

# 芦淞服饰电商:深陷“恶意退货”漩涡

## 1 女装退货率高达七成

“电商直播开始时,退货率只有10%-20%;到新冠疫情期期间提升到40%左右,目前达到50%-60%,女装退货率甚至高达70%。”芦淞市场经理协会副秘书长龙志明回顾株洲服饰电商的发展历程时,直呼退货比例的台阶跨得太快。

“2016年,淘宝直播上线。一台手机,一名主播,就可以链接全国各地乃至海外的消费群体,芦淞市场群一些精明的服饰经营户开始‘触网’。”龙志明介绍,2021年天泽华服饰批发市场被授予“抖音产业带服务商”“淘宝直播示范基地”,金帝女装城被授予“中国纺织服装电商直播基地”,新华丽、欧洲城、金冠等市场商户相继涌入直播电商赛道,“店店都有直播间,人人都有补光灯”在芦淞市场群已成常态。

2020年,湖南服博会暨芦淞服饰节举办首届湖南服饰直播大赛,参赛的1000家商户,7天时间在抖音平台“带货”突破1亿元。到2023年,株洲共有本土抖音服饰店4000多家,天猫服饰店1000余家;还涌现出“衣哥”“马乖”等一批粉丝过百万、甚至数千万元的头部网红主播,曾经创造单场直播销售超千万元的佳绩。

“很多电商经营户反映,从刚开始直播带货到疫情初期,退货情况都还比较合乎情理,比如买家收到货后,对衣服的颜色、尺码、材质不是很满意;或是对于衣服尺码把握不准,下单购买大小两个尺码,收货试穿后退一件留一件;还有的消费者反映,主播在灯光映照下穿出的效果很靓丽,自己买回家穿上身却不很理想,因此选择退货。”湖南天泽华服饰数字科技有限公司电商运营部部长助理李雅丽说,当时大多数买家基本会在两三天内将完好无损的衣服退回来,不影响二次销售。

## 2 恶意退货何以频发?

“关键是后来莫名其妙的恶意退货越来越多,有的买家将网店当作免费试衣间,一口气买上10多件衣服,穿上5-6天拍照炫耀,然后选择退货。”程璐透露,一些退回来的衣服上明显可以看到汗渍、口红印、粉底液等污渍。今年5月,网上爆出辽宁沈阳一职校60多名学生集体网购衣服参加校运会,然后以“质量问题”为由退货退款;6月中旬,又有广东梅州某职院学生集中购买10套演出服,演出过后以“7天无理由”集体申请退货退款的事件登上热搜。

“恶意退货频发的另一个原因,则是有人在利用运费险制度‘薅羊毛’。”一位不愿意透露姓名的电商告诉记者,目前社会上活跃着一批“职业退货人”,他们与承揽某区域的快递公司联手,通过诸多手机账号或由“团长”组织一批人刷单,然后再选择退货。快递公司赚取来回快递费后,再给“职业退货人”按比例提成。有些地区寄一件快递只要3-5元,“职业退货人”通过自行寄回的方式,赚取运费险赔偿差额。

“那些‘职业退货人’只要在不同网店下单,退货1000件,就可以赚取两三千元的黑心钱,实际上这些损失都被转移到卖家身上。”程璐告诉记者,卖家需要提前备货,购买流量和运费险,加上运费和包装发货、清理退货的人工成本,以及请网红带货的佣金等,一件衣服被退回来,至少要损失8-10元,这还不包括大量退货导致的库存积压。

“一些快时尚爆款服饰买家则是买A货退B货。”李雅丽举例说,买家同时购买2件颜色、款式基本相同的爆款女装,到货后选择将99元的A货穿在身上,却将69元的B货退给销售A货的卖家,将99元的退款收入囊中。因为商家不可能对每一件退货都拆开包装进行仔细检查。

还有直播电商则认为,服装退货率不断提升,跟平台进行相似品跟投也有很大关系。比如买家下一件99元的连衣裙,平台为了把流量二次变现,就会在买家再次打开平台网页时,推荐价格89元甚至更低的同类型连衣裙,这样就会诱导买家选择退货并下单更低价商品。

## 3 平台过分偏向买家

“‘7天无理由退货’和运费险,初衷原本是鼓励消费者大胆下单,现在却逐渐异化为套在服饰电商身上的两道‘紧箍咒’。”龙志明介绍,2014年3月15日,新修订的《消费者权益保护法》正式实施,明确规定除特殊商品外,网购商品在到货之日起7日内无理由退货。运费险则是由华泰财险在2010年推出,目的是为了了解决消费者网购过程中因退换货产生的运费问题,提升购物体验,因此迅速得到市场的认可,吸引了人保财险、国寿财险等多家保险公司纷纷跟进。

