

“淘宝售后的整个天平都倒向消费者了。”在淘宝经营原创女装已有3年的高仙芝眼中，“仅退款”是一个不再遮掩的信号，它明确宣告着：淘宝要“讨好”消费者了，快来。同时，商家也普遍在诉苦。自去年12月26日淘宝“仅退款”新规落地后，短短数日间，社交平台便出现了大量“吐槽”帖。

“仅退款”新规为何引来许多争议？引发争议的背后又是怎样的逻辑？记者就此进行了调查。



在遭遇100多单“仅退款”投诉后，淘宝店主王威感觉很迷茫。受访者供图

大众新闻客户端记者 张瑞雪

“仅退款”让商家很无奈

从早期淘宝、美丽说、蘑菇街到1688、拼多多、京东、抖音、小红书……蛋蛋的从业史，亦是国内电商波澜壮阔进程的一角缩影。卖家是嗅觉灵敏的商业动物，尤其是中小企业，它们的爪子紧紧扒在流量河道里，充分感受着潮水的走向——“这几年淘宝流量不好，转到拼多多了，然后在拼多多被仅退款退得太多了，实在承受不了了，近几个月就把拼多多店铺退了，又回到淘宝。”

蛋蛋在各平台辗转的逻辑，无非是流量与规则构筑的底座是否能赚到钱。拼多多凭借近乎无条件的仅退款政策在行业中大杀四方，而被其规则“驱赶”的蛋蛋，来到淘宝又要面临老考题，不得不与淘式仅退款机制正面缠斗。

她讲起令她最头疼的一单生意，“我是完完全全没有想到这种情况买家居然能够仅退款成功，而且我的申诉还失败了。”

原来，顾客因渔具色差问题要求退货，蛋蛋起初愿意承担运费，顾客又称没空退货，于是蛋蛋要求销毁产品后可全额退款。顾客不愿销毁，向淘宝“小二”投诉后得到建议可仅退款，最终顾客得到全额退款并给了蛋蛋一个差评。

“买家申请仅退款基本就是机器审核，只要提交就能成功，如果金额在100元以上，可能会有人工大概给你看一下。”她抱怨，“如果金额比较低，只要买家一直要求，基本都是秒过。”蛋蛋不服气去申诉，却得到一个模糊的回应，“该订单符合仅退款的规则”。

蛋蛋觉得自己得到了一个最差的结果：财货两失和一个差评。这让她很气愤，“我的东西，为什么平台你可以这样给我处理？是不贵，29块钱，但是如果大量都是这种订单的话，我们店铺还怎么做？”

何况本次是这位顾客第三次购买她的货物，她认为，如果真的质量有问题，为什么新规之前买家会买第一次、第二次，新规之后却要求仅退款。在蛋蛋眼中，顾客正是得到了平台的变相鼓励，“把我的客人带坏了。”

愈加失灵的申诉则是商家口中的另一座“难越关山”，身姿笨拙的中小商家“爬山”爬得气喘吁吁。

高仙芝讲起自己一次申诉成功的经验，“我把话说得很重，备注说要向媒体曝光，而且第一次失败后我又点了复议，可能看我很强硬就给我通过了。”但他强调，这个概率很小。

这一说法在商家王威处也得到印证。王威是一位残疾人，在淘宝开店卖拖鞋。他遭遇仅退款100多单，申诉过20次，仅1次成功。

新规祭出锋利如剑 刺痛商家诉苦不断

——淘宝“仅退款”落地半月后调查

“其实平台在扮演一个‘和事佬’的角色。”高仙芝透露，商家申诉成功后所得货款并非用户退还，而是由平台垫付。也就是说，一旦发生仅退款的纠纷，即便商家能够申诉成功，买家也能够同时得到钱与货，平台则宁愿自行垫付也不愿得罪代表着流量的用户。

蛋蛋无奈说道，“我觉得实质是平台回避了真正的矛盾，就是产品究竟有无质量问题的矛盾，而用所谓态度问题侧面把矛盾偷换成卖家的锅。”

羊毛党有了新“乐园”

然然的遭遇就更像一个具体的“平台制度之困”故事。

卖数码产品的她在淘宝经营三年有余，原本生意不瘟不火，最近则陷入了几乎想要关停店铺的日子，仍觉得胆战心惊。

“他们黑话叫把链接打下来。意思就是有组织地对店铺的某一个商品链接密集地发起十几单仅退款，一旦成功，你的链接就会被淘宝设置为有风险，系统就会减少流量曝光，那东西就基本卖不出去了。”然然回想起被羊毛党纠缠的日子，仍觉得胆战心惊。

这类团伙通常还有“白脸”“红脸”的分工。然然回忆，一开始有人来找她，假装好意地问，“老板你要不要和我们群主商量一下，我们就不仅退款了，把货退给你。”生意难做，每个链接能够在内卷的平台得到自然流量都异常困难，然然动摇了。

对方索要400元给她“平事”，然然先给了100元，却发现羊毛党们并未撤退。“只是没有薅羊毛订

单来了，但是已有的仅退款申请都没有撤销，有一些因为小二关闭他们的仅退款订单，就改成退货退款了，但有好几个坚持不懈，一个月后还在申请仅退款。”

当然然一再求助平台小二时，发现“嫌我烦了，我让他们介入，也会已读不回了。”直到然然重新打电话，重新匹配新的客服人员，再从头处理，“一个人烦了之后换另一个人，直到能解决问题的人出现。”

