

网购七天无理由退货已成消费习惯

商家呼吁出台线下退货规范细则

□本报记者 王路曼

日前，记者从全国工商和市场监管工作会议获悉，2018年全国工商和市场监管部门将继续加强消费维权，更好服务人民日益增长的美好生活需要。在监督经营者全面落实网购七日无理由退货制度的同时，将推进线下无理由退货工作。消息一出，引来网友和市民的广泛热议，那么，七天无理由退货能否在实体店得到推行呢？



网购无理由退货已成消费习惯

近年来，随着网络电商产业的迅速发展，热衷于网络购物的消费群体也越来越多，网络购物在以其品种丰富、购买便捷，送货上门等优势，吸引无数消费者青睐的同时，无理由退货等服务也成为一种竞争优势，被广大消费者所熟悉，甚至成为一种消费习惯。

30岁的外企职工刘芳就是一个网购达人，她和家人的所有生活用品几乎都从网络上购买。“我平时工作非常忙，几乎没时间逛商场，逛超市，而网购只需要在休息时间，通过手机在线下单就可以了，方便又快捷。”刘芳说，即便是买了不合适或不喜欢的商品，有“七天无理由退货”保障权益，并不担心冲动消费。采访中，记者发现，很多网络消费者都存在这种心理——“买完不满意可以再退。”

当然，自2017年3月15日起，国家工商总局制定出台的《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》已经正式施行了，其细化了《消费者权益保护法》规定的七日无理由退货制度，明确了不适用退货的商品范围和商品完好标准以及相关退货程序，并对网络商品销售者违反该办法规定，作出了明确的处罚细则。这使得网络消费环境和消费者网购权益得到进一步完善和保障。

“前不久，我在网上给朋友的女儿买了两套童装，因为错误地估计了孩子的身高，买到的商品尺寸不合适。又因为有其他更合适的选择，我向店家申请了退货。”刘芳向记者讲述了自己一次网购退货的经历，她告诉记者，网络商家很快处理了她的退货申请，并在收到寄回运单后，就将退款返还到她的账户，退货及退换时间仅用了三天。

刘芳说，虽然偶有商家对于无理由退货有所推辞，但绝大多数正规网络商家还是遵守相关规定的，所以即便网络消费侵权事件时有发生，但网络消费群体却只增不减。

事实上，《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》的出台让无理由退货有法可依，也在某种程度上为网络消费的竞争力增加了砝码，而与之相应的线下实体店消费的退换货流程则显得麻烦多了。

实体店售后执行“国家三包规定”

目前，实体店的售后服务执



行的是“国家三包规定”，即产品自售出之日起七日内，发生性能故障，消费者可以选择退货、换货或修理。

从字面上就很好理解，消费者想要退货、换货或修理，是需要理由的，即产品发生性能故障。而在实际操作过程中，有消费者表示，“即便是发生性能故障，退货也是非常难的，商家会想尽一切办法，呼吁消费者换货或修理。”

消费者张敏就向记者讲述了这样一次经历，“我曾在某商场买了一台集音箱、收音机为一体的新媒体播放器，用了两天之后发现播放器按键出现故障，且音响效果不好。于是找商家退货。”张敏回忆，起初商家得知产品出现问题，很热情地帮忙解决，建议返厂维修或直接换货，而对于张敏提出的退货要求，商家则婉言表示拒绝。

“后来，商家又加赠了一些赠品给我，我才同意换货，并未坚持退货。”张敏心里很明白，“更换和维修都能保证商家利益，退货则不然，商家既然卖出了商品，哪里甘心无理由退货啊。”

还有一次，张敏从商场购买了一台洗衣机，回家后，发现妻子从网上也买了一台，“因为购买重复，我就向商场要求退货，但商场认为产品没有任何性能故障或问题，不支持退货。”张敏说，本以为从商场退货可以减少网络退货中产生的运费，但线下退货却阻碍重重。最终，张敏只好在网上申请退货，这也让他体验到了“无理由退货”的好处。

采访中，记者发现，对于退货没有质量问题的商品，实体店商家的态度并不一致，有的商家表示，如不影响二次销售，可以退货；有的商家则表示，只能换不能退；还有的商家表示，没有质量问题，不退不换。这种态度虽然显得有些不近人情，但实体店商家售后服务执行的是“国家三包规定”，严格意义上来讲，商品没有质量问题，不退不换，也是无可厚非的。

线下无理由退货或能增强竞争力

面对线下也将实施“七天无

理由退货”的消息，很多消费者表示，这是在为线下购物消费增加竞争力。

“如今，线上线下购物市场竞争激烈，实体店消费的优秀就在于购物体验，而售后也是购物体验的重要部分”刘芳表示，从消费者角度来说，如果商品品质和价格完全相同，购物体验、售后服务等因素就成为消费

商家呼吁：规范线下退货制度 兼顾商家顾客权益

采访中，有商家表示，“无理由退货”就像商家给出“后悔药”，在于消费者一手交钱一手交货之后，还有一次“反悔”的机会。虽然不可否认“后悔药”对于消费者的吸引力，但这种“反悔”不应该是无限制的，应权衡好消费者和商家的双向权益。

有商家呼吁，在线上线下无理由退货全面推行之时，要注意平衡商家与消费者的权益，制定细则来规范退换货行为，不能放

者做出选择的考虑条件。而现在，线下退货条件比网购更加苛刻，无疑是在给线下购物体验打折扣。

当然，对于“线下实行无理由退货可提升竞争力”的观点，很多商家表示赞同，采访中，持有“不影响二次销售，就可以退货”态度的商家，就已经尝到了消费者肯定的甜头。某商场一服装品牌销售人员小李告诉记者，她所在公司十分重视客户满意度，不管是到店选购、试衣、结账、还是售后中的任何环节，都要以消费者满意为前提。

小李就曾碰到客户要求退货的情况，“那次，我们的产品没有任何问题，只因为消费者回家后觉得衣服上身之后显胖，就要求退货。”小李回忆，虽然消费者购物过程都非常愉快，但无理由退货却让她很为难，“我们的销售都是拿业绩提成的，消费者退货，我们的业绩就白干了。”虽然心里不愿意，但小李还是非常客气地接待了那位消费者，并向值班经理申请处理办法。

最终，经理同意退货，小李也未露不悦，还积极向消费者推荐其它产品，反倒那位消费者感觉不好意思了。小李说，“大概是我的服务让消费者觉得满意，之后那位消费者就成了店里的回头客，每次产品上新，她都会第一时间前来选购，还介绍朋友来光顾。”

的确，良好的购物体验是吸引消费者的重要因素之一，当商家意识到，退货服务与购买服务同样都能树立品牌形象时，无理由退货的推行，也就将在广大商家的支持和认可中进行了。

当然，也有专家表示，无理由退货要能倒逼商家专注产品开发、提升产品质量，提高产品服务性价比，从而改善整体消费体验，助力实体经济发展，就当真是一举两得了。

纵滥用无理由退换货，令商家合法权益受损，扰乱市场秩序的行为。对于恶意换货，意图敲诈等行为给予相应处罚和制裁。

当然，就如同线上无理由退货相关《办法》出台一样，线下“无理由退货”势必需要出台一系列相应办法，对不适用退货的商品范围、商品完好标准及退货程序等作出细致规定。相关《办法》也应该在保护商家与消费者各自合法权益的同时，促进整个行业的健康发展。