“一些电商平台为了吸引顾客,强制卖家提供运费险。特别是在‘618’‘双11’等大促期间,没有运费险就无法参与平台的活动。”刘芳透露,因为“7天无理由退货”规定和运费险的存在,使得一些消费者可以更加随意地使用退货权利,给商家造成了比较大的额外负担。

“平台过分偏向消费者,让卖家在面对退货退款的要求时,基本处于被动应对的弱势地位。”程璐透露说,“无理由退货”成为不少买家任性退货的借口,即便商品本身并无质量问题,买家也可以用“不想要”“不喜欢”“不满意”等理由选择退货。不管是剪了吊牌的衣服、洗过的衣服还是弄坏的衣服,不管商家怎么举证,平台有80%会偏向买家,同意退货退款。

“如果在退货过程中双方出现争议,买家可以通过向平台或者市场监管部门投诉等方式维权,也可以通过差评方式逼迫卖家让步;卖家却基本只能选择吃哑巴亏。”李雅丽说,因为相对于金额只有一两百元甚至几十元一单的生财,举证拒绝退货所花费的成本更高,对网店信誉所造成的损失更大。

“目前,淘宝、抖音、快手、小红书等平台,都有对接株洲服饰产业带的渠道经理。但是,他们的主要任务是吸纳更多商家进驻平台或是卖流量。因为商家群体和每天交易量都非常庞大,对于个别商家在某一单退货争议中反映的实际问题,平台都是设定由程序自动识别和处理,只有极少数头部商家和超级网红才能获得专门的点对点服务。”株洲市服装电商交流中心相关负责人透露,在辽宁沈阳某职院学生集体退货事件中,因为学生是以“质量问题”要求退货,结果导致商家网店因退货率过高被平台封禁。商家被迫将事情在网上曝光并引发社会广泛关注,才得以解封。

株洲日报全媒体记者/侯德怀  
通讯员/樊庆磊  
供图/湖南天泽华服饰数字科技有限公司

“退货太多太离谱了,卖得越多可能亏得越多。”在芦淞市场群打拼10多年的程璐(化名),望着快递刚送来的10多个退货包裹,心中那种“撑不住了”的压抑情绪终于“溃坝”,决定关闭经营近4年的直播网店,暂时告别让自

己“爱恨交织”的电商舞台。

跟程璐一样深有同感的服饰电商还有很多。专营女装10多年的橙子服饰老板刘芳坦言,自己已经半年多没有请网红主播帮忙直播带货了,因为居高不下的退货率,特别是一些消费者以“薅羊毛”为目的的恶意退货行为,已成为横亘在芦淞服饰电商持续健康发展道路上的一只“拦路虎”。

## 5 侵蚀社会诚信体系根基

“‘7天无理由退货’和运费险,原本是国家法律,以及平台和商家携手为消费者提供的权益保障,旨在增强消费信心、促进网络消费市场健康发展。然而,近年来恶意退货现象频发,表明有部分消费者钻了空子,将其当作‘7天随便用’的借口,甚至从中‘薅羊毛’。”芦淞市场服务中心主任黄永立坦言,商家与消费者在电商平台上是共生共荣的关系,商家的健康发展是消费者能够持续享受到优质商品与服务的基础。当越来越多的恶意退货行为导致商家经营受阻,将导致消费者的选择范围缩小、商品质量下降,整个电商生态陷入恶性循环,最终受到伤害的还是消费者。

湖南卓进律师事务所聂炜律师也认为,诚实信用制度是我国民法典的基本法律制度,是所有公民在行使民事权利和履行民事义务的时候应当遵循的基本制度。钻规则空子的结果就是透支社会信用,少部分人一时的“小聪明”,损害的却是消费者群体的长远利益。有些买家把“7天无理由退货”当成“7天随便用”;有的甚至与快递公司合伙赚取快递提成或是运费险差价,表面看似占了小便宜,实则是在不断消耗社会诚信体系的根基。“如果每个人都只顾自己的私心与利益,谁来为商业规则和社会诚信买单?”

