

# 电商平台退款不退货规则适用现状和思考

## ——以裁判案例实证分析为切入点

杨惠萍

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年1月15日; 录用日期: 2024年1月22日; 发布日期: 2024年2月29日

### 摘要

电商平台实行“仅退款不退货”规则以来, 虽维护了消费者权益和督促商家提高产品质量, 但在实行过程中也产生一些问题: 消费者滥用民事权利, 违反诚信、公平交易原则, 借平台规则绕过商家申请仅退款, 造成商家钱货两空, 严重损害了商家合法权益。“仅退款不退货”问题涉及到平台、商家和消费者的权利义务, 以及三方在交易中的处理方式。因此平台要平衡买卖双方利益, 商家和消费者都应遵守法律法规和平台规则, 诚信交易, 才能优化法治化营商环境, 刺激消费, 实现经济高质量发展。

### 关键词

平台, 仅退款, 消费者权益, 商家利益, 诚信交易

# Applicable Status and Thinking on E-Commerce Platform Refund No Return Rules

## —Taking the Empirical Analysis of Adjudication Cases as the Starting Point

Huiping Yang

School of Law, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jan. 15<sup>th</sup>, 2024; accepted: Jan. 22<sup>nd</sup>, 2024; published: Feb. 29<sup>th</sup>, 2024

### Abstract

Since the implementation of the e-commerce platform “only refund and no return” rule, although

the protection of consumer rights and urges businesses to improve product quality, in the implementation process also produced some problems: consumers abuse civil rights, in violation of the principle of integrity, fair trading, by platform rules to bypass businesses to apply for only refund, causing merchants to empty money and goods, seriously damaging the legitimate rights and interests of businesses. The issue of “only refund but not return” involves the rights and obligations of the platform, merchants and consumers, as well as the treatment of the three parties in the transaction. Therefore, the platform should balance the interests of both buyers and sellers, merchants and consumers should abide by laws and regulations and the rules of the platform, and conduct honest transactions, so as to optimize the business environment under the rule of law, stimulate consumption, and achieve high-quality economic development.

## Keywords

Platform, Refund Only, Consumer Rights and Interests, Business Interests, Honest Trading

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

2023年12月,继拼多多、抖音之后,淘宝和京东又一次推出“仅退款不退货”规则<sup>1</sup>,引起全民热议,成为社交平台热搜话题[1]。经济日报指出:“仅退款不退货”规则的制定凸显了新时代中国经济高质量发展背景下消费者优先理念[2]。然而,这项规则在实行过程中却饱受争议。北京商报指出,“仅退款不退货”规则的实行有利于维护消费者权益,督促商家更加注重产品质量,但同时也会带来一系列问题:这种“仅退款”模式会助长一些消费者利用规则漏洞从中获取不正当利益,损害商家合法利益,激化商家与消费者之间的矛盾,反而不利于良好经济秩序的构建[1]。

为此,本文以“拼多多”平台为例,在中国裁判文书网上搜索“仅退款不退货”网络服务纠纷案例总共67个,对此类案例中商家、电商平台和法院的处理方式进行了实证分析,揭示“仅退款不退货”规则的实际适用以及存在的问题,对平台如何更好平衡消费者与商家利益,构建健康的市场交易秩序有着重要的理论研究价值和实践意义。

## 2. “仅退款”实行规则在司法裁判中的实践样态

### 2.1. 实证数据总体分析

由表1可知:

第一,在本文收集的67个案例中,案件地域管辖上主要分布在东部和中部的基层法院,这与我国沿海地区经济发达、网购群体占比较高相符合,同时也反映了案涉标的额较小、基层法院受案范围最广、网络购物服务与社会生活紧密联系等普遍现象。其中上海市的案件有20个,占统计样本的29.8%,与被告平台住所地在上海有关。

第二,拼多多平台“仅退款不退货”规则在司法中诉讼类型主要分成三大类:第一类是商家起诉消费者。这一类案件数量达到48个,占统计案件的71.6%。这一数据表明了电商平台购物过程中,商家和消费者形成的网络买卖合同关系是纠纷产生的前提。第二类是商家起诉平台。这一类案件数量是14个,<sup>1</sup>“仅退款不退货”规则是指消费者在电商平台购买的商品若出现质量问题时,商家未在规定时间内处理,可以不退货直接向平台申请退款,这一规则旨在通过提升用户体验促进消费,同时对商家进行优胜劣汰,促进经济的正向循环与健康发展。

