

当下,在网络上购买家具建材等家居用品已不是新鲜事,但由于家居用品体积大、单价高、售后服务流程长等特性,消费者在网上花了“大价钱”购买了大件家居品,往往更容易遭遇货不对板、退换货困难等问题。近段时间,多家电商平台相继修改售后服务规则,推出“仅退款”功能,明确消费者可在一定条件下,向商家发起只退款不退货的申请,让不少消费者直呼“丝滑”。然而,新快报记者咨询多家平台及商家发现,相较其他商品、家居用品并不在“仅退款”的行列中,大部分商家均表示并不支持这一功能。有个别消费者甚至表示,即使是“7天无理由退货”已经写入法律的情况下,“有些商品也不是想退就能退的。”

■新快报记者 梁茹欣



■资料图片

一周资讯

1 2023年全国建材家居市场平稳收官

1月15日,由商务部流通业发展司立项、中国建筑材料流通协会编制并发布的全国建材家居景气指数显示,全国规模以上建材家居卖场2023年12月销售额为1290.82亿元,环比下跌2.17%,同比上涨79.72%;2023年全年累计销售额为15505.39亿元,同比上涨33.54%。

中国建材流通协会分析指出,2023年全国建材家居行业变革与冲突不断,市场整体表现为“数据不差,体感不好”,并呈现四方面特征,包括家居行业获得了前所未有的高度关注,行业利好政策频发;竞争日渐加剧,市场两级分化更加明显;建材家居市场迈入了存量时代;建材家居需求多元化与渠道多元化并存等。

2 东方雨虹实控人“兜底式减持”

日前,东方雨虹发布公告称,公司控股股东、实际控制人李卫国计划以大宗交易方式减持公司股份不超过5036.93万股(占公司总股本比例不超过2%),减持时间为公告披露之日起15个交易日后的3个月内,减持所得资金将用于履行员工持股计划的兜底补足承诺。

此处所涉员工持股计划发生于2021年。所谓“兜底补足承诺”,即李卫国为参与持股计划的员工资金提供托底保证,若股价下跌影响员工资金收益,除保证员工出资本外,还承诺为员工补足约年化8%的利息。

3 存在引起电击风险,一批360牌扫地机器人被召回

1月17日,北京市市场监督管理局官网发布消息称,北京视觉世界科技有限公司主动召回2018年4月12日至2018年4月16日生产的360牌扫地机器人,涉及数量为30个。

召回信息显示,北京视觉世界科技有限公司生产的360牌扫地机器人(型号:S6;工作参数:14.8V 30W;生产批号/批次:20180412)被召回,据介绍,本次召回范围内的360扫地机器人,结构项目不符合GB 4706.1-2005标准要求,电源适配器插头的插脚间的残余电压值超过标准限值,存在引起电击的风险。

(梁茹欣 据公开资料整理)

“只退款不退货”,网购家居售后更“丝滑”了吗?

10余间线上家居店铺,无一支持“仅退款”

2023年底,继拼多多之后,淘宝、京东等电商平台相继推出“仅退款”售后服务新规。至此,“仅退款”已成为国内三大电商平台的“标配”。

根据淘宝发布的新规,将基于自身大数据能力对近期出售的商品予以相应情形的高度盖然性认定,对买家发起符合描述不当、混淆误导、伪劣等相关情形的售后直接作出快速退货退款或退款支持。京东也于近日修订了京东售后和交易纠纷处理政策,新增支持用户仅退款的标准。此前,京东仅能申请换货和退

货退款。

简而言之,在“仅退款”模式下,消费者在电商平台上买到“严重劣质、货不对板”商品,或者遭遇卖家在未经买家允许的情况下,延迟发货、强制发货等情形,平台通过多项指标进行综合评估后,会支持消费者快速退货退款或仅退款不退货。

然而,新快报记者发现,在实际操作中,除了部分低价商品被快速退款外,部分商品系统提示还需与商家协商一致后申请。记者在多个平台上随机咨询了沙发、床垫、陶瓷、智能门锁等10余家店铺

时,商家客服均明确表示,在商品存在问题的情况下,也不支持“仅退款”功能。有个别商家甚至声称,“商品只能维修,不能退货退款。”

“这说明家居企业的整体售后服务意识还是比较淡化的。”资深产业经济观察家梁振鹏向记者直言,其他标准化产品能实现“仅退款”,家居企业也完全可以跟进,这无非就是在于这些家居企业有没有良好的服务意识。“要站在消费者的立场上把服务做好,在这一点上,家居企业与其他企业没有任何区别。”

