

《网购七天无理由退货暂行办法》实施

“下单容易退货难”将成过去式？

2014年实施的新《消费者权益保护法》第一次将网购“七日无理由退货”明确纳入法律范畴,该条款也被消费者视为“网购后悔药”。但在具体执行过程中,围绕退货范围和商品完好的解释却产生了大量消费纠纷。3月15日,国家工商总局出台的《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》正式实施,新规对“七日内无理由退货”条款进行了细化和明确。“下单容易退货难”的尴尬能否从此化解?《暂行办法》又将如何提高买卖双方的安全感系数?

部分电商人为设置退货障碍

网购退货难如今已成为消费者的一大困惑。市消保委近日发布的“2017网购商品无理由退货消费体察的情况通报”显示,部分电商网站的“无理由退货”政策告知不显著,还有部分电商网站限制退货方式,人为提高“无理由退货”门槛。

据悉,市消保委对32家电商网站销售的电子电器、服装鞋帽、箱包等224件商品进行消费体察,并对相关电商网站销售的32件商品开展模拟购物,体验了商品的实际退货流程。

体察中发现,有11家电商网站仅在商品信息和结算其中的1个页面做到了不适用“无理由退货”政策的情况告知。有10家以销售服饰类商品为主的电商网站,虽然在其网站的售后服务总政策中写明“无理由退货”的相关条款,但在实际购物环节中,针对不宜退货的具体商品,既没有通过显著方式进行告知,也没有设置相关的提示和确认程序。这10家电商网站分别是:罗莱家纺、Levi's、邦购网、C&A、施华洛世奇、ESPRIT、ZARA、阿迪达斯、欧尚、母婴之家。

体察中还发现,大多数电商网站在承诺确认环节的提示程序设置方面仍有欠缺,没有按照法条规定,在不适用退货商品的相关页面设置提示程序,采取措施或者技术手段供消费者进行确认。

根据《暂行办法》的相关规定,网络商品销售者可以与消费者约定退货方式,但不应当限制消费者的退货方式。体察中发现,部分电商企业在其售后服务条款中对消费者的退货方式进行了限制,比如,家乐福和欧尚网上超市均要求消费者自行前往实体店办理退货,在一定程度上侵害了消费者的自主选择权,给消费者退货设置了障碍。

时下越来越多的消费者选择通过手机APP进行购物,本次体察也对各家电商网站的APP客户端进行了相关调查,发现在部分电商网站APP客户端页面中,无法找到有关售后服务和退货政策的相关条款,相比较网站页面,APP客户端在售后条款等信息的明示方面,存在严重不足。

此外,个别网站还存在不合理设定不适用无理由退货范围的问题。新实施的《暂行办法》对不适用退货的商品范围进行了确认,但体察中发现,仍有个别电商网站单方面扩大不适用“无理由退货”的商品范围,虽然网站在售后服务条款中明确部分商品支持“7日无理由退货”政策,但在实际操作中,几乎无法找到可以退货的商品。

7类商品不适用无理由退货

与《消法》相比,《暂行办法》重新划定了七天无理由退货的范围,明确以下7类商品不适合退货。

这7类商品包括:一、消费者定做的商品;二、鲜活易腐的商品;三、在线下载或者消费者拆封的音像制品、计算机软件等数字化商品;四、交付的报纸、期刊;五、拆封后影响人身安全或者生命健康的商品,或者拆封后易导致商品品质发生改变的商品;六、一经激活或者试用后价值贬损较大的商品;七、销售时已明示的临近保质期的商品、有瑕疵的商品。

在这其中,消费者对于如何定义“拆封后易影响人身安全或者生命健康的商品”存在疑问。记者了解到,这类商品是指商品本身与包装外部空气或人体接触后,容易变质

商品是否“完好”有了明确界定

《消法》规定,消费者退货的商品应当完好,但对完好的标准未加以明确。这导致有些电商在办理退货时不仅要求商品本身完好,还要求商品包装必须完整,甚至要求商品不得拆封、试用,一定程度上限制了消费者的权利。

究竟何为“完好”?《暂行办法》第八条给出了明确界定:商品能够保持原有品质、功能,商品本身、配件、商标标识齐全的,视为商品完好;消费者基于查验需要而打开商品包装,或者为确认商品的品质、功能而进行合理的调试,不影响商品的完好。

七天自签收次日起计算

对于无理由退货的具体流程,《暂行办法》明确规定了各方主体的责任义务、时间节点和延误责任。

按照规定,选择无理由退货的消费者,应当自收到商品之日起七日内向网络商品销售者发出退货通知。自消费者签收商品的次日开始起算。

网络商品销售者收到退货通知后应当及时向消费者提供真实、准确的退货地址、联系人、联系电话等有效联系信息。消费者获得上述信息后,应当将商品本身、配件及赠品(包括实物、积分、代金券、优惠券等)一并退回。如果消费者不能一并退回赠品,经营者可以要求消费者按照事先标明的赠品价格支付赠品价款。