占统计案件的 20.9%。该数据说明了当商家与消费者因产品质量问题而引起纠纷时，平台介入并根据平台处理规则对商家进行扣款以及提现权利限制，以此维护消费者权益。第三类是消费者起诉平台。这一类案件只有 4 个，仅占统计案件的 7.5%。在这一类诉讼中，消费者提出“仅退款”申请遭到平台拒绝，因而对平台处理结果不满，要求平台优先承担赔偿责任。

**Table 1.** Pinduoduo “only refund and no return” rule application status statistics

**表 1.** 拼多多“仅退款不退货”规则适用现状统计

原被告类型	诉讼请求	判决结果	频率	百分比(%)
商家起诉消费者	要求退还货款、扣款、调查费、材料 打印费、精神损害赔偿等	法院不支持	15	22.4
		法院支持	33	49.2
商家起诉平台	要求返还货款、扣款等	法院支持	7	10.4
		法院不支持	3	4.5
消费者起诉平台	要求恢复提现权利	法院支持	4	6.0
		法院不支持	5	7.5
合计			67	100

## 2.2. 平台处理方式

本文通过对相关案例统计后，发现平台在实际中针对消费者与商家之间的冲突，主要采取以下方式处理：

一是平台自动介入商家与消费者交易，主动向消费者发出“仅退款”申请。消费者在平台相关经营者下单购买商品，之后因商品质量问题与商家发生纠纷，平台根据大数据识别到商家未在规定时间内解决消费者问题时，平台主动介入并解决买卖双方当事人之间的纠纷。平台在处理此类纠纷时，明显偏向消费者，无视商家的申诉而直接向消费者退还货款，甚至对商家做出罚款处理<sup>2</sup>，导致恶意退款长期存在，羊毛党层出不穷。

二是消费者向平台申请“仅退款”，平台被动介入交易。在消费者因质量问题向商家申请“仅退款”要求遭到商家拒绝后，会向平台申请客服介入。平台客服介入后往往也是直接扣除商家货款并退还消费者。但极少数平台也会根据消费者购买信用、下单退款次数等信息拒绝消费者“仅退款”申请<sup>3</sup>。

## 2.3. 商家处理方式

针对消费者提出的“仅退款不退货”的申请，在实践中商家主要通过以下几种方式应对：

一是向平台申诉。当商家面对消费者申请“仅退款”时，向平台申诉是其第一选择。商家在入驻平台之前，需要和平台签订一系列协议，其中涉及仅退款和极速退款的有关约定，同时平台、消费者与商家之间形成了网络服务合同关系，平台作为买卖双方达成交易的中间人，有权利也有义务对买卖双方之间产生的纠纷进行公平、公正的处理。基于对这些因素的考虑，商家与消费者因“仅退款”申请发生冲突时，向平台申诉自然是其首选。但在实际中，由于平台申诉流程不够完善，导致商家申诉成功率较低。甚至有些平台不给商家处理时间，直接同意消费者提出的“仅退款”申请，同时还对商家进行扣款、限制其提现权利<sup>4</sup>，致使商家申诉无门，只能向法院起诉。此外，商家向平台申诉时未提交相关的证据也是申诉不成功的原因之一。

<sup>2</sup>具体参见：(2023)沪 0105 民初 16356 号民事判决书；(2023)沪 0105 民初 16328 号民事判决书。

<sup>3</sup>具体参见：(2021)沪 0105 民初 12169 号民事判决书；(2022)京 0491 民初 2938 号民事判决书。

<sup>4</sup>具体参见：(2023)沪 0105 民初 11265 号民事判决书；(2023)沪 0105 民初 16356 号民事判决书；(2022)沪 0105 民初 26165 号民事判决书。

二是起诉后法院调解。本文通过对相关案例进行统计，发现商家与消费者之间因“仅退款”产生纠纷而上诉的案件中，经过法院的调解，消费者不仅同意返还款项，也同意支付商家为此支出的其他合理费用<sup>5</sup>。但此种案例数量不多，且偶然性很大。

