

本期关注

网购到次品,可直接申请“仅退款”,不再需要快递上门收退货——拼多多两年前首创的售后模式,正陆续成为淘宝、京东、抖音等电商平台的标配服务。

电商“仅退款”,如何顺利退?



创新视点

社零增长7.2% 供给优化「功劳」不可忽视

城市文旅消费活力的激发,与当地供给优化相关

近日,国家统计局发布数据显示,经初步核算,2023年全年国内生产总值1260582亿元,按不变价格计算,比上年增长5.2%。全年社会消费品零售总额471495亿元,比上年增长7.2%,其中12月社会消费品零售总额43550亿元,同比增长7.4%。

2023年全年消费仍呈现恢复企稳的状态。从亮点来看,第一,餐饮消费在的服务消费、接触性消费得到了恢复,并领先于其他部分消费;第二,优化营商环境和优化消费环境是一体两面,其中最重要的就是政府服务型职能的转变。因此我们也能够看到,尤其是接触性消费,像部分城市文旅消费活力的激发,与当地的供给优化是相关的,如淄博烧烤、贵州“村超”、哈尔滨冰雪旅游等具有特色的文旅消费纷纷成为热点,从中也可以看出一些地方政府和相关部门对经济恢复、消费提升、供给保障等方面做出了更多的努力,对消费乃至经济增长的支持力度加大。

2023年,消费在“三驾马车”中的表现亮眼,处于稳步恢复的过程,但对出口与投资或是一个需要迈过的坎儿。在“三驾马车”相互影响、相互促进的过程中,由于消费是收入的函数,也就是说,只有当居民背后收入以及对收入的预期都有较好的保障与期许的时候,他们的消费能力、消费意愿才能提升,从而形成与投资、外贸相互支持的经济循环。从这一点看,对于未来经济前景的预期,应该随着宏观经济的整体向好、消费能力消费意愿的进一步提升,叠加万亿国债、财政政策支持等,进一步带动投资企稳向好,特别是对于固定资产投资、房地产市场继续恢复,这是一脉相承的关系。

对于2024年,我们还是要抱着一个审慎乐观的态度。一方面,对国内财政政策、货币政策应是比较有期待的;货币政策、财政政策对经济增长会有所支持;另一方面,从2023年一些地方政府和相关部门的积极作用和各地消费水平的提升中,可以看到消费环境的优化和营商环境的提升,也可以看到政府服务型职能的发展,这对于高质量发展和高水平开放都十分重要。但还应当注意到全球处于不确定性态势的前提。

笔者认为,促进消费第一是提升居民的消费能力。第二要提供多样态的消费场景、商品和服务类型,不应一味地强调哪一种消费类型或消费形式更好,不应将线上消费、线下消费或“消费升级”“消费降级”对立起来,而是要将市场中的各种活力与动力最大能力地释放。在消费和供给上,还是要做好市场化、法治化的保障,保障市场内有更多的流动性,更多的人、商户、企业来提供更多消费形式、消费样态。第三应当继续“休养生息”,给市场一个复苏的时间,对于各个行业、企业给予支持和更多的空间。消费是建立在有收入的基础上,尤其对于民营企业,作为保就业的主体,应给予更多支持与宽容。

(作者:北京师范大学教授 万茜)

■ 温婧 肖雨涵 查睿

去年底,一则《淘宝平台争议处理规则》新规引发业界关注——买家在收到商品后,如果质量有问题,可以申请退款且无需寄回商品。紧随其后,京东也修改了规则,将“仅退款”的业务范围由京东自营延伸至对入驻京东的商家。

早在去年9月,抖音电商就更新了“仅退款”的规则:抖音商家商品好评率低于70%,平台有权支持消费者对该商品“仅退款、退货退款包运费”。

由此,淘宝、京东、拼多多和抖音电商等几大平台均支持“仅退款”服务。对于新规,部分消费者表示,这一服务有效劝退了不良商家,也有商家表示遭遇了“羊毛党”。

“仅退款”并非“无底线”

新规推出短短数日,网上已有不少成功案例的分享。笔者随机通过几个已购买的商品订单申请售后,即可显示“仅退款”选项,上传相关照片及说明理由即可成功退款。

淘宝此次新规指出,平台对卖家出售的商

品形成多方位综合评估后,予以认定近期出售的该商品达到存在描述不当、混淆误导、伪劣等情形的高度盖然性。淘宝将基于该盖然性认定,对买家发起符合相关情形的售后直接作出快速退货退款或退款支持。