多方博弈困境,退款判定标准待进一步明晰

尽管消费者对“仅退款”功能举双手欢迎,但该功能仍存在许多争议,如平台判定标准不够明晰以及个别消费者利用“仅退款”规则漏洞薅羊毛等,这些问题一定程度上让平台、商家、消费者三方陷入博弈困境中。

在“仅退款”落地半个月里,社交平台出现不少“吐槽贴”。有自称商家的用户表示,哪怕是单价高达上千元的商品,消费者直接申请“仅退款”就能“秒退款”。有卖家晒出订单发文称,一名客户于2024年1月4日对两年前1300元购买的茶几申请“仅退款”。待到卖家反应过来,才发现已过“48小时回应期”,这笔钱早已落入客户袋中。

同时,亦有消费者吐槽,购买家居用品尤其是大件家具,一旦出现质量等问题,少不了与商家和平台“斗智斗勇”。

“仅退款”模式或倒逼企业提高口碑和质量

从消费投诉情况来看,家居产品和服务等在内的投诉热度历年居高不下。记者检索发现,截至目前,在黑猫投诉平台中有关家居质量的相关投诉高达2783件,售后的相关投诉也超过1700件。另据全国消协组织受理投诉情况统计,2023年三季度,受理的商品类投诉超16万件,房屋及建材类以8337件位列商品类投诉第七。在具体商品投诉中,2023年三季度家具投诉量为6885件,同比2022年上涨16.14%。

近日,上海市消保委发布投诉通报数据,2023年上海全市消保委共处理消费者投诉422874件,其中服装鞋帽、家居用品、家用电器居商品类投诉前3位,仅是家居用品的投诉量便有35321件。该通报还指出,近年来热度颇高的智能

有消费者以亲身经历,现身说法网购家居踩过的坑:去年4月,网购的浴室柜不仅未按时发货,收到货时还发现有多处损坏以及安装后出现漏水等问题。尽管卖家同意补发但迟迟未见动静,平台客服则无法正面回应问题和提供解决方案。当网友在评论区建议可“申请质量问题退货退款,卖家承担退货运费”时,该消费者颇为无奈表示,“有些商品也不是想退就能退得掉的。”也有其他消费者称,商家曾以产品属于定制类商品为由,拒绝消费者的退款申请。

从现有的标准来看,不同平台判定支持“仅退款”的依据各有不同。淘宝将通过卖家店铺品质指标、买家端的大量客诉、伪劣问题等单一或多维度相结合来判定。京东将根据消费者的反馈、投诉、举报,结合大数据对商家的交易行

为、交易模式、账号历史记录等多个维度来判断。抖音电商则明确设定了商品好评率70%的界线,好评率低于此的商品,平台有权对该商品交易订单的售后申请采取支持消费者仅退款、退货退款包运费等措施。

不过,“在‘仅退款’的实际操作中,企业可能会面临新的挑战,如成本增高、恶意批量退款等。这需要企业与平台积极沟通、协同解决,并且通过完善流程机制和业务监控作出应对。”近日,以电商起家的林氏家居在接受新快报采访时坦言,围绕“仅退款”明晰举证标准方面,目前平台和商家仍然在摸索中,需要更多的时间进行探讨和印证。现阶段平台明确“仅退款”是针对买到“严重劣质、货不对板”的商品,但具体到每个案例中,平台依然需要根据商家及消费者提供的证据进行界定。

律师提醒

恶意“薅羊毛”涉嫌诈骗罪

针对消费者购买的商品货不对板或质量存在重大问题,广东国鼎律师事务所合伙人、公益律师廖建勋接受新快报采访时表示,依据消费者权益保护法和民法典的规定,消费者可以解除合同,要求商家退款和退货,这是消费者的基本权利。如果商家拒绝退款和退货,消费者除了与商家进行协商以外,可以向消保委申请调解。在上述办法都无法解决的情况下,还可以依法提起仲裁或者民事诉讼来维护自己的合法权益。另外,对于“仅退款”背后可能出现的薅羊毛情况,廖建勋提醒,若消费者故意利用“仅退款”规则漏洞来骗取商家或者平台的财物,有可能涉嫌构成违法犯罪行为。如果消费者骗取数额达到3000元即构成“数额较大”,则涉嫌构成诈骗犯罪,需要承担相应的刑事责任。



扫码了解更多“家·生活”资讯