

# 专治穿完就退，商家把吊牌做得比脸还大

专家称，平台有必要制定出更为细化可行的退货规则

记者 徐宁 胡玲玲 报道

## 服装电商困在高退货率里

今年年初，当收到一条退货连衣裙时，有着丰富经验的电商卖家卡利还是愣在了原地。买家以“假期外出、未拆封”为由卡在“七天无理由退换”的最后关头申请退货，但被退回的裙子领口有明显沾染粉底液的痕迹，而且还别着一枚其他店铺的发夹。“防不住，真的防不住。嘴上说着没动过，其实已经穿出去拍完照了。”卡利感叹，有人专门组团研究起平台规则的漏洞，令卖家防不胜防。

还让他无奈的是，即便商家发现问题，平台处理机制往往倾向于消费者。一次，顾客退回一件带有浓重香水味的衣服，卡利尝试拒收，平台客服最终以“无法提供异味证据”为由，直接同意了退款申请。“平台不参与验收，我们怎么证明衣服有气味？”卡利认为，这类利用节假日打“时间差”下单、使用后批量退货的做法，已成为中小型商家的共同困扰。

更严重的是，异常退货可能触发平台风控，导致店铺被封。此前，某学校60多名学生集体网购服装用于运动会，结束后统一以“质量问题”退货。事后店主发现，学校官网的照片中，学生均穿着未摘吊牌的服装，退回的衣物上还沾着草坪的杂草。即使证据确凿，由于短时间内退款订单量激增，店铺还是被系统自动封禁了。

长期以来，居高不下的退货率始终是

一枚小小的吊牌，本应在新衣上身前就被剪下丢弃。在“七天无理由退货”成为电商标配的当下，一种心照不宣的“潜规则”暗流涌动：部分消费者网购后不剪吊牌就把衣服穿出门，还总结出“穿完就退”的心得。被卷入其中的商家，从最初的无奈，逐渐转向直接反击。对策很简单，将吊牌放大，大到难以忽略、无法隐藏。这种“巨型吊牌”便成为一道无法被忽视的防线，横亘在买卖双方的“攻防战”中。



为对抗恶意退货，商家制作出巨型吊牌。

困扰服装电商的痛点。36氪发布的《中国直播电商行业研究报告》显示，直播电商女装退货率普遍达到50%—60%，男装为30%—40%。艾瑞咨询的分析报告也指出，近5年电商退货率持续上升，服装类尤为突出。

在业内看来，退货成本低是退货率高的主要原因。卡利说，本该保障消费者权益的运费险，明显已经被过分滥用，“有运费险的

话，试穿几乎是零成本，比起租赁划算太多。”

## 把吊牌做成“显眼包”

服装品类商家在退货环节面临的阻力，很大程度上源于退货标准中的界定不够明晰。根据《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》，服装类的“商品完好”，主要指商品外观无损坏、吊牌齐全，但对“是否经实际穿着”缺乏量化的检测手段。

于是，“显眼包”式吊牌应运而生。与传统吊牌不同，它们从原本隐藏在衣领内侧的小标签，变身为挂在衣物醒目位置的大招牌。常规吊牌力求低调，避免影响试穿体验。而“巨型吊牌”则反其道而行，通过增强存在感，以夸张的尺寸、坚硬的材质，甚至多个不同颜色吊牌串联的方式吸引眼球，以此制约顾客长期试穿后的不当退货。

而且这一策略在短期内形成了规模化效应。“巨型防退货标识其实一直都有，只是最近形式越来越多样。”在四川经营着一家吊牌生产厂的吴先生解释道，与早期普遍使用的一次性塑料扣相比，如今的纸制大吊牌在成本和定制灵活性上更具优势。

吴先生算了一笔账，近两个月，他制作的纸质大吊牌有四五万个，批量生产成本很低，如果以万为单位起订，单个成本仅需0.1至0.3元，对商家来说负担不大。

新挑战随之而来。吴先生坦言，随着这种显眼吊牌的普及，网络上已经出现专门教授如何无损拆除各种特殊扣具和吊牌的教程，“所以我们也得和客户随时沟通，不断更新模具和防拆技术。”

## “攻防战”中平台不能缺位

“在当前的电商生态中，平台往往占据了较大的利润空间，这在一定程度上挤压了商家的收益，也影响了消费者的购物体验。”济南大学商学院教授朱瑾在接受齐鲁晚报·齐鲁壹点记者采访时表示，“巨型吊牌”的出现，反映出平台有必要制定出更为细化可行的退货规则。

以备受争议的“仅退款”为例，初衷是为了倒逼商家提升商品和服务质量，简化售后流程。然而，在实际执行过程中，却出现了部分消费者滥用规则，恶意“薅羊毛”，而商家因举证困难、申诉流程复杂，只能默默承受损失的情况。不合理的“仅退款”成本不仅会转嫁给商家，也会平摊到普通消费者身上，进而影响整个电商生态。

今年以来，多家电商平台宣布对“仅退款”规则松绑，不再主动介入优质商家的“仅退款”，还会完善内部打标机制，通过分析、研判，停止恶意用户的“仅退款”售后支持。与其单纯约束商家或消费者，朱瑾建议，对于诸如不剪吊牌、穿了就退的“白嫖党”，平台可以从用户退货频率和商家信用情况等多方面来判定退货纠纷，给出更加公正的结果。

