

“商品完好”前提下消费者恶意退货行为的法律规制研究

陈钰松

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年10月15日; 录用日期: 2025年10月28日; 发布日期: 2025年11月25日

摘要

基于《消费者权益保护法》第25条第3款提出的“商品完好”这一无理由退货要求,《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》第8条与第9条设定了“商品完好”与否的具体认定标准,由此确立了消费者行使七日无理由退货权利的边界,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恶意退货行为做出规制。然而,对于虽未减损商品价值,但以“享受凑单减免优惠、短期免费使用商品”为目的的恶意退货行为,现行法律难以排除其适用无理由退货制度。由此可见,当前消费者“后悔权”的排除适用规定存在显著的漏洞,无从规制此类虽符合商品完好标准,但却侵害商家信赖利益、违反诚实信用原则的退货行为。基于此,第一,应明确有违“诚实信用原则”的退货行为的具体行为表现;第二,具体列举损害电商经营者信赖利益的退货情形;第三,要求作出异常退货行为的消费者就其退货行为的正当性承担说明义务。

关键词

无理由退货权利, 诚实信用原则, 主观恶意

Research on the Legal Regulation of Consumers' Malicious Return Behavior under the Premise of "Intact Goods"

Yusong Chen

Law School of Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: October 15, 2025; accepted: October 28, 2025; published: November 25, 2025

Abstract

Based on the requirement of “intact goods” stipulated in Article 25, Paragraph 3 of the *Consumer Rights Protection Law*, Articles 8 and 9 of the *Interim Measures for the Seven-Day Unconditional Return of Online Purchased Goods* establish specific criteria for determining whether goods are “intact.” These provisions define the boundaries for consumers exercising the right to seven-day unconditional returns and regulate malicious return behaviors that exceed the necessary inspection and confirmation of product quality and functionality, thereby significantly diminishing the value of the goods. However, current laws struggle to exclude from the unconditional return system those malicious returns that do not reduce the value of the goods but are intended to “exploit order discounts or enjoy short-term free use of the goods”. This reveals a significant loophole in the current exclusionary provisions of consumers’ “right of regret,” as they fail to regulate such return behaviors that, while meeting the “intact goods” standard, violate merchants’ legitimate trust interests and the principle of good faith. To address this issue, the following measures should be taken: First, clarify the specific manifestations of return behaviors that violate the “principle of good faith.” Second, enumerate specific instances of return behaviors that harm the trust interests of e-commerce operators. Third, require consumers with abnormal return behaviors to bear the obligation to justify the legitimacy of their returns.

Keywords

Malicious Exercise of Unconditional Return Rights, Principle of Good Faith, Subjective Bad Faith

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 问题的提出

为解决消费者因远程购物而无法直接了解商品真实情况的问题，我国于 2014 年修订的《消费者权益保护法》(以下简称《消保法》)第二十五条确立了“七日无理由退货”制度，赋予消费者在收到商品后七日内无需说明理由即可退货的“后悔权”，使其不仅依法享有充分的时间检验和试用商品，同时也拥有在保障商品完好的前提下无条件单方退还所购商品的权利。

然而，无理由退货行为的合法化在为消费者维护自身知情权益提供立法保障依据的同时，却为违背诚实信用原则、恶意行使“后悔权”的消费者提供了可乘之机^[1]。消费者可在无真实消费意图的情况下，以谋取私利为目的，滥用其退货权。究其原因，在于此项制度对于消费者退回商品的申请理由不作约束限制，消费者只要在保障商品完好、不影响二次销售的前提下仅通过承担退回商品的运费，便能达到“短期低成本使用商品”的目的。对此，《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》(以下简称《暂行办法》)第 4 条对此类恶意退货行为做出规制：消费者行使七日无理由退货权利和网络商品销售者履行七日无理由退货义务都应当遵循公平、诚实信用的原则，遵守商业道德。由此可见，该条款对于消费者的诚信退货义务仅做出原则性的倡导性规定，并未对于有违诚实信用原则的退货行为进行清单式的列举界定，也即缺乏具有操作性的判定标准，从而致使在司法实践中法院难以将此类虽符合商品完好标准，但却侵害商家信赖利益、滥用无理由退货权利的行为，排除在无理由退货制度的适用范围外。

