

网购衣服旅游试穿后退货,你怎么看?

株洲日报记者 罗欣

近日,一则“女子网购18件衣服旅游拍照晒朋友圈后要退货”的信息引发的话题持续发酵。对于“该不该退货”,引发网友热议。“试穿是可以,网购不满意使用7天无理由退货规则也是消费者的权利,但是头回见还有这种操作!”也有网友认为只要不影响二次销售就没问题。

事件被卖家披露后,买家黄小姐的个人信息也被曝光,辱骂、威胁的电话和短信不断,甚至已经有人找到其住处敲门……

或许类似的事情在我们身边也有过。个案之所以成为热搜,是引发了大家对社会规则、个人道德品质、诚信、网络暴力等多方面的关注与思考。本期“天台话吧”,我们邀请嘉宾就此事件进行探讨。



等我旅游完,买的18件衣服就去网上退货,“七天无理由退货”真是为我这种喜欢钻空子的人设置的规定啊……

漫画/左骏

网友声音

不忘初心的旭:拒绝退货是没毛病的。但要都照她这么干,别人还怎么做生意,社会还何来规则?

然有退货机制,客服也介入,那就应当按规矩办。卖家曝光买家信息也是非常恶劣了!

猫咪大人西西:退货可以,买18件退18件也可以。但穿过再退,就太差劲了。试穿和穿出门旅行拍照完全是两回事,不管是谁都不想爱到别人穿了好几个小时退回来的“新衣服”吧!

易辩欧阳一鹏律师:为什么要苛责消费者?没有公德的消费者也是消费者,商家也无需玻璃心。既然形成了纠纷那就找规则办事,让道德归道德,让法律归法律。拿着道德说法律的问题混淆边界很没有意思,只会让所有问题不清不白,混为一谈。

红尘小书童_CQ:既

市场经济下更需要尊重规则

访谈嘉宾:事业单位工作人员 赵婷

原本只是卖家和买家私下协商的一件小事,却被“炒”成了社会热点。

之所以成为热点,还在于其“与众不同”。以往,我们看到的大多是消费者因权益受到侵害而喊“委屈”,甚至在不得已的情况下借助网络的力量来维权。这一次,是卖家叫屈。当卖家看到买家在朋友圈“晒”穿着自家衣服旅游的照片时,联想到买家退货时提出的理由“不喜欢”,任谁估计也气不过。通过网络曝光的形式让公众来评理,也是可以理解的。

客观地说,“旅行试穿”肯定是不对的,消费者这事做得不地道,是钻了“七天无理由退货”这一保护消费者条款的空子。或许这样的心态不只是一个人在该事件中的某一个人,本身就代

表着一个群体,卖家也说“不是他一个人遇到这样的情况”。最根本的,还是要通过规则来约束双方。不管是卖家还是买家,都应当尊重规则。

不过,出现这样的情况,也说明了相关规则还不够完善,让人有空子可钻。2017年,相关部门专门印发了有关网购商品七日无理由退货的暂行办法,对这一制度做出了非常具体的细化。由此事看来,对于退货的程序和标准认定,恐怕还需要进一步完善。

我们始终相信商家与消费者之间都能抱以美好心态来完成交易。但市场经济中,我们更需要以规则来约束各方。尊重规则才能提升交易效率,避免不必要的纠纷,保护好各方权益。

不能因“省钱”丢了面子和公德

访谈嘉宾:网购达人 王芳

我应该算一名有点疯狂的网购达人。大到家具家电、小到牙膏牙刷等,生活中大部分所需的东西都喜欢网购。当然,我也经常会买到不合心意的东西,自然也会退换货。我想,只要网购过的人或多或少都有这样的经历,并不特别。

与在实体店线下消费不同,网购这样的线上消费本身就有很多不确定性。买件衣服,我们往往就是凭几张照片及商家的介绍来购买商品,实物看不到、试不了,确实有可能到手的商品不一定符合自己的预想。也正因为如此,电商平台制定“七天无理由退货”

政策,最大限度地保护消费者的合法权益,提升消费者的消费体验。这一政策,可以说是一个寻求“多赢”的举措。从这个角度来看,消费者更应当合理使用这一政策,不能为了自己的一点私心或者侥幸心理,钻政策的漏洞,为自己免费试穿买单。否则,即使省了钱,但面子和公德丢光了。

