

海淘一双 2700 元的凉鞋,因鞋盒受损无法退货

海淘商品七天无理由退货到底有多难

晨报记者 李晓明

海淘购物很方便,足不出户买遍全球。然而,消费者刘女士通过海淘网站购买了一双 2700 元的凉鞋,退货时却因“鞋盒受损”遭到商家拒绝。海淘商品难道不适用“七天无理由退货”吗?影响二次销售又该如何认定?记者对此进行了采访。

“一个鞋盒”引发纠纷

近日,浦东新区消保委接到一起投诉,刘女士向消保委反映了“一个鞋盒”导致的纠纷。

刘女士说,自己在某海淘网站上购买了一双女士凉鞋,价值 2700 多元。10 多天后,刘女士收到意大利直邮的商品,发现鞋子和图片有些不同,试穿后感觉不适合自己。与平台沟通后,她申请退款,并找了 DHL 上门收件。

快递小哥上门后,刘女士直接把装有凉鞋的鞋盒递给了快递员,本以为事情就这样结束了。但该购物网站显示刘女士退回的商品并不符合退款的标准,被商家拒收,理由是退回的商品影响二次销售。

新鞋仅试穿了一次,为何认定影响二次销售?网站还将相关的图片证据发给了刘女士,刘女士看后哭笑不得:原来快递小哥竟然把快递单和胶带直接黏在鞋盒上,鞋盒污渍致使影响二次销售。对于商家的理由,刘女士认为鞋盒并非影响二次销售的因素,要求网站尽快退款,但遭到网站拒绝。

接到投诉后,消保委工作人员与该购物平台进行了沟通。平台工作人员坚持消费者退回的商品包装不符合商家的标准,影响了二次销售,建议刘女士直接找快递公司进行索赔。刘女士与快递公司沟通后,快递小哥称在寄快递的时候,刘女士并未提出要求对鞋盒进行包装,便直接在鞋盒上打包封箱,现刘女士退货受阻,快递公司表示愿意给予一定的补偿。

在消保委工作人员的协调下,购物平台也同意给予刘女士 20% 的折扣,不能退货。最终,刘女士无奈接受了该处理方案。

各平台无理由退货政策不一

网购商品“七天无理由退货”自实施以来已获得消费者普遍认同,商家也都自觉执行相关规定。但是,记者调查发现,一些跨境电商却对海淘商品的退货进行了特殊规定,难道海淘商品不适用“七天无理由退货”?

记者选取洋码头、小红书、考拉海购三大海淘平台进行了调查,发现各家对于海淘商品是否适用“七天无理由退货”的规定也存在着差别。

在洋码头上,记者选取了一件卫衣,在商品的购买须知上,关于退换货规定进行了说明:“海外直邮商品不支持 7 天无理由退换货,如遇商品有质量问题请在收到包裹 15 天内向洋管家反馈。”

在卡拉海淘平台上,记者选取了一双鞋子,在商品展示页面下,也明确说明:不支持 7 天无理由退货。

在小红书平台,不同的商品对

于退换货有着不同的规定。如一款日本直邮的洗发水,在商品展示页面,明确告知了“不支持无理由退换”;另一款澳洲保健品,则显示支持“七天无理由退货”,点击服务说明后,则进一步显示了该商品无理由退货的条件是:“一次性密封包装未被损坏,未使用。”

为何海淘平台对于商品是否适用七天无理由退换货存在着差别。对此,一家海淘平台相关负责人表示,因为跨境电商也有区分,不同类型的商品适用范围也不一样。据介绍,通过跨境电商购买商品分为两种情况,其中一种情况是消费者通过国内商家提供的平台直接从国外进行购买,国外商家给消费者邮寄商品,消费者享受了行邮税的优惠。这种情况下卖方是国外商家,平台只是中介,一般都不适用“7 天无理由退货”。

另一种情况是消费者通过跨境电商购买一般进口完税的商品,这种情况适用“7 天无理由退货”。但是在这种情况下也有一些具体情形不适用“7 天无理由退货”,具体分为 4 种,包括消费者定制的商品、鲜活商品、计算机软件、已经交付的报刊杂志等。除了上述四类商品外,其他网购商品若不能退货,电商平台必须作出充分的提示。

如何认定是否影响二次销售

尽管国家对于“网购商品七天无理由退货”有明确规定,但在实际操作中,一些商家却以商品已经开封不完好,影响二次销售为由拒绝退货,前述刘女士就遇到了这种情况。那么,商品是否影响二次销售究竟该如何认定呢?

