

□ 记者 章炜

在电商领域，消费者因购买的商品存在质量问题或与描述不符等情况，可以向商家提出“仅退款”请求，而不必将商品退回给商家。作为电商平台平衡消费者权益与商家利益的核心售后机制，“仅退款”也是长期以来的纠纷高发区。消费者郭先生在陈先生开设的淘宝店购买宣称“耐磨”的越野袜，穿去爬了一次泰山后便严重起球，郭先生申请“仅退款”获平台支持，但商家不服，将消费者诉至法院，要求返还货款、赔偿损失。近期，上海市浦东新区人民法院对这起信息网络买卖合同纠纷案件进行公开审理。

商家：起球是材质特性，非质量问题

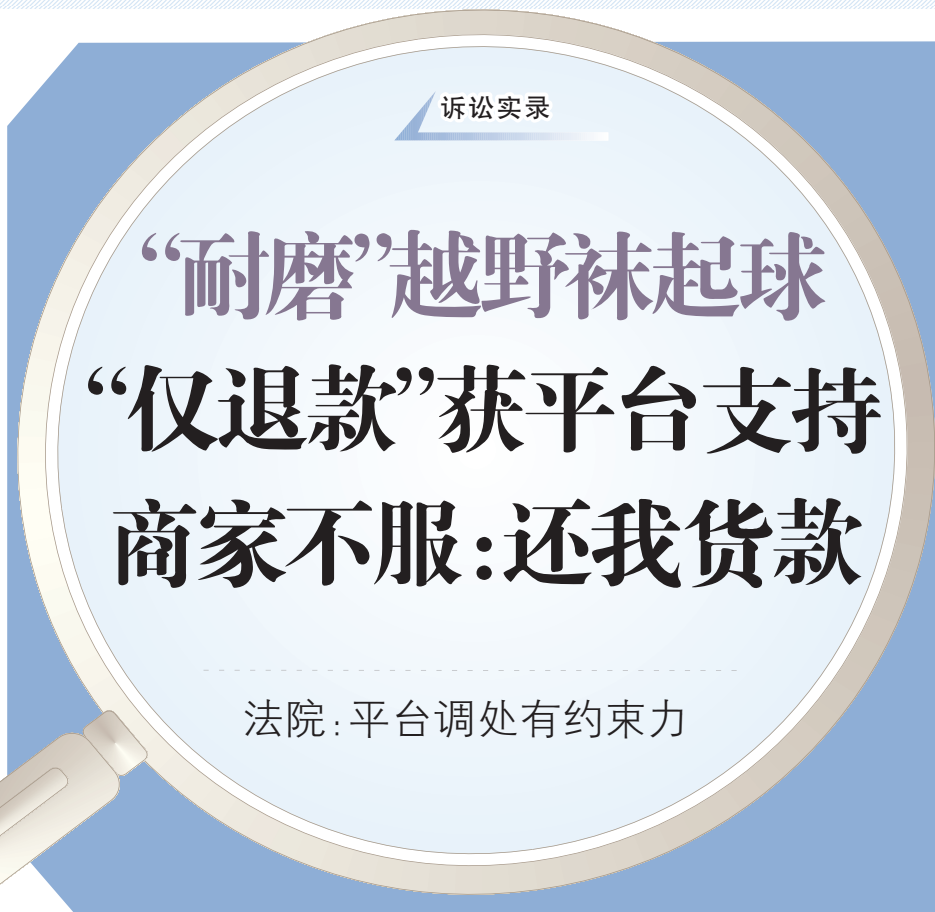
2025年5月11日，郭先生在陈先生经营的淘宝店铺“景遥五指袜店”下单两款“2.0进阶版越野袜”，其中一双付款34元，另外一单为两双袜子，付款116元。两单交易总金额150元。郭先生注意到，商品详情页上，标注袜子具有耐磨特性。郭先生签收货物后，穿着其中一双爬泰山，发现袜子起球严重，认为商品存在质量问题，与详情页描述不符，于是向陈先生提出“仅退款”申请。

收到“仅退款”申请后，客服辩称，郭先生爬泰山的运动量远超常人，且搭配过硬的登山鞋，摩擦量过大导致起球，而涉案袜子采用COOLMAX材质，起球是该材质的特性，加之袜子为加厚毛圈袜，起球属于正常现象，并非质量问题。客服还表示，袜子已有效保护郭先生的脚未被磨破，同意退回未穿过的袜子，拒绝“仅退款”申请。

双方协商未果后，郭先生于2025年6月2日将三双袜子寄回店主陈先生，但陈先生以“商品异常影响二次销售”为由拒收。6月5日，郭先生向淘宝平台申请介入，并上传袜子起球的照片佐证诉求。淘宝平台结合消费者反馈及商品客诉情况，依据规则支持了郭先生的售后诉求，判定郭先生分别获得34元及108元退款，合计142元。同年6月7日，陈先生因该纠纷被平台扣除3元。

商家诉请全额索赔，消费者辩称维权合规

陈先生对平台处理结果及郭先生的退款行为不满，他认为自己不仅损失了货款，还被平台处罚，名誉受损。陈先生将郭先生告上法庭，要求其退还货款150元及平台扣款3元，并赔偿店铺损失300元、咨询费500元、误工费400元以及打印费、快递费等1271元。



诉讼实录

“耐磨”越野袜起球 “仅退款”获平台支持 商家不服：还我货款

法院：平台调处有约束力

陈先生称，郭先生退回的袜子中，有一双青色袜子带有洗衣粉味道，明显影响二次销售，其已做拒收处理，但郭先生仍通过平台成功申请全额退款，经多次要求郭先生退还款项，郭先生均不予理会，故诉至法院维护自身权益。