基于此，本文提出的问题是：如何从立法层面规制此类虽不影响“商品完好”，却侵害商家信赖利

益的恶意退货行为？也即，如何完善《暂行办法》第4条“消费者行使七日无理由退货权利应当遵循公平、诚实信用的原则，遵守商业道德”的规定，从而平衡消费者退货权与商家信赖利益。

2. “商品完好”前提下消费者恶意退货行为的构成特征

“商品完好”前提下消费者的恶意退货行为，是指在商品本身不存在质量问题的情况下，消费者出于“利用退货政策牟利、临时使用后退货”等非正当目的，以违反诚实信用原则的方式恶意行使无理由退货的权利，从而利用了商家对消费者购买行为的合理信赖，损害了商家的利益。

2.1. 主观方面：具有利用无理由退货权利牟取私利的主观恶性

从主观恶性的角度来看，“商品完好”前提下的恶意退货行为呈现出明显的退货预谋特征，这种预谋性本质上反映了消费者利用无理由退货政策的制度善意谋取不当私利的主观心理状态[2]。具体而言，这类消费者在购入商品时，就已经在心理上做出了“购买-使用-退货”的行为规划，明确决定了在商品到货后七日内退货。可想而知，这种预谋性退货行为与正常消费行为存在本质区别：正常消费行为以实际使用需求为出发点，而恶意退货行为则并非基于实际使用的消费需求，其既无长期使用商品的真实意愿，也不存在合理的退货事由，而是带有明显的投机性目的——要么将所购商品视为可短期占用的“免费租赁物”，要么将其作为获取满减优惠的临时工具，待优惠目的达成后立即退货。

基于此，恶意退货行为在主观恶性层面表现出三个递进特征：第一，退货的蓄意性——消费者从购买伊始就存在计划退货的预谋；第二，动机的投机性——消费者将商品作为短期使用的工具；第三，道德的可谴责性——消费者明知其行为违背诚实信用原则却依然为之的直接故意。由此可见，这种多层次、递进式的恶意叠加，表面上反映了消费者利用商家无理由退货的制度善意和法律漏洞牟取私利的意图，实质上暴露其契约精神的缺失和对商业诚信原则的漠视。可想而知，这种行为若得不到有效规制，必将迫使商家收紧退货政策，最终导致市场交易秩序的恶化，损害善意消费者的退货权益。

2.2. 客观方面：存在分散多次退货与多账号轮换退货的行为表现

从行为表现的角度分析，恶意退货消费者的行为模式呈现出明显的阶段性演进特征。在初始阶段，恶意退货行为与普通消费者的偶发性退货行为存在显著差异，主要表现为持续性的高频退货特征[3]。具体而言，恶意退货者往往在短期内集中购买同类商品后实施批量退货操作，这种行为模式具有显著的外部可识别性。以服装类商品为例，典型的恶意退货行为表现为：消费者一次性购入多件服饰商品，在完成试穿拍照等使用目的后即申请全部退货。因此，从数据特征来看，这一阶段的恶意退货行为呈现出两个突出特点：一是单个消费者的退货频率显著高于平台平均水平，二是退货商品品类分布呈现高度集中的态势。

值得注意的是，随着电子商务平台监管体系的不断完善和风险控制技术的持续升级，恶意退货行为逐渐向隐蔽化方向发展。在这一演进过程中，行为人的退货操作模式发生了调整：首先，在时间分布上，由原先的集中批量退货转变为分散多次退货，通过延长行为时间跨度来降低行为显著性；其次，在账户使用策略上，由原先使用单一账号退货转变为使用多账号轮换退货的方式，并辅以频繁变更收货信息等手段，以此规避平台的监测机制。

由此可见，当前恶意退货行为的外在表现特征已由早期的显著性逐步演化为当前的隐蔽性。这种行为模式的转变无疑将提高恶意退货行为的识别难度，进而对法律规制提出了严峻挑战。例如，这使得证据固定成本大幅增加，针对分散化、跨平台的恶意退货行为，平台需要投入大量技术资源进行全链条数据追踪和行为画像分析，才能识别出隐蔽化的恶意退货行为。