对此,浦东消保委认为,国家市场监督管理总局修订后的《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》第八条规定:“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。”以及第九条规定:“对超出查验和确认商品品质、功能需要而使用商品,导致商品价值贬损较大的,视为商品不完好。”

而对于服装、鞋帽等家居类商品是否完好,也有着具体的判定标准,主要包括“商标标识被摘、标识被剪,商品受污、受损。”对此,消保委认为,根据规定,本案中刘女士退回的鞋盒的污渍并非影响二次销售的主要因素;同时,若商家认为鞋盒的完好是影响二次销售的关键因素,也应该在退换货规则上予以注明,让消费者有充足的知情权。

在此,消保委提醒部分商家,网购商品七天无理由退货是法律规定的经营者义务,不应牵强附会、规避政策;同时,消保委也提醒消费者,无理由退货时应当仔细阅读退换货政策,并做好证据留存,以免不必要的损失。



北外滩来福士内的招牌

/晨报记者 严峻嵘

北外滩来福士,这个字依多加了一点
专家表示,汉字不能随意乱写,这是语言文化

晨报记者 严峻嵘

8 日,一张以上海浴室招牌为背景的图片在上海沪语圈中被刷屏。这张图片是上海市民小晶最早在大众点评网看到的,据小晶说,从网友发布的其他图片所反映的场景来看,拍摄位置应该是在新开业的北外滩来福士城市集市,但他也是看到网友分享的,不确定是否属实,吃不准图片是不是网友处理过。

上海市民发现招牌有个错别字

晨报记者 8 日晚上赶到北外滩来福士,并找到了图中招牌所在的位置。招牌位于城市集市的一处采用人工场景搭建的街角处,现场有两块招牌,一块为“为民浴室”,一块为“欢迎光临,沐浴”,后面挂着一件带有上海特色的纺织品。

据悉,北外滩来福士于今年 7 月 10 日正式开业,围绕“文化、

艺术、科技、旅游”等关键词,而其中最吸引市民眼球的的就是城市集市,将上世纪 90 年代的上海弄堂场景进行了 1:1 的还原,让走进市集的市民仿佛瞬间穿越回了 30 年前。

作为热爱沪语的上海市民,小晶自己其实也非常喜欢这种具有老上海风情的场景,他告诉记者:我倒也勿是仅仅针对阿拉上

海话的错别字,我个人对所有的错别字都不共戴天,比如经常看到餐厅里把“螺蛳”写成“螺丝”,把“花蛤”写成“花甲”。这次我无意当中看到“沐浴”,一开始并没有在意,但后来觉得有必要告诉大家,毕竟在这样一个上海市民非常喜欢逛的城市商业地标,错误的招牌会让很多人误认为“沐浴”就是正确的写法。

“汰”和“汰”,引发业内人士热议

一位语言学专家表示:汉字是表音,但也表意,不能因为语音相同就随意乱写,因为这里面包含了非常丰富的语言文化。

曾创办新民晚报“上海闲话”版面且长期从事该沪语版面编辑的沪语人士旅征表示:按说,“汰”和“汰”这个字争议不多误写多,我以前在晚报版面上也专门介绍过,而“屋里向”和“屋里厢”争议较多。语言专家也有各自不同的说法。建议商家也应该依据国家正规出版的字典做参照。另外,我觉得沪语方言书写既要规范也要遵循约定成俗的延续。

国家一级文学编辑、上海非遗保护专家委员会委员葛明铭在接受记者采访时表示:近年来,上海话词语深受商家青睐,店招、商品名称、菜谱、商品广告等沪语文字书写屡见不鲜,但凡用了沪语书写往往店铺走红,商品热卖,商家尝到海派文化,沪语传承的甜头,大有“以沪养富,以申生财”之势,这对商业发展和沪语传承是件双赢的好事,但好事须做好,做完美,双赢才赢得“捂心”。一些沪语专家发现商品名、店招、广告中沪语错别字也同样屡见不鲜,比如有商家将“屋里向”写成“屋里厢”,这次北外滩来福士城

市集市把“沐浴”写成“汰浴”等,以讹传讹的写法肯定不利于沪语的正确传承,但商家也有难处,难免好心做了尴尬事。

对于如何帮助商家正确使用沪语,长期从事沪语传承和保护的葛明铭提出他的个人建议:我建议由沪上高校和新闻媒体组织相关专家学者组成一个沪语咬文嚼字专家顾问团,为企业和商家的商品、店招正字正音,为商业和海派文化结合出谋划策,企业在运用沪语时遇到疑难杂症可时时请教专家学者,请他们把把关,让沪语书写在海派商业文化中开得更艳更夺目。