

“仅退款”四年落幕

为时四年的“仅退款”服务将落下帷幕。4月22日,北京商报记者独家获悉,拼多多、淘宝、抖音、快手、京东等多个电商平台将全面取消“仅退款”,消费者收到货后的退款不退货申请,交由商家自主处理,平台非必要不主动介入。当然,平台们也纷纷表示,申请期间会综合考虑退货条件,再视实际情形判定是否支持退款。

如今,平台正在弱化“裁判员”角色,给予商家与用户协商空间;更为细化的意见征集,能为双方提供更完备的实施条件。从饱受好评到褒贬不一,“仅退款”让平台、商家和用户又爱又恨,只有寻找到三方共赢的最佳平衡点,电商生态才能更为良性。从“一刀切”到视情况而定,“仅退款”考验着电商平台治理的灵活性和利益天平的倾斜角度。

“非必要不介入”

电商平台对“仅退款”服务新增了更多要求,拼多多、淘宝和抖音发布了关于优化售后服务保障的意见征集,针对“仅退款”功能进行调整。北京商报记者注意到,颇为明显的变化是,平台会充分支持商家与消费者自主协商解决售后问题,非必要不介入消费者在已收到货后的“仅退款”申请。

拼多多官网显示,拼多多会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,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。其发布的《拼多多售后服务规则》征求意见稿提出,商家应在用户提交退款无需退货申请后36小时内进行处理,如果商家逾期未处理,平台将视实际情形判定是否支持退款给用户。同时,平台有权基于用户申请、用户投诉和/或店铺售后等因素自行决定适当缩短商家处理时限。

淘宝也更新了《淘宝平台争议处理规则》。其中,如果买家退货前商品性质已不适宜退货,或买家退货存在困难,卖家应为买家退货提供必要的协助,卖家未协助或协助后仍无法完成退货的,交易支持退款。此外,经判断卖家出售的商品存在描述不当、混淆误导、伪劣等情形的,平台售后支持退货退款,并删去了仅退款选项。淘宝预计,新规将于7月陆续生效实施。

抖音同样发布了关于修订《售后服务相关规则》的意见征集。其表示,充分支持商家与消费者自主协商解决售后问题,非必要不介入消费者在已收到货后的不退货全额退款售后申请。从条款来看,例如消费者无法完成退换货或商品已不适宜退货(已拆封的食品、已损毁的商品等),平台支持消费者退款,商品由商家负责联系消费者取回。

总体而言,从电商企业发布的售后意见征集来看,平台对“仅退款”的判定不再“一刀切”,而是变得更为谨慎。除了为商家和用户的沟通搭建了更完善的退货渠道,电商也会基于商家客诉、商品质量等多维度评判商家和用户双方退款不退货的争议。

“仅退款”被淘汰

若是回望电商“仅退款”的历史开端,这项新服务拉升了更多用户对电商消费的热情。2021年,拼



资料图片

多多率先推出“仅退款”。最初,拼多多的生鲜、白牌小商品等发生退货情况时,退货物流成本较高,甚至高于商品成本,“仅退款”可以抹掉退货环节的成本,以此提升消费者体验。随后,拼多多将“仅退款”政策拓展至全品类。

“这项服务很适合一些品类,如售卖花卉、生鲜等产品的商家,以及售卖低价商品的商家。”一位资深电商从业者向北京商报记者指出,由于这些品类损耗程度高,或是价格低廉,如果退货,商家还需要承担退货成本,有些商品在途还会进一步折损。

彼时,若消费者收到货后发现商品存在品质问题,如破损、与商品描述不符、性能故障等,可在平台发起“仅退款”申请,平台会主动介入处理,无需商家同意即可退款,退款后货品也无需寄回。

另一位前电商从业者认为,“仅退款”一定程度上确实为平台筛选出一些劣质服务的商家,“在电商平台和商家面前,消费者是弱势的,有些商家的产品确实存在质量问题且不愿意退款”。

然而,当市场消费环境发生剧变,电商红利枯竭,平台为了抢夺存量纷纷开打价格战,并跟进“仅退款”服务来笼络消费者。2023年底,淘宝、抖音、京东3家平台相继推出“仅退款”,快手也在2024年1月跟进,“仅退款”基本成为电商平台的标配。

