

随着网购日益普及，部分商家在销售品牌商品时，宣称进行了“刮码”“去码”“剪标”处理，这些产品价格往往比官方销售的产品便宜很多。不少消费者因贪图便宜购买，却由此陷入麻烦与纠纷。近日，上海市青浦区人民法院审理了一起因销售“刮码”商品引发的退货退款纠纷案件。韩女士在一家淘宝店铺购买了一款洗鼻器，因商品无溯源码而申请退货。然而，在退货过程中，就商品是否完整退回、相关费用承担等问题与商家产生分歧，商家将韩女士诉至法院，要求退还货款并赔偿损失。

商品无溯源码，买家申请退货

2024年4月，韩女士在李先生经营的淘宝店铺“强健医疗品质店”看到一款“飞羊乐康”家用儿童洗鼻器，包含主机、洗鼻液30支、废液槽30个等，当日，她支付469元购买了该款套装。随后，商家通过圆通速递将商品发出，商品重量为1.4公斤。

韩女士确认签收后，发现所购商品上没有溯源码，便询问客服如何辨别真伪。客服回复称，下单时商品详情中已说明，网上低价销售的商品都要“刮码”，并将详情页告知截图发送给韩女士。韩女士表示，她下单时并未看到该提示，如果自己知晓商品无溯源码，肯定不会购买。

随后，韩女士联系该商品的官方平台，客服表示商品应有溯源码，没有溯源码则货品可能有问题。韩女士怀疑所购商品为假货，在淘宝平台申请退货退款，并通过韵达快递将商品退回。

李先生收到快递后，发现退货少件，通过快递查询对比，发出商品和退回商品重量有明显差距（退回商品重量为0.84公斤）。但之后，韩女士操作469元退款成功。李先生表示，韩女士可以七天无理由退货退款。韩女士在收到货物时也和自已进行过沟通，自己再次告知所售商品为“刮码”销售，韩女士知晓后应将商品原封退回，但其并未原样退回，还使用了部分耗材。

李先生认为，洗鼻器和其他耗材并非“捆绑销售”。韩女士的不当行为导致自己财产损失，有违诚实守信原则。他要求韩女士退还货款469元，并赔偿店铺损失费300元、法律咨询费等。

“我正常退货退款，商家是恶意拒签！”

庭审中，双方就退货相关问题展开了激烈辩论。李先生表示，自己已依约交付商品，韩女士有及时支付货

款的义务，所以他有权要求其退还货款并赔偿损失。

韩女士不同意李先生的全部诉请。她表示，自己是正常退货退款，却被李先生恶意拒签，商品又被退回，此后她已收到淘宝平台的469元退款。店家称在商品详情页告知了消费者“刮码”销售的情况，但自己始终未看到该提示。此外，自己并未使用李先生售卖的机器，只是使用了一盒海盐水耗材，且在退货时已告知淘宝平台客服商品“已使用”，平台表示支持判定结果，让她把未使用的商品退回就行。在李先生拒收后，平台也说她无需退还商品。韩女士还提到，目前辅料还剩15支，废液槽未使用。她同意将商品退还给李先生，对于已经使用的耗材，同意按市场价折抵后支付相应钱款。

购买“刮码”商品隐患多，品牌方曾发出提醒

记者了解到，“刮码”销售是指商家为规避品牌方的区域管控、串货限制或防伪溯源机制，将产品包装上

判定后已将包含洗鼻器在内的商品退回李先生，寄回商品中缺少一盒洗鼻液体辅料并不能成为李先生拒签韩女士退货的合理正当理由。

审理中，韩女士已同意将系争商品退回李先生，并同意支付已使用液体辅料相应价款，故法院确认韩女士应支付李先生钱款金额为69元，对李先生主张韩女士退还全部货款469元

的防伪码、区域码、批次码等标识刮除后进行销售的行为。这种行为常见于化妆品、保健品、食品等需要防伪溯源的行业，为消费者和监管带来多重隐患。消费者购买“刮码”产品，往往无法享受原装商品所应匹配的产品追溯、质量保障及售后服务。