三是通过诉讼解决。当事人双方通过诉前调解不成功，进入诉讼程序。由上述表 1 中相关数据可以看出，商家起诉消费者、平台胜诉的概率接近一半。但在绝大部分案件中，法院也仅支持商家货款返还诉求，对于其他维权费用一般不予支持，出现了维权成本比维权利益高昂的现象，导致商家对此类纠纷案例维权的积极性不高，甚至有些商家考虑到维权时间长、成本高等问题，立案后又撤诉<sup>6</sup>。

有些法院认为向消费者返还货款的主体是平台，如商家认为平台退款行为影响其合法权益，可按照其与平台间的协议寻求解决途径。但商家入驻平台时，双方已签订关于仅退款和极速退款等情形的协议，意味着商家同意平台管理规则和纠纷处理模式。因此法院在一些案例判决中认为平台进行仅退款操作是经过商家事先授权同意，消费者进行“仅退款”申请形式上是符合相关条件的。由此形成了逻辑闭环，商家要想在诉讼中突破，必须付出更大成本<sup>7</sup>。

## 2.4. 法院裁判方式

### 2.4.1. 诉讼结果

关于拼多多“仅退款不退货”的诉讼结果主要分为三大类：第一类是法院驳回商家、消费者的诉求，法院认为关于“仅退款”事项可与拼多多平台协商或平台已尽到审查义务<sup>8</sup>。第二类是法院支持了商家的货款返还诉求或恢复提现权利，但对于其他事项没有支持<sup>9</sup>。第三类是实践中出现的特殊情况。如法院支持商家主张的货款、扣款以及调查费等返还要求<sup>10</sup>，有些商家主张误工费经济损失以及精神损害赔偿，一般都被法院驳回，但也存在法院支持其诉求的个例<sup>11</sup>。

### 2.4.2. 裁判说理

Table 2. Merchant vs. consumer verdict

表 2. 商家起诉消费者判决结果

原被告类型	诉讼请求	判决结果	频率	百分比(%)
商家起诉消费者	要求退还货款、扣款、调查费、材料打印费、精神损害赔偿等	法院只判决退还货款	18	54.5
		法院判决退还货款和其他合理费用	15	45.5
	合计		33	100

由表 2 可得出：

<sup>5</sup> 具体参见：(2022)浙 0802 民初 5005 号民事判决书；(2023)鲁 0782 民初 4924 号民事判决书；(2023)鲁 0982 民初 5257 号民事判决书。

<sup>6</sup> 具体参见：(2023)沪 0105 民初 12442 号民事判决书；(2023)沪 0105 民初 15805 号民事判决书；(2023)沪 0105 民初 16320 号民事判决书。

<sup>7</sup> 具体参见：(2023)辽 1202 民初 1870 号民事判决书；(2023)鲁 1121 民初 2405 号民事判决书；(2023)浙 0203 民初 6710 号民事判决书。

<sup>8</sup> 关于“仅退款”事项可与拼多多平台协商案例可参见：(2023)辽 1202 民初 1870 号民事判决书；(2023)粤 1324 民初 876 号民事判决书；(2023)浙 0203 民初 6710 号民事判决书。平台已尽到审查义务案例可参见：(2021)沪 0105 民初 13785 号民事判决书；(2021)沪 0105 民初 12169 号民事判决书；(2021)沪 0105 民初 12169 号民事判决书。

<sup>9</sup> 具体参见：(2022)鲁 0322 民初 1312 号民事判决书；(2023)粤 1621 民初 1837 号民事判决书；(2023)鲁 1725 民初 5144 号民事判决书。

<sup>10</sup> 具体参见：(2023)鲁 1723 民初 3521 号民事判决书；(2022)粤 0192 民初 21007 号民事判决书；(2022)鲁 0114 民初 312 号民事判决书。

<sup>11</sup> 具体参见：(2022)赣 0924 民初 1138 号民事判决书；陈凡。以案说法，给商家“差评”，涉及侵权吗？[N]. 宜丰法院，2022-12-19。具体参见：<https://mp.weixin.qq.com/s/flNdlCOcsQgGISKMnqIXaA>。