理想状况下,这项政策能够在消费者遇到售后难题时提供解决方案,通过在平台发起“仅退款”更高效保障自身权益。然而,在某种

程度上,“仅退款”为部分想钻空子、薅羊毛的买家提供了便利,也影响了商家的正常经营。

在黑猫投诉平台上,与“仅退款”相关的投诉超24万条。其中,既有用户被商家拒绝“仅退款”请求后发起的投诉,也有部分商家被消费者成功发起“仅退款”后对平台的投诉。一名商家投诉称,有消费者买错产品与型号后,仅上传了商品崭新的图片,即成功申请“仅退款”,他认为,平台客服未进行审核就通过消费者的申请,助长了“白嫖党”和“羊毛党”的气焰。

莉莉是一位经营首饰的淘宝商家。据她介绍,确实存在一些“白嫖党”会在商品抵达驿站时提出“仅退款”,自己会立刻联系当地驿站进行拦截,“目前平台的规定是在商家发货前和商品在途时,用户能使用‘仅退款’。对于小商家来说还好,毕竟成本也就七八块钱,但一些高价商品若是遇到‘白嫖党’,损失就会很大”。

电商专家、大浪智库高级顾问姜蓉认为,电商平台追随“仅退款”,在当时也是一个不得已的政策。“因为用户的增长到顶了,大家都在同一个盘子里抢用户。别人有的政策,你也得有,才能保证用户能留在平台上。”

从过去一项吸引用户的新颖服务,到逐渐变为商家、用户吐槽抱怨的对象,“仅退款”也必须顺应市场变化作出调整。

据北京商报记者了解,目前电商平台售后一般设有“退款无需退货”和“退款退货”入口,“仅退款”政策取消之后,平台或将只保留“退款退

货”,“收到货”情形下退款是否退货将由商家与消费者协商决定。

平台重塑生态平衡

当一项历时已久的政策已经逐步激化商家和用户两端的紧张关系时,电商平台也必须重新审视“仅退款”服务带来的价值。去年7月,淘天开始率先松绑“仅退款”规则,打响行业“反内卷”。而京东、抖音等平台也会以商品好评率、包裹异常等维度来判定是否允许用户“仅退款”。

据了解,今年1月,市场监管总局副局长束为在新闻发布会上表示,2024年,市场监管总局推动优化平台经济领域竞争生态,督促各大电商平台整改“仅退款”和平台补贴、价格收费等领域存在的突出问题,让竞争环境更健康。其中,针对社会集中反映的“仅退款”问题,约谈主要电商平台,就平台利用“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,提出具体整改要求,落实平台企业主体责任。

束为表示,约谈以后,主要电商平台对“仅退款”规则进行了优化,为平台内商家提供了更大自主权。

电子商务交易技术国家工程实验室研究员赵振营表示,取消“仅退款”意味着电商价格战退潮,转向服务力的竞争。这一变革不仅是售后规则的调整,更是平台角色从“流量中介”向“商业仲裁者”转型的起点。从1688取消仅退款后转向信用补贴机制,到拼多多、淘宝等平台优化申诉流程,这场变革正在重塑消费者、商家与平台的三角关系。

“未来,平台竞争将聚焦于售后响应速度、纠纷处理效率等维度。”赵振营认为,“仅退款”政策曾是消费者信任的核心支点,其取消迫使平台寻找替代方案。例如1688推出的“信用评估动态补贴”、京东的“闪电退款”,本质上是通过技术手段将信任成本从商家转移到平台。

赵振营进一步解释称,这种模式要求平台建立更精准的用户画像和商家评级体系,这将加速平台从“流量分发”向“信用中介”转型。

零售电商行业专家、百联咨询创始人庄帅指出,取消“仅退款”需要平台调整相应的平台规则,增加快递上门取货的流程,从技术层面优化现有的系统架构和退换货退款的流程。

除了解决“仅退款”带来的问题,据了解,平台也在持续优化营商环境。今年4月,淘天宣布即将上线新版店铺评价体系“真实体验分”。这一举措旨在根治电商行业虚假评分顽疾,重构消费者信任机制。

而抖音也在今年1月提出,平台全面更新商品治理机制,阻止劣质货品流入市场,保障消费者生命健康安全。2024年,通过加大研发投入、升级技术模型,平台优化了商品信息核验能力,共前置拦截假冒劣质商品86万件。

来源:北京商报