网络商品销售者应当在收到退回商品之日起七日内向消费者退还已支付的商品价款。

需要注意的是,很多消费者习惯刷信用卡网购,这种情况下,网店可以在退款时扣除手续费。这意味着你收到的退款可能会比你支付的钱少一些。

此外,若消费者将发票遗失,在退货时需承担相应税款。

关于“退货运费”,《暂行办法》规定:退货运费由消费者承担;经营者与消费者另有约定的,按照约定执行。

朋友圈微商或成监管盲区

由于电视、电话、邮购与网络购物虽然销售媒介不同,但在适用七日无理由退货规定方面大部分特征是相同的,因而《暂行办法》附则规定,经营者采用电视、电话、邮购等方式销售商品,可以依照网络购物无理由退货制度的规制来执行。

那朋友圈里的微商是否适用《暂行办法》?法律人士指出,这要分两种情况:如果销售者是依法登记取得相应经营资格的市场主体,消费者可以提出七日无理由退货请求;如果网络商品销售者不是真正的经营者,不具备真正的经营资格,仅仅是熟人之间出于信任购物,则不适用七日无理由退货制度。

记者调查发现,目前大多数通过朋友圈“晒单”、微信转账交易的微商都没有经过登记或者认证,缺乏经营主体资质,导致监管滞后甚至缺失。中消协统计数据显示,全国消协组织受理的远程购物投诉中,网络购物占比达95.41%,其中以微商为代表的个人网络商家成为投诉热点。

或者沾染病菌,并对其他使用者的健康造成威胁的商品。比如贴身衣服,包括内衣裤、泳衣、袜子、打底裤等个人卫生产品的包装;食品保健品,包括婴幼儿食品、零食、冲饮、酒类、粮油米面、干货等。

不过,如果此类商品的质量出现缺陷,还是可以根据《产品质量法》和《消费者权益保护法》的有关规定进行维权。

为配合《暂行办法》的落实,相关电商平台也在对退货制度进行完善和升级。记者注意到,淘宝网《七天无理由退货规范》将于3月22日全面升级。《规范》明确,淘宝网要求支持七天无理由退货的商品,卖家单方或买卖双方约定不适用七天无理由退货的行为无效。

同时,《暂行办法》也给出了三大“不完好”标准:一是食品(含保健食品)、化妆品、医疗器械、计生用品必要的一次性密封包装被损坏;二是对电子电器类商品进行未经授权的维修、改动,破坏、涂改强制性产品认证标志、指示标识、机器序列号等,有难以恢复原状的外观类使用痕迹,或者产生激活、授权信息、不合理的个人使用数据留存等数据类使用痕迹;三是服装、鞋帽、箱包、玩具、家纺、家居类商品商标标识被摘、标识被剪,商品受污、受损。

至于“发货运费”,则分以下三种情形:一、卖家未设置商品包邮,发货运费由消费者承担;二、卖家设置商品包邮,发货运费由卖家自行承担;三、卖家未设置商品包邮,但在商品页面说明满一定金额包邮,如退货后不能达到免运费活动要求,发货运费由消费者承担。

如果商家任性拒绝退货或是不退款怎么办?《暂行办法》规定,出现以下三种情况,工商部门可根据情节单处或者并处警告、没收违法所得、处以违法所得1倍以上10倍以下的罚款;没有违法所得的,处以50万元以下罚款;情节严重的,责令停业整顿、吊销营业执照。

一是未经消费者在购买时确认,擅自以商品不适用七日无理由退货为由拒绝退货,或者以消费者已拆封、查验影响商品完好为由拒绝退货的;

二是自收到消费者退货要求之日起超过十五日未办理退货手续,或者未向消费者提供真实、准确的退货地址、退货联系人等有效联系信息,致使消费者无法办理退货手续的;

三是在收到退回商品之日起超过十五日未向消费者退还已支付的商品价款的。

消费者遭遇上述纠纷,可到工商部门投诉、举报。

因此,对于微商这种利用网络社交平台销售商品的模式,更应当加强监管力度。

市消保委提醒,消费者在享受网购商品“七日无理由退货”权利的时候,应注意以下几点:

一、选择正规的、知名的大型电商平台进行购物,在购物前应查看网站的售后服务条款,在对网站的退换货政策充分了解后再进行购物,避免发生退货情况时自己的合法权益无法得到保障。

二、在选购商品时,应注意查看选购的商品是否适用“无理由退货”政策,如网站对商品退货信息的标注不明确或存在异议,可事先与客服进行沟通确认,并注意保留相关对话证据,为事后维权提供保障。

三、在行使“无理由退货”权利时,应注意保存商品完好,根据网站明示的无理由退货期限,尽早提出申请,并按照与网站客服约定的退货方式退还商品。

本报记者 艾仁和