在商家起诉消费者这一诉讼类型中，原告不仅主张返还货款、扣款，还主张被告承担因调查被告相关信息而支出的服务费以及诉讼费，甚至有些案件原告还提出精神损害赔偿<sup>12</sup>。而法院的判决结果主要分成两类：一类是法院仅判决被告返还原告货款，这一类案件达到18个，占比54.5%。关于不支持原告提出的赔偿调查费、材料费等诉求的主要原因，绝大多数法院的裁判理由主要有以下几个方面：一是法院认为原告提出的诉求缺乏法律依据<sup>13</sup>；二是法院认为原告提出的赔偿调查费等并非必要支出、原告亦存在过错等<sup>14</sup>；三是法院认为原告提出的返还扣款等诉求与主张返还货款不属于同一个法律关系<sup>15</sup>。另一类是法院判决被告返还货款以及平台扣款、调查费、材料费等其他合理支出费用。这一类案件有15个，占比45.5%。在这一类案件中，法院之所以支持原告主张的赔偿费用，主要是被告在审理中同意原告提出的赔偿要求<sup>16</sup>，此外法院还根据被告在起诉过程中提交的证据以及所遭受的损失进行合理考量并予以一定程度的补偿<sup>17</sup>，这些都是原告诉求得以实现的原因。

### 3. “仅退款”网络纠纷案例引发的思考

#### 3.1. 平台平衡商家与消费者利益是关键

平台实行“仅退款不退货”规则可以帮助消费者有效规避货不对板、恶意欺诈等不良现象，降低消费者处理售后的难度和成本，是消费者好评率最高的服务之一，其旨在更好维护消费者权益。但自“仅退款”规则实行以来，却一直被商家诟病。一些消费者趁机借平台规则漏洞造成商家钱货两空，严重损害商家合法权益，导致商家对平台处理方式不满，集体发起“炸店”行动，电商平台一度被卷入舆论的风口浪尖<sup>[3]</sup>。同时本文通过对相关案例统计发现，在商家起诉消费者和平台过程中，不少消费者利用平台漏洞谋取不当利益，进行“薅羊毛”。如(2022)鄂0281民初5665号一案中被告消费者仅以“口感不好”为由申请“仅退款”，(2023)沪0105民初16328号一案中被告消费者与原告商家已达成退货退款协议，后因平台介入获得货款却不退回商品。案例中的消费者滥用个人权利，扰乱正常的交易秩序，更违反了公平、诚信原则。因此如何平衡好商户和消费者的利益，平台需要做出更多探索。

#### 3.2. 证据在诉讼或申诉中的重要性

在诉讼或申诉过程中，提供充分的证据对于证明商家或消费者的违约行为非常关键。如(2023)鲁1725民初5144号一案中，被告消费者虽抗辩商品质量存在问题，但并未向法院提交有力证据予以证明；(2023)粤1621民初1837号一案中法院认为关于原告提出的要求被告赔偿快递费、材料打印费、来回往返车费的诉讼主张，因未提交具体、有效的证据证明相应费用支出或实际损失，应自行承担败诉后果。以上案件表明了证据在原被告主张权利的过程中发挥着至关重要的作用。

#### 3.3. 发挥法院的调解作用

消费者或商家由于缺乏法律意识，认为其行为不足以触犯法律，侵害他人合法权益。因此在平台介入试图调解买卖双方当事人交易纠纷时，当事人协商难以达成一致，最终走上诉讼。在统计的相关案件中却不难发现，不少消费者最终在法院的调解下最终与商家达成和解协议，不仅同意返还商家货款、扣款，也同意商家提出的经济损失费等要求<sup>18</sup>。

<sup>12</sup> 具体参见：(2022)赣0924民初1138号民事判决书；(2022)桂1322民初1622号民事判决书。

<sup>13</sup> 具体参见：(2023)鲁0982民初5257号民事判决书；(2023)粤1621民初1837号民事判决书；(2023)沪0115民初55004号民事判决书。