庭审中，郭先生辩称，不同意陈先生的全部诉讼请求。他表示申请退货退款的核心原因是商品质量与描述不符，指出商品详情页写着袜子所用原料有耐磨的特性。退款退货流程完全符合淘宝平台规定，平台扣除陈先生的3元是平台给予的处罚，与自身的维权行为无关。对于陈先生所述“青色袜子有洗衣粉味道”，郭先生否认穿着过该双袜子，认为不应以此拒绝退款。

以上事实，由陈先生提供的订单详情、退款截图、聊天记录、物流截图、投诉处罚截图、买卖合同、平台协议、视频等，被告提供的订单截图、网页截图、物

流信息截图等及当事人的陈述予以佐证，法院予以确认。

记者了解到，在实际情况下，“仅退款”出现的场景非常复杂，除了商品质量有问题，还有恶意退款等，长期以来是电商纠纷的高发领域。2025年4月，包括淘宝网等多个主流电商平台集中调整售后规则。据最新规则，淘宝明确平台不再主动介入消费者已收货后的“仅退款”申请，改为由卖家先行与消费者协商处理，旨在平衡商家权益与消费者体验。

法律人士提醒，网络购物中，商家应如实披露商品特性、质量标准等信息，消费者应理性维权并保留相关证据。交易双方均应遵守电商平台的争议处理规则，若对平台调处结果不服，可依法通过向消费者协会调解、向行政部门投诉或向法院起诉等途径维权，但在此之前，应先履行平台调处决定。

因此，陈先生要求郭先生退还货款及因郭先生投诉被平台扣除3元之诉讼请求，于法无据，法院不予支持。至于陈先生主张材料打印费、法务咨询服务费、误工费、店铺损失费、运费之诉讼请求，基于上述理由及陈先生未能提供确凿证据，法院同样不予支持。综上，依照《民法典》《电子商务法》及相关司法解释的规定，法院判决驳回陈先生的全部诉讼请求，案件受理费10元由陈先生负担。

法院：平台调处决定对双方有约束力 驳回商家诉求

法院认为，当事人订立合同，可以采用书面形式、口头形式或者其他形式。依法成立的合同，受法律保护。本案中，郭先生在陈先生开设的淘宝店铺下单后，双方均分别履行了付款义务、交付义务，双方已形成买卖合同关系。商家、消费者在电商平台进行交易，应视为皆同意遵守电商平台规则、管理方式和纠纷处理模式。电商平台依据其规则流程作出的相关决定，对商家具有约束力。

根据《淘宝平台服务协议》，交易中任何一方均有权使用淘宝平台提供的争议调处服务，由此产生的调处决定对双方具有约束力。在双方就案涉商品售后问题发生争议且确实无法达成一致解决方法的情况下，郭先生向淘宝平台发起“仅退款”申请，淘宝平台依据其规则流程综合评判，作出“仅退款”决定，郭先生据此取得退款。且郭先生上传的照片确实可以看出袜子上存在较多起球。

消息树

日前，由中国黄金协会牵头起草制定的《黄金以旧换新经营服务规范》团体标准发布。这是我国黄金珠宝行业首个针对以旧换新业务的专项服务标准，让黄金以旧换新这一重要消费形式进入规范化、专业化发展新阶段。

世界黄金协会数据显示，截至2025年11月底，2025年内金价逾50次创下历史新高，累计涨幅突破60%。伴随存量黄金盘活需求激增，以旧换新已成为黄金首饰消费的重要板块，相关业务规模约占全国黄金首饰消费量的20%。然而，由于缺乏统一规范，消费者在交易中常面临随意压价、信息不透明等风险，行业健康有序发展受到制约。

巨丰投顾高级投资顾问于晓明表示，黄金以旧换新时常见的套路有称重作假、低估纯度、隐性收费、诱导换购“一口价”黄金等。这些行为挫伤消费信心、破坏行业秩序，还阻碍黄金流通，影响市场健康运转。

记者在“黑猫投诉”平台上发现，多位消费者投诉称，部分商家黄金换新商品隐瞒克重、无商品吊牌、不开发票，或存在刻意引导换新“一口价”首饰、K金首饰的行为，通过“以次换好”损害消费者权益。

“部分商家验金前不称重，或在设备上做手脚少算重量，甚至借助第三方验金点暗箱操作，导致旧金莫名缩水。还有一些商家以款式新颖等为由，诱导消费者放弃‘以克换克’，转而选择克单价极高的‘一口价’金饰，造成黄金重量大幅缩水。”苏商银行特约研究员付一夫表示，这些行为直接导致消费者财产损失，引发大量消费纠纷，也加剧恶性竞争，降低行业整体公信力。

新标准涵盖八个章节，构建起“基础界定—核心要求—流程规范—监督保障”的闭环体系，对服务原则、企业资质和经营管理要求、服务人员、场地设备、服务内容和流程、监督投诉等作出全面规定。明确要求企业需具备合法资质、履行反洗钱义务；从业人员需经专业培训合格后方可上岗；验金环节实行“全程监控+顾客在场”制度，破坏性检测需事先征得消费者同意，检测结果需如实出具含金量、质量、损耗、折价金额等信息的凭证；接待咨询时需主动明示旧金准入标准、服务流程、收费项目等信息。

(来源：经济日报等)

黄金『以旧换新』有了行业标准
常见的套路有低估纯度、诱导换购『一口价』黄金等