法庭上查明，“飞羊乐康”品牌方曾发布提示称，在淘宝、闲鱼等渠道购买的产品存在疑似假冒问题，产品追溯码缺失且进行二次包装，无法仅从外观上鉴定真伪，拆机鉴定或辅料成分鉴定费用较高，消费者维权困难，提醒消费者认准官方发货渠道。在其他渠道购买到无追溯码或追溯码损坏产品，无法享受厂家售后服务，且因拆除包装，不明确是否为新产品，有造成感染的风险。

韩女士表示，她之后在“飞羊乐康”的官方平台购买了洗鼻器一台，该洗鼻器机身外观下部印有二维码，且使用了李先生店铺销售的15支洗鼻液。

纠纷发生后，淘宝平台对该交易纠纷复盘称，消费者因追溯码问题反馈需要退货，平台支持退货，但由于商家未配合签收货物，平台根据相应规则处置流程支持消费者退款，消费者无责。

的诉请，不予支持。如果韩女士未寄回商品，则应当支付李先生相应货款400元。李先生主张店铺损失费300元，但未提供相应证据佐证，法院不予支持。考虑到韩女士退货时并未将全部商品退回，而是使用了部分商品导致李先生拒收，也有一定过错，所以寄回邮费由韩女士承担。李先生主张的法律咨询费等，无事实和法律依据，法院不予支持。

诉讼实录

网购“刮码”商品想退货引发纠纷

商家：耗材未退拒签收
买家：隐瞒刮码应担责

消息树

防晒指数宣传 UPF200+ 甚至达到 2000+，实际 UPF50+ 即为最高等级；声称结合了高科技元素，实则制造噱头抬高价格……时值盛夏，防晒衣、遮阳帽、防晒面罩等产品销量持续火爆，但记者调查发现，一些防晒产品存在数值虚标、面料成分造假、过度营销科技概念等行为，引发消费者质疑。

UPF（紫外线防护系数）是防晒衣的关键性能指标。按照相关国家标准，UPF 值的规范标注为 UPF40+ 和 UPF50+ 两个级别，UPF50+ 即为国家标准最高等级。

日前，记者在某电商平台搜索“防晒衣”，发现多数品牌防晒衣都能满足 UPF40+ 或 UPF50+ 的条件，但有的商家却在商品售卖页面标注“UPF200+”“UPF500+”，甚至出现了“UPF2000+”。

对此，有业内人士认为，虽然 UPF2000+ 和 UPF50+ 从数值上看相差 40 倍，但其实并没有提高多少防紫外线性能。UPF50+ 等级的服装面料相当于能阻挡 98% 的紫外线，而 UPF2000+ 实际上阻挡紫外线 ≥99%，效果只是提高了 1% 左右。“而且按照国家标准，即便防晒衣的 UPF 数值真达到 2000+，也只能标为‘UPF50+’，否则可能会对消费者的判断形成误导。”上述业内人士说。

“防晒衣标注 UPF200+，甚至 UPF2000+，存在编造规范概念、过度营销的嫌疑。”中国消费者协会相关负责人对记者说。

中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江表示，经营者向消费者提供的商品信息应当真实、全面，不得作虚假或者引人误解的宣传。“在商品页面中夸大紫外线防护系数，涉嫌侵犯消费者的知情权和选择权。”陈音江说。

记者了解到，除了数值虚标之外，中消协近日发布的全国消协组织受理投诉情况统计信息显示，夏秋季节防晒衣物类产品投诉相对多发，其中产品质量、虚假宣传、货不对板等问题较为突出。

（来源：工人日报等）

专家：夸大紫外线防护系数，存在过度营销的嫌疑
『防晒用品受质疑』

法院：缺少耗材不能成为商家拒签退货的正当理由

法院认为，双方就系争商品的交易行为已经被相关平台判定退货退款，且双方均对此予以确认，视为双方交易合同已解除。审理中，双方对合同解除后果存在较大争议，李先生表示拒收韩女士退货的原因是内件洗鼻液短少，但李先生自认系争商品洗鼻器和洗鼻液等辅助材料并非“捆绑销售”，韩女士在淘宝平台交易结果