<sup>14</sup> 具体参见：(2022)浙0802民初5005号民事判决书；(2023)鲁1503民初882号民事判决书。

<sup>15</sup> 具体参见：(2023)鲁0982民初5257号民事判决书；(2023)沪0115民初55004号民事判决书。

<sup>16</sup> 具体参见：(2023)鲁0782民初4924号民事判决书；(2022)赣0924民初1138号民事判决书。

<sup>17</sup> 具体参见：(2022)鲁0402民初4379号民事判决书；(2022)粤5103民初2579号民事判决书；(2022)粤0192民初21007号民事判决书。

<sup>18</sup> 具体参见：(2023)鲁0982民初5257号民事判决书；(2022)赣0924民初1138号民事判决书。

同时在审理过程中,法院向双方当事人开展释法明理工作,向当事人阐明了彼此之间的权利和义务,指出民事主体在从事民事活动中应遵循诚信、公平原则,买卖双方均应坚守城市交易的良好风尚,遵守市场交易规则[4]。

## 4. “仅退款不退货”规则实行的正当逻辑与构建

### 4.1. 平台应完善申诉途径,平衡消费者与商家之间的利益

#### 4.1.1. 平台应公平、公正解决买卖双方纠纷

平台作为网络交易提供者,与商家、消费者均形成了网络服务合同关系。其在促成买卖双方当事人交易过程中起到辅助交易和代理操作的作用,因此平台在处理商家与消费者纠纷的过程中应当扮演着协调角色,而不是强制执行方[5]。

首先在商家入驻时平台应严格审核其基本信息,在纠纷发生后披露买卖双方的真实姓名、地址及联系方式,且在售后过程中积极协助当事人介入,努力尽到审查注意和协助解决纠纷的义务。

其次,依据电子商务法的相关规定,平台应当完善在线解决机制,提高裁决结果的中立性[5]。根据自愿原则,在充分听取商家与消费者双方意见的基础上,根据双方提交的证据,公平、公正地解决当事人的争议。

再者,平台要根据自身的规则和纠纷处理模式,自动或主动介入交易纠纷,以保护交易双方的权益。在处理纠纷时,要依据平台规则和服务协议中的条款,协助或指导当事人解决问题。同时平台对于商家的限制和处罚行为,应当基于公平、诚信,确保商家的知情权和合理预期。

#### 4.1.2. 平台要完善申诉途径,积极引导

上海财经大学电商研究所执行所长崔丽丽认为,对商家的治理是平台可持续发展的重要问题。虽然从地位上讲平台处于强势地位,但是商家也是平台生态的重要构成,平台要改变规则,需要做好引导,可能需要“恩威并施”,晓之以理。比如,可以提前说明,设置相对可接受的规则或循序渐进的过渡期[3]。此外当平台允许消费者选择仅退款的方式解决纠纷时,应该明确“仅退款”的适用前提是商品质量存在问题,并且商家未提出合理的解决方案。针对一些消费者恶意退款的行为,平台可通过大数据分析和信用评级等手段进行识别和惩罚,避免让诚信经营的商家受到不公平待遇[1]。

综上所述,平台需进一步细化平台管理规则,明确“仅退款不退货”规则的适用范围,严格审核消费者提出的“仅退款”申请程序,同时完善平台对证据、材料等审核途径,如针对一些价值较高的贵重商品交易,可建议买卖双方在发货或收货时拍摄视频以保留证据,以防交易发生纠纷时因缺乏证据而出现处罚不公的现象。

### 4.2. 商家遵守法律法规,做好质量保障工作

#### 4.2.1. 商家要遵守平台规则,明确自身责任与义务

首先,商家应遵循电子商务法的相关规定,公示相关信息,并且遵守平台规则、管理方式和纠纷处理模式[6]。若商品详情页面已明确告知争议解决方式应友好协商、及时处理商品质量问题。当发生纠纷时,商家应当及时处理,并按照平台规则进行处理。如果商家不同意平台的介入或处理结果,可以与平台协商解决。

其次,商家要明确自身责任与义务,在平台开设店铺销售商品时,要严格把控产品质量,向消费者提供符合国家标准的优质商品或服务,并对商品承担质量瑕疵担保义务,努力做到以诚待客,以信取利[7]。若消费者主张商品存在质量问题时,经营者应提供有效凭证证明商品来源或出厂合规。同时对消费者扰乱经营秩序的侵权行为,商家也要敢于采取法律手段维护自身合法权益。