虽然发生了这样的事情,但我相信这不是不具有普遍性的个案。消费者的整体素质和诚信意识并不差,电商平台制定的“七天无理由退货”政策也不是噱头。事件中的买家也已经为自己的不当行为道歉,事件也得到了妥善解决。

买卖双方应多一点相互理解

访谈嘉宾:株洲灯饰城商家 龙萍

看到这样的新闻,内心无奈又心酸。

为何?因为事件中商家的委屈我们感同身受。现在存在这样一种普遍性的心态:只要涉及到商家与顾客之间的矛盾纠纷,大家都会不自觉地站在消费者这一“弱者”的立场来看待或评价这件事;或者站在“客户就是上帝”的制高点要求商家无条件为客户服务。

我家里一直是做生意的,现在自己也在做生意,遇到过的类似新闻事件里的“上帝”并不少,有些真的是有理讲不清。曾经我遇到过这样的客户:购置的灯具使用了一年且过了质保期,出现问题时要求退货。我们提出按售后单上明确的规则进行免费维修,顾客坚决不同意,甚至带着家

人来店里大吵大闹,影响正常营业。多次协商无果后,本着和气生财的理念,我们答应了客户的无理要求。但事实上,一盏用了一年的灯,如何退货?商家的权益又有谁来保护?

将心比心,商家从来不是为了欺诈谁来做生意的,大多数商家都是希望客户买得开心、用得放心。一般情况下,提供最优质的服务,客户提出的合理范围内的要求商家会愿意满足。但这并不代表我们没有原则,赔本的买卖、损害自身合理权益的事情肯定是不接受的。买卖双方在完成一笔消费交易时,应多一点相互理解,本着互相信任和诚信之心,遵守最初的约定。这不仅是双赢的事情,也会让这个行业发展得越来越好。

她的自私,不是你暴力的理由

访谈嘉宾:高新区媒体从业人员 斯丽

在信息社会,每一个事件都有可能被推上社会舆论的风口浪尖。这次事件,在信息曝光、舆论助推下不断发酵,演变为一场网络暴力。

事件被媒体披露出来后,由于部分网友的“努力”,当消费者的身份信息、手机号、暂住点等信息迅速泄露。而在当事人发表了致歉声明、卖方和网购平台均表示不进一步追究之后,还不断有网友发信息、打电话对该女子进行谩骂、侮辱。据当事女子称,打电话来骂她的人表示“就是想骂你,觉得很爽”。而这种骚扰已经严重影响到了当事人的生活。

该名女子穿着衣服旅游之后退货的行为,诚然是缺乏诚信、极自私的体现;但她的自私,不能成为对其进行网络暴力的理由。

正如你发现一个小偷在盗窃,可以制止,却无权杀死他一样。违法行为自有法律来制裁;违反公德和社会良序的行为,可以也应该得到批评,但不该承受肆无忌惮的网络暴力攻击和站在道德高地的口诛笔伐。对利用网络恶意曝光消费者信息的,可以追究其法律责任。“人肉”他人隐私进行曝光、谩骂,涉嫌侵害他人隐私权、名誉权、姓名权、肖像权。“人肉搜索”造成受害人损失的,应当承担赔偿责任。

俗话说,“永远不要拿别人的错误,来当自己犯错的借口”。我们的社会从来不容忍以错纠错和以暴易暴。我们真正要做的,是进一步完善网络消费双向权益保护机制,建设诚信体系,净化网络舆论空间。键盘侠们当休矣!

迈向新征程 实现新目标

文化自信

坚定文化自信 推动社会主义文化 繁荣兴盛

第一个阶段,从二〇二〇年至二〇三五年,在全面建成小康社会的基础上,再奋斗十五年,基本实现社会主义现代化。
第二个阶段,从二〇三五年到本世纪中叶,在基本实现现代化的基础上,再奋斗十五年,把我国建成富强民主文明和谐美丽的社会主义现代化强国。

中宣部宣教局

人民日报社全国平媒公益广告制作中心

中宣部宣教局 央视网 北京工业大学