规则,意在切实保障消费者权益及商家自主经营,进一步优化消费者与商家自主协商解决中的责任分配。

拼多多表示,进一步支持商家与消费者通过自主协商方式解决相关售后问题,

## 观点

### 消费者权益:是“保护”还是“削弱”?

取消“仅退款”,究竟是保护消费者权益,还是增加了维权成本?值得深入探讨。有网友担心,取消平台主动介入可能导致维权难度增加,尤其对新买家或信用分不足的用户而言,“举证责任是否合理”“平台如何监督商家自主处理”等问题仍需观察。

对于消费者而言,取消“仅退款”政策的影响则更为复杂,可能会面临更高的维权门槛。

过去,“仅退款”政策为消费者提供了一种快速、低成本的维权方式,尤其是在商品质量存在问题时,消费者无需承担退货的运费和时间成本。

取消“仅退款”后,消费者在遇到商品问题时,维权门槛有所提高。以往申请“仅退款”,平台可能会直接介入并快速退款。但现在,消费者需要与商家进行更多

沟通协商,若协商不成再寻求平台介入,并且在整个过程中要提供充分的证据来证明商品存在问题。

这警示消费者在未来维权过程中,必须更加细心,证据不全可能导致无法顺利获得退款,维权成本相应增加。

此外,平台对商家自主权的扩大,也可能让消费者在维权过程中处于不利地位。例如,拼多多赋予商家36小时的自主处理时间,可能导致消费者的退款申请被拖延或拒绝;淘宝减少对优质商家的售后干预,也可能让消费者在遇到问题时难以获得及时支持。

法律专家指出,规则的调整需伴随更完善的监督机制。北京瀛和律师事务所律师陈栋建议,“商家应保留交易记录以备纠纷,消费者则需避免滥用规则,恶意退款可能构成诈骗。”

### 平台责任:如何平衡商家和消费者权益?

业内人士称,取消“仅退款”政策的初衷是减少滥用行为,保护商家利益,但平台在调整政策的同时,也应承担起更多的责任。首先,平台需要确保其他退款机制的公平性和有效性,避免消费者因政策调整而陷入维权困境。其次,平台应加强对商家行为的监管,防止商家利用政策调整损害消费者权益。

对电商平台来说,取消“仅退款”后,处理纠纷的压力变大了。以前“仅退款”能快速解决问题,现在得详细了解双方情况,做出公正判断。平台得投入更多人力和精力,要是处理不好,消费者和商家都得吐槽。

平台应通过技术手段和数据分析,进一步提升消费者体验。例如,通过优化售后流程,加强消费者教育、完善信用评价体系等方式,帮助消费者更高效地解决问题,降低维权成本。

对于商家来说,拥有了“退款不退货”申请的自主处理权,能够更好地保障自身利益,但也需要更加谨慎地处理售后问题,避免因处理不当引发消费者不满。

“仅退款”政策的兴衰折射出中国电商行业从“流量为王”到“可持续发展”的转型。此次调整并非单纯保护商家,而是试图重建“双向信任”机制——商家以品质赢得市场,消费者以理性支撑繁荣。正如业内人士所言:“健康的商业生态不能靠牺牲某一方维系,而是需要规则与技术共同构建信任机制。”未来,如何在保障消费者权益与减少商家损耗间找到动态平衡,仍是电商平台的核心理题。

“平衡地处理商家和消费者权益才是电商行业持续、健康发展的正确之路,只有好商品和好服务才能赢得生意,才能赢得消费者青睐。”业内人士认为。