据悉,淘宝此次“仅退款”新规会根据卖家的实际经营行为做出判断,从而决定对于买家的快速退货退款或退款请求是否支持,相当于为卖家变相规避了“薅羊毛”的行为,但淘宝也为商家提供了快捷申诉通道,30天期内的所有订单商家都可以提起申诉。

“店铺品质分低,受到投诉多、伪劣问题严重的商家更容易被判为‘仅退款’,高分店铺则与之相反。”这意味着,卖家在淘宝平台上获得过多差评或违规记录,一旦收到投诉,可能面临直接退货退款或仅退款的判定。

值得注意的是,淘宝目前“仅退款”服务并非面向所有的消费者,而是对“信用较好”的大部分消费者提供。此外,淘宝还增加新规:“商家在未征得买家同意前发货的,且买家未收到货或拒收商品的,由此产生的相关费用及商品破损、损毁及灭失风险,由商家自行承担,订单支持退款买家。”即由物流方面引发的纠纷,平台的重心将偏向于买家。淘宝还特别指出,只有在物流公司官网或淘宝平台系统显示“已拒签”相关信息后,交易才会支持退款。

被问及商家遇到“恶意退款”时怎么办?平台客服回复称可以进行“恶意行为投诉”,比如恶意仅退款不退货,不过需要商家举证“聊天或维权记录中体现买家已收到商品且以占有为目的”或“买家账号存在退款异常”。

平台强调,恶意退款投诉无法直接影响退款维权处理,如遇到消费者不合理的退款申请,请商家及时拒绝并与消费者友好协商,必要时可申请平台介入协助处理。一般情况下,面对这类“非商品本身质量问题退款”的情况,商家通常会首先选择向平台申诉解决问题,如果申诉不成功,还可以选择到当地法院起诉平台或买家,获得赔偿款。

“仅退款”提升了不良商家经营成本

实践证明,“仅退款”功能提升了一些不良商家的经营成本。

“我之前买了个小书架,到了后发现有多处裂纹,和商家沟通后对方一直坚持‘谁有问题,谁找快递’,申请协商了几次也没用。”“仅退款”真的有必要,有的商品质量差、款式差,退货退款还要自己掏快递费,快递费比商品本身还贵了,最后大部分就不了了之。”多位消费者分享了自己的退款经历。

此外,在电商启用“仅退款”模式后,消费者的退款流程将更加方便快捷。特别是在遇到商品本身出现质量问题时,不用经历买卖双方反复沟通或流程上的多次核验,只需点击“仅退款”,就可以直接获得退款。这无疑有效提升了消费者的购物体验,增加了电商平台的使用率。

面对消费者的担忧和商家对“仅退款”的不认同,淘宝方面解释称,这一新规是为了给消费者提供更好的用户体验,同时对那些长期服务不到位、质量不可靠的商家采取更严格的治理举措。

但也有网友认为,“仅退款”会滋生出“羊毛党”,并担心他们造成的损失会被商家转嫁给普通消费者。比如,衣服穿着一段时间后起球等正常现象也要求退款。所以从长远看,“仅退款”规则的上线提升了电商用户的购物体验,并在一定程度上推动了商家的自我审查,提高了商品质量和服务水平。但同时也要要求电商平台提升监管和识别能力,及时处理可能会出现“薅羊毛”等钻空子行为。

成为行业标配仍待考验

从“质疑拼多多”到“理解拼多多”,再到如今“成为拼多多”,电商拥抱“仅退款”的背后是传统电商增长乏力的困境。2023年底,阿里巴巴市值被拼多多超越,给一众老牌电商带来了前所未有的焦虑。

国研新经济研究院副院长朱克力认为,“仅退款”功能其一是快速响应消费者的退款需求,尤其是在商家存在不良行为记录的情况下,能增加消费者对平台的信任度;其二是大数据技术赋能平台对商家的行为进行更精准的评估,平台可更有效地识别出服务质量差的商家,从而为消费者提供更加有力的售后保障。