朱瑾还提出了一种更为具体的解决方案，对于使用频率低、单价较高的商品品类，平台可以探索多元的选择，帮助商家获取扩展营收的渠道，“可能只穿一两次的礼服，或很快就能读完的畅销书，平台是否可以主动提供租售结合等更灵活的交易模式，这也许能够带来多赢的局面。”

# 英魂不朽 薪火长燃

## 济南革命烈士陵园“红色九月”英烈文化宣传活动纪实



### 深切缅怀 弘扬英烈精神

树名立碑，告慰英灵。9月24日是济南解放77周年纪念日，在陵园英雄广场，济南市第四次为寻亲成功的济南战役无名烈士举行立碑仪式，40位济南战役“无名烈士”重归“有名英雄”。仪式庄严肃穆，交警铁骑全程护送，烈属、济南战役老战士、部队、机关单位及大中小学生代表等共同见证，一个个光辉姓名郑重镌刻于历史卷轴，以城之名，致敬英烈。

追思先烈，砥砺前行。在第十二个烈士公祭日之际，山东省、驻济部队暨济南市向人民英雄敬献花篮仪式在陵园纪念塔广场隆重举行。各界代表庄严肃立，雄壮的国歌声在每个人的心间激荡，伴随着深情的《献花曲》，礼兵将花篮摆放在纪念塔前，全体人员绕塔一周瞻仰，追思英烈的丰功伟绩，历史的厚重与未来的使命在此交汇，激励我们从英烈精神中汲取不竭动力，在新时代的征程上砥砺前行。

### 主题临展 铭记光辉历史

红色印记，丰碑永驻。举办“伟大胜利——济南战役史实展”。园(馆)梳理大量珍贵的历史图片、史料、电报等，通过“伟大胜

为深切缅怀革命先烈，弘扬英烈精神，赓续红色血脉，2025年9月，济南革命烈士陵园(济南战役纪念馆)组织开展了“红色九月”系列英烈文化宣传活动。活动围绕缅怀祭奠、主题展览、宣讲采访、氛围营造等多个维度，精心策划，有序推进，在全社会营造了崇尚英烈、缅怀英烈、学习英烈、关爱烈属的浓厚氛围。

利“历史坐标”“运筹帷幄 剑指济南”等八个板块，系统展现了济南战役的光辉历程和伟大胜利，深刻触动着每一位观展者的城市记忆，成为开展红色教育的生动教材。

九市联袂，同仰忠魂。联合菏泽、济宁、滨州等九市，举行“黄河忠魂 浩气长存——山东省黄河流域九市抗战英烈事迹展”。展览聚焦黄河流域波澜壮阔的抗战历史，通过图片、实物、文献档案，全方位、立体化地呈现了45位抗战烈士为保卫黄河、保卫家乡、保卫全中国而英勇斗争、壮烈牺牲的

### 寻访宣讲 传承红色基因

实地寻访，挖掘史料。持续开展济南战役老战士寻访工作，系统整理口述历史，广泛征集革命史料，深入挖掘红色资源，生动再现济南战役的硝烟岁月，以实际行动助推革命精神代代相传。实地寻访烈士亲属，为无名烈士寻找姓名，全过程挖掘英烈事迹，打造系列红色英烈故事，为盘活红

色资源、深化爱国主义教育注入了源头活水，有力推动了红色基因的赓续传承。

红色宣讲，薪火传承。“英雄山薪火”宣讲团将一堂堂生动的“红色开学第一课”送进龙鼎实验学校、奥龙小学等多所校园，通过讲解流动展览、讲述英烈故事，观看红色专题片和互动问答，在青少年心中悄然播撒信仰的种子。参加退役军人事务部“铭记 不朽的丰碑”英烈事迹宣讲、“山河映忠魂”山东省英烈故事巡回宣讲活动，广泛传播济南寻亲故事、感人英烈事迹，有效提升泉城红

色文化的社会影响力。

### 营造氛围 凝聚奋进力量

融媒聚力，同频共振。线上推送抗战胜利80周年主题海报，观看“9·3”阅兵直播；宣传第十二批在韩中国人民志愿军烈士遗骸迎接仪式，同步转发系列推文；聚焦2025年为济南战役寻亲成功无名烈士立碑仪式，策划推出“八天八夜”系列海报。在回顾历史中强化民族记忆，在仪式传播中激荡爱国情怀，在视觉叙事中再现烽火征程，为弘扬英烈精神、深化情感共鸣注入了澎湃动力。

环境育人，润心铸魂。线下系统布置教育阵地，设计口号标语、制作宣传手册、更新园区展板、悬挂活动条幅，加装景观小品；同步补栽修剪绿植、美化园容园貌，以精细匠心打造整洁、庄重、肃穆的环境，使纪念设施成为触动心灵、洗礼思想的现实课堂，让红色基因在环境浸润中生生不息，让精神火炬在庄严场域中永续传递。

“红色九月”英烈文化宣传活动圆满收官，但红色传承永不落幕。未来，济南革命烈士陵园(济南战役纪念馆)将继续以崇高礼仪告慰英魂，以务实行动践行传承，以深情讲述赓续精神。红色基因永不褪色，英雄精神历久弥新。