目前这套系统的运行，高度依赖平台小二个人如何认知规则与处理纠纷。这使蛋蛋不安，“小二的流动性挺高，有时候对规则都没我们熟悉。而且人都有主观性，在不对等的关系里，你也没法跟人家据理力争。”

然然至今仍高度紧张，会一直密切观察有没有异常的仅退款订单。她在网络发帖分享后，甚至遇到了被同一个团伙威胁的商家。期间并非没想过反击，她报警后调取了快递站的监控，却一无所获。

并且，如果在与买家的对话中提及“我要报警”等字眼，则可能因上述“态度”问题被买家投诉于平台，平台将抵扣商家保证金作为罚款。

“网络蝗虫”，蛋蛋形容道。这些人如幽灵般纠缠着中小商家，在群里分享可供“围猎”的链接，一哄而上“搞臭”店铺，并以此威胁商家。除有组织的团体外，在社交平台，这类“薅羊毛”攻略也四处流传，有些人甚至未意识到其中的法律风险，仅仅以“占小便宜”的心态参与其中。

蛋蛋认为，普通消费者不仅可能会“被”均摊成本，还可能面临产

品品质下降的状况，“如果不想加价失去竞争力，那就只能从原料上去压缩，那产品会越做越差。某些平台商品的质量不佳，其实就印证了这一点。”

商家们似乎有一点不谋而合的共识：仅退款的全平台化，将是一场“劣币驱逐良币”的游戏。当然，他们都自认是“良币”。

另一层面，作为老电商人，小敏也会向前一步，思考这种平台“内卷”下的机制，究竟在培育何种消费者？她认为，“薅羊毛，好像已经形成一种传染，其他平台的仅退款机制培养了一批又一批‘羊毛党’，淘宝新规之后，明显又助长了一批这类被鼓动的消费者。”

有商家“愤然离席”

去年11月底，阿里巴巴市值被拼多多一举超越，被商家视为淘宝“焦虑感”的重要来源。

淘宝曾经以“让天下没有难做的生意”的理念颇受商家青睐，小敏对此很肯定，“淘宝曾经在商家圈子里口碑还是不错的，服务意识也比较强，大家公认相对公平。”

在经历拼多多的全盛与淘宝的失落后，马云顺势提出“用户第一”的口号，在“用户第一”理念指导下的“仅退款”机制，商家显然感到被威胁。他们一致认为，这是平台在有意转嫁矛盾，“其实我们商家和顾客之间没有这么大的矛盾，很多东西是可以协商的。现在是平台丢出一块肉骨头，让我们两方变得很紧张。”蛋蛋说。

小敏则表示，仅退款没问题，但是如果平台用商家的钱和产品去讨好了顾客，平台却没有任何损失，那便不是一场公平的游戏，没有人能长久玩下去。

其实，商家对仅退款政策不满而选择“愤然离席”的情形并非没有出现过。去年三月，拼多多就曾发生“炸店”事件。中小商家以消费者身份在拼多多旗舰店批量下单，发货后便集中申请仅退款，以示对拼多多官方的不满。

但这次行动未有任何实质结果，拼多多的仅退款政策并无松动，于是不少商家因此“出走”拼多多，回流淘宝。如今，淘宝新规一出，仍然以隐形地让渡商家利益为“法宝”，让商家难免沮丧，甚至自称“营商信心走低”。蛋蛋最近在考虑将主场转移到更轻盈的小程序上。

（应受访者要求，高仙芝、蛋蛋、然然、王威、小敏均为化名）

新闻延伸

专家点评“仅退款”新规——未来应是“共赢”之道

大众新闻客户端记者 张瑞雪

“之前对于咱们消费者来说，网购最大的问题之一就是退货难。”山东政法学院经济贸易法学院经济法教研室主任穆虹认为，“商家会给我们设置很多障碍，让我们提供一些我们无意识去留存的证据和材料，所以目前仅退款新规的出台，肯定会让退款更顺畅，保护了消费者。”

“商家不能因为以前享有便利和占有主导地位，现在被限制了，就表达抵触。就此应该推动与倒逼的，应当是产品质量和服务水准的提升，以减少退货率。”穆虹对新规的积极作用，表达了肯定。

同时，她也提出，消费者和商家都有权利维护自己的合法权益，平台应为新规提供更为完整的配套规定及做好配套人员的培训，不能只有规则变动而其余不变。

对于羊毛党一类的恶性消费者，她认为，尽管消费者权益保护法倾向于保护消费者，但合同法与民法典中的诸多规定也在保护经营者。因此，合法消费与合法经营是彼此的底线，也需双方共同维护。

山东财经大学工商管理系副教授张晴则提出，如今淘宝等平台在竞争中优势减弱时，则会放出利好规定吸引消费者，有时候反而可能不利于营造正常健康的营商环境。“平台在想办法拉回流

量时，应当提高平台的服务质量，更精细地服务于买卖双方。如果恶性竞争后形成垄断，那么最终还会有损消费者权益。”

“第一，出台新规时平台应当制定详细计划与补充方案，方案成熟后方可公布，不可病急乱投医；第二，竞争需有限度，需考虑对行业的整体影响；第三，购物平台应有较为清晰的客群定位，考虑自己想要哪些市场，同时需要根据外部环境、代际差异等来及时调整战略方向。”张晴建议道，“最理想的结果，是平台、商家与消费者达成‘共赢’，这不会自然到来，而是需要所有主体一起参与摸索。”