中国数实融合50人论坛智库专家洪勇则表示,“仅退款”的推广会增加商家的经营成本,更易引起平台与商家的矛盾。他认为,电商平台应该加强退款审核机制,确保申请的合理性和真实性,同时向商家提供关于“仅退款”政策的培训和指导,帮助商家理解政策变化,并适应新的售后模式。

“电商平台需要不断适应和满足消费者的合理需求,‘仅退款’只是其中一个环节。”朱克力认为,“仅退款”能否成为电商行业的标配服务,仍有待商家、卖家和平台三方的磨合。只有买卖双方和平台共同努力,才能营造出更为良好的交易环境。

图片新闻

2024 上海豫园民俗艺术灯会亮灯

1月21日,游客在豫园九曲桥上赏灯。当日,2024上海豫园民俗艺术灯会正式亮灯。今年豫园灯会续写“山海奇豫记”,以“海经篇”为主题,生肖龙灯、海底世界、鱼群起舞、奇幻仙境等场景让游客在灯火绚烂的国风幻境中喜迎龙年新春。

新华社记者 刘颖 摄



消费热点

“捡漏”“逛得嗨”“量大管饱还便宜”……

临期食品刮起“流行风” 安全“薅羊毛”是前提

■ 中国妇女报全媒体综合报道

近日,随着年货零食的热销,也带火了折扣食品、临期食品受追捧的话题,临期食品凭借“量大管饱还便宜”的特点刮起一阵“流行风”。“临期,又不是过期”,对当下的消费者来说,在保证健康的前提下,更加在意物有所值。

“便宜的宜家”

根据艾媒咨询数据显示,2022年我国临期食品行业市场规模约为337亿元,较上年同比增长5.97%。预计行业保持近6%的增长率,2025年临期食品市场规模将达401亿元。“正价5块多的元气森林,这里只要3.9元,19.9元就能买到大量的燕麦奶,还有各种进口特色零食,均价在4元左右。”很多消费者比喻嗨特购、好特卖等临期食品店就像“便宜的宜家”,让人在质量和价格上有双重期待。

一方面,电商平台的垂直发展让很多零售产品大量积压,尾货亟待处理;另一方面,消费者对产品性价比更加关注,消费观趋向于理性,开始将临期看作是“捡漏”“薅羊毛”便宜行为,带动了市场接受度的提升。与此同时,临期

折扣店为供需两端搭建起直接沟通的空间,配合线下购物的及时获得感,促使“好特卖们”不断开店扩张。

艾媒咨询数据显示,38.9%消费者一周或一个月购买1~2次临期食品,消费频率较高;有超八成消费者愿意向他人推荐临期食品。临期食品的销售既减轻了商家的库存积压,避免食物浪费,又让消费者享受了低价,让很多消费者成为临期食品的忠实粉丝并乐于推荐。

“甩货”优势成逆周期增长新形态

无论是特价促销或“买一送一”捆绑出售,临期食品得到妥善处理,既帮助不少家庭节约了生活开支,也带来了可观的环保效益。

临期食品作为我国零售行业调整阶段的新兴业态,自2020年开始崛起,首先在线下销售上,临期食品供货商主要采取临期和新品同店销售模式,临期产品被放置在标注“打折”“促销”“甩卖”的专区,供消费者挑选。另一是大牌折扣店模式,包括过季的服饰、临期的进口食品,有专门的店面进行销售。而在线上销售中,很多面向进货商的电商小程序兴起,通过汇集全国的仓库、货源大数据,服务于产品大规模集采。或是依托电商母体

资源,搭建的“尾货”处理平台,帮助品牌食品厂商、进口商将库存商品在独立渠道内快速出清库存、回收资金,降低损耗。

因此,临期食品凭借“甩货”优势成为逆周期增长的新消费形态,仅用两年时间便出海日美等国家,数十年间在品牌数、店铺数、利润率、获客量上不断突破。

临期食品安全吗?