“平台政策过分偏向、讨好消费者,表面看起来是在维护消费者权益,却在一定程度上放大了一些人的贪婪,助长了一些人的私心,他们通过不正当手段大量下单后频繁退货,不仅造成了商家库存积压与成本浪费、快递资源浪费,还可能导致一些优质商家因不堪重负而退出电商平台,这对于平台也是一种损失。”程璐认为,平台也需要保护商家的合法权益,为商家提供了相应的维权渠道,不能放任这种严重侵蚀社会诚信体系根基的现象长期延续。

## 6 如何刹住“薅羊毛”歪风?

“今年5月,淘宝上线暂时仅面向服饰类商家的‘高退款人群屏蔽’功能并进行内测,支持商家在自定义推广页面设置屏蔽高退款、异常退款人群。”黄永立认为,这是淘宝意图通过技术手段,在精准识别恶意退货用户方面迈出了关键一步。

“淘宝这一新功能主要针对的是退货空包、谎称未收到货、退货运单造假等异常退款人群,以及近90天退款率超过淘系用户均值3倍且退货量较大的消费者。”黄永立说,要有效刹住恶意退货以及由此引发的“薅羊毛”歪风,需要构筑技术、法律与道德的三重防线。技术层面上,平台还可以逐步建立网购用户信用评级机制,对高频退货账号启动人工审查,建立恶意用户黑名单,或是对退货率高的消费者采取提高保费费率等手段;对于沈阳某职校类似的退货地址集中的现象,自动触发复核程序,避免“破窗效应”蔓延。

商家也要敢于拿起法律的武器,对恶意退货行为说“NO”。聂炜律师透露,去年7月,江西抚州市金溪县县人民法院就审理了一起买家网购恶意退货21次的案件,判决被告吴某某不仅要支付非正常退货给原告造成的直接经济损失890余元,还要另行赔偿原告损失2000元。

今年5月1日,由国家市场监督管理总局发布的《售后服务 无理由退货服务规范》正式实施,其中对退货的商品范围和商品完好性都做了详细规定,退货有要求、有流程,不能再“任性”。市场监管部门也应细化完善退货的举证责任和判定标准,加大对恶意退货等行为的处罚力度。

聂炜律师还建议,街道、社区和各基层党组织、志愿者组织,要加大对于遏制恶意退货行为的宣传力度,让大家意识到恶意退货、任性退货对社会信用体系和网络消费环境长期侵害所造成的恶果;同时要提醒那些“职业退货人”,根据《中华人民共和国刑法》第二百六十六条相关规定,在网购恶意退货以及“薅羊毛”的过程中,若非法获利3000元以上,就可能涉嫌诈骗罪。

市场经济的诚信原则,需要全社会共同维护。制度加强监管、平台完善保障、消费者和经营者遵守规则,才能营造一个诚信、健康、公平、共赢的网络消费环境。

## 4 宁可少卖不愿多退

居高不下的退货率,对商家造成的伤害不言而喻,因为网店的备货都要提前规划,退货反馈却相对滞后。特别是一些爆款服饰,本身只有一个星期左右的热销周期,等到退回来可能就很难再次卖出去。

程璐介绍说,自己的网店也曾有过单场30多万元的销售业绩,可因为退货率高达约70%,最后算起来这一批货自己还亏损了近4万元。“‘7天无理由退货’原本是为了护航网购健康发展的便利之举,却被异化为部分人‘空手套白狼’的工具。在这场不对等的博弈中,商家既要承受‘羊毛

党’的恶意钻空子,又要面对平台机制缺乏人性化的判定,整个电商信用体系面临严峻挑战。”

退回来的库存越来越多,让不少商家意识到这种状况确实难以以为继,并开始做出应对。“我身边还在坚持的网店,有不少主动关闭了运费险,有的甚至在直播间主动声明不退不换,请‘家人们’务必慎拍。”刘芳坦言,虽然这可能会影响一部分消费者的购买决定,但对于整体业务而言,却减少了成本支出,降低了退货率。目前很多网店经营业主都有一个共识,那就是宁可少卖,不愿多退。

“虽然暂时告别电商舞台,但是仍将继续利用网络来宣传推广自己所经营的服饰品牌。”程璐说,自己目前主要采取线上引流,线下成交的方式,一是通过拍摄视频,及时宣传新款到货的信息;二是通过在直播间赠送团购券的方式,吸引长株潭周边的一些客户前来实体店试穿、选购。同时也可以扩大寻找下级经销商的覆盖面。



天泽华旗下主播为芦淞市场群商家带货。

抖音电商株洲服饰产业带商家开展交流探讨。(资料图)