#### 4.2.2. 降低商品损失，提前做好保障工作

出于降低商品损坏风险、减少损失、保障消费者合法权益等目的考量，商家在销售一些价值较高、容易破损的商品时，应当提前做好相关保障工作，例如在此类商品发货前认真检验、拍摄视频以确保商品完好，同时张贴易碎标识，提醒、告知消费者当面验收，并通过加固包装、增加减震措施、选择服务优质的物流公司等方式，最大限度避免此类纠纷再次发生。

#### 4.3. 消费者要诚信交易，采取正当途径维护自身权益

##### 4.3.1. 消费者要遵守平台处理规则

若商家提供的商品或服务不符合质量要求时，消费者可以主动与经营者沟通，根据平台的售后服务规则要求退货或更换、修理，并在规定时间内处理。同时中国消费者协会也要加大对消费者权益工作的宣传力度，举办各种普法讲座，积极引导消费者在电商平台购物时遵纪守法，保留有效的聊天记录、短信等证据，通过正当合法的途径处理与商家的交易纠纷[8]。

##### 4.3.2. 理性消费，正当维权

作为消费者，应理性消费，诚实守信，在电商平台消费时应当根据购物体验实际情况选择恰当退货退款模式，遵守法律法规，秉持诚实信用与公平交易的原则。当消费者质疑产品质量时，应当进行实质审查，由品牌方或其他具有相应资质的机构进行鉴定，不能仅凭个人感觉随意做出判断，更不能以此为由向平台申请退款，滥用个人权利从中谋取不正当利益，损害商家合法权益。

### 5. 结论

综上所述，网络购物中的“仅退款不退货”纠纷通常涉及到平台、商家和消费者的权利义务，以及三方在交易中的处理方式。电商平台应依法建立健全平台管理制度，加强监管，完善线上争议解决机制，优化法治化营商环境；作为电子商务经营者在平台从事经营活动时，应当遵循公平、诚信的交易原则，遵守法律和商业道德，承担产品和服务质量责任，接受社会监督，维护消费者权益，改进产品质量，提高服务品质；作为消费者，应遵守法律法规和平台规则，同时提高法律意识，明确把握批评与侵权的界限，对商家的产品和服务进行批评和评论是个人的正当权利，但也要注意客观、理性维权。

因此平衡好各方利益是关键，唯有稳定商家经营，解决消费者后顾之忧，电商平台才能在促消费方面继续发挥更大作用[1]。

对电商平台“仅退款不退货”规则的适用现状研究是一项复杂的任务，它广泛涉及到消费者权益法、电商法、经济法等诸多方面。本文在中国裁判文书网搜索涉及“仅退款不退货”的案例数量较少，分析对象也仅以“拼多多”平台为例，代表性不强，所涉及问题的论证深度和广度仍有待进一步加强与扩展。

### 参考文献

- [1] 陶凤. 电商“仅退款”消费者和商家要双赢[N]. 北京商报, 2023-12-28(002).
- [2] 余颖. “仅退款”要把好事办好[N]. 经济日报, 2023-12-29(002).
- [3] 范佳来, 姜霁轩. 拼多多回应“炸店”事件[N]. 澎湃新闻, 2023-04-01.  
<https://mp.weixin.qq.com/s/QtIMx3vfnYyqB4AeZ-QyaA>
- [4] 闵以荣. 网购双方为 79.5 元对簿公堂[N]. 云南法制报, 2023-08-23(004).
- [5] 郭静静. 电子商务平台的法律地位研究——以消费者保护为中心[D]: [博士学位论文]. 北京: 对外经济贸易大学, 2018.
- [6] 李德健. 论第三方交易平台经营者的法律地位——基于对《第三方电子商务交易平台服务规范》的考察[J]. 山

东大学法律评论, 2012: 110-124.

[7] 易玲. 网络购物维度下消费者的权益保护研究[J]. 河北法学, 2016, 34(6): 181-187.

[8] 赵桂华. 微信购物模式下消费者权益保护的困境与破局[J]. 重庆邮电大学学报(社会科学版), 2016, 28(2): 46-51.