临期食品通常指即将到达保质期,且未超过保质期的预包装食品。现在国内并没有明确统一的国家标准来定义临期食品的“临近期”,目前可供参考的定义来自2021年6月发布的《预包装临期食品流通指南》团体标准(征求意见稿)。

正常情况下,购买临期食品是安全的。有些食品即便是过了期,只要包装依然完好,打开后气味、味道和形态没有异常,也可食用。但《反食品浪费法》规定,超市、商场等食品经营者应当对临近保质期的食品分类管理,作特别标识或者集中陈列出售。即商家不能在消费者不知情的情况下,把临期食品卖给消费者,只能在告知消费者的情况下销售。

民生速递

中消协公布2024消费维权年主题:“激发消费活力”

中国妇女报全媒体记者徐阳晨 发自北京 中国消费者协会1月23日确定2024年全国消协组织消费维权年主题为“激发消费活力”。据介绍,中消协将结合各地实际,组织多种形式的主题活动,营造全社会关心和支持消费者权益保护工作的良好氛围,全国消协组织投诉与咨询信息系统将优化升级并正式上线运行。

中消协将探索打造“消协有话说”工作品牌,以揭露批评、消费辟谣、警示提示为特色,紧扣消费热点,提出消协意见;还将聚焦消费热点问题和消费领域重大事件,积极开展消费维权理论与实务研究,提出立法或监管建议。

此外,中消协将组织开展重点领域消费监督,关注消费维权弱势群体、薄弱环节以及消费新业态、新模式,对“霸王条款”、预付式消费等进行监督调查,敦促企业积极承担消费维权主体责任。

三方面举措齐发力 促进营养健康消费

新华社北京1月23日电“我们要做到让老百姓会选、会吃、吃出健康。”农业农村部市场与信息化司司长雷刘功23日在国新办发布会上表示,有关部门将从三方面促进营养健康消费。

雷刘功说,从生产端讲,深入实施农业生产“三品一标”提升行动,推进品种培优、品质提升、品牌打造和标准化生产,通过开发新型豆制品、奶酪等健康营养食品,增加绿色优质产品供给,让消费者餐桌丰富起来。从监管方面讲,强化农产品质量安全监管,全面落实食用农产品承诺达标合格证制度,把好“安全关”,让消费者吃得放心。围绕“减油增豆”等重点内容,加强食物营养科普宣传,引导城乡居民优化饮食习惯和食物结构。

据雷刘功介绍,目前我国人均烹调用油量偏多,人均肉类年消费量、大豆及豆制品摄入量偏低。农业农村部将会同有关部门,把健康中国和农业强国建设协同起来,以满足人民高品质生活和人口高质量发展的需要为目标,采取一系列措施,促进营养健康消费。

去年超八成便利店企业销售总额实现同比增长

■ 杨召奎

近日,据中国连锁经营协会统计,2023年全国81.4%的便利店企业销售总额同比实现增长,16.9%的企业销售总额同比出现下降。相较于2022年,便利店行业整体销售向好。

从企业净利润来看,2023年,52.5%的便利店样本企业净利润同比实现增长,32.2%企业净利润同比出现下降,15.3%企业净利润同比持平。虽然赢利能力好于2022年,但利润下滑企业依然面临较大压力,这些企业中,近七成面临客数同比减少、可比门店销售下滑的双重困境。

从线上销售总额来看,2023年,61.0%的便利店样本企业线上销售总额同比增长,20.3%的企业同比下降。相较于2022年,线上销售增长放缓。实体门店的客流恢复一定程度上替代了线上销售。

调查显示,2024年,便利店样本企业除继续对门店标准化数字化改造和线上业务拓展外,尝试新门店类型成为新晋的三大重点工作之一。经营步入正轨、客流逐步恢复后,便利店企业也适时调整工作重心,关注门店的体验与效率。2024年相较于2023年,企业态度更为乐观,71.2%的便利店样本企业选择扩张战略。而扩张中,深耕已有区域成为半数企业的选择。

消费提示

临期食品怎么买?

1. 按需适量购买 有些食品营养价值不高,比如薯片等高油高盐高糖的加工食品,不要在低价诱惑下一次买太多。
2. 注意生产日期 富含油脂的坚果类零食,如果不是真空/充氮包装,时间长了容易产生哈喇味,还是尽量购买新出厂的比较好。
3. 购买多个小包装 如果价格差不多,建议购买多个小包装,而不是买一个大包装的临期食品。
4. 检查保质期 各种农贸市场销售的熟食,包括肉类和豆制品,要特别小心保质期被修改。
5. 冰箱冷藏 如果发现一件室温保存的食物还差一周就到保质期,买回来几天又吃不完,建议放冰箱冷藏,或干脆不买,避免浪费。