2.3. 客体方面：侵犯电商经营者的信赖利益

从恶意退货行为所侵害的社会利益角度看，“商品完好”前提下的恶意退货行为实质上构成了对商家信赖利益的侵害。所谓商家的信赖利益，是指商家基于对消费者诚信购物行为的合理期待，在商品交易过程中所享有的合法权益。这种信赖利益主要体现在三个层面：首先，商家信赖消费者会基于真实消费需求进行交易，而非将购买行为异化为获取不当利益的工具；其次，商家相信消费者会诚信使用“无理由退货”制度，仅在确有需要时行使退货权利；最后，商家相信商品流通过程会遵循正常的商业逻辑，不会被人作为中断或扭曲。

然而，恶意退货行为直接破坏了这种信赖关系。具体而言，当消费者在商品完好无损的情况下，出于“短期使用、拍照展示、凑单减免”等非消费目的购买商品并申请退货时，其行为本质上是对商家信赖的背弃。这种背弃不仅体现在对商品使用权的滥用上，更体现在对交易本质的扭曲——将正常的买卖关系异化为租赁关系。商家在制定退货政策时，是基于对消费者群体整体诚信度的合理预期，这种预期构成了信赖利益的基础。而恶意退货者通过滥用退货机制，单方面改变了这种预期的基础条件，使得商家在维持原有退货政策的同时，不得不承受额外的经营成本和风险。

特别值得注意的是，恶意退货行为对商家信赖利益的侵害具有累积性和扩散性特征^[4]。单个恶意退货行为可能造成的损害有限，但当此类行为形成规模效应时，就会实质性地改变商家的经营预期，迫使其调整原有的商业决策。例如，商家可能基于对恶意退货风险的预判，提高商品售价或收紧退货条件，这些调整本质上都是对原有信赖关系的修正。从更深层次看，恶意退货行为侵蚀了市场经济赖以运行的诚信基础，破坏了“善意履行合同”这一民法基本原则所保护的信赖关系。在“商品完好”这一表面合规的外衣下，恶意退货行为实质上构成了一种“合法形式掩盖非法目的”的权利滥用，其侵害的不仅是具体商家的经济利益，更是整个商业交易秩序所依赖的信赖保障机制。这种侵害之所以具有特殊性，在于它利用了法律对消费者权益的保护性规定，反过来损害了交易相对方的合理期待，形成了一种制度性的信任危机。

3. “商品完好”前提下消费者恶意退货行为的规制难点

“商品完好”前提下消费者恶意退货行为的规制难点主要体现在两个方面：（一）恶意退货消费者的主观恶性证明困难，其心理状态难以直接认定；（二）恶意退货行为表现的边界模糊，与正常退货行为高度趋同。因此，如何在保障消费者合法权益的同时有效规制此类行为，已成为电商法治建设亟待解决的重要课题。

3.1. 恶意退货消费者的主观恶性难以证明

规制消费者恶意行使无理由退货权利的关键难点在于其主观恶性存在显著的证明困境。

第一，从主观恶性的证明方式来看，主观恶性作为行为人的心理状态具有天然的隐蔽性特征，因此对主观要件的认定必须建立在对行为人内在心理状态的外部推定的基础上，也即通过外部行为表现进行间接推定。然而，“商品完好”这一客观事实恰恰为恶意退货的消费者提供了表面合法的抗辩理由：消费者可以主张其退货行为完全符合《消保法》第二十五条第三款“消费者退货的商品应当完好”的规定，即在不影响商品二次销售的前提下行使法定退货权^[5]。因此，“商品完好”这一客观事实，导致证明消费者在主观上具有滥用权利的恶意变得异常困难。

第二，从法律规范角度分析，主观恶性证明困难还源于现行法律对“恶意”认定标准的模糊性。虽然《暂行办法》第4条对这类恶意退货行为做出规制：消费者行使七日无理由退货权利和网络商品销售者履行七日无理由退货义务都应当遵循公平、诚实信用的原则，遵守商业道德，但是该条款既未明确有

违“诚实信用原则”的退货行为的具体行为表现，也未建立相应的举证责任分配规则，仅原则性地规定了消费者应诚信行使退货权利[6]。这种立法上的模糊性导致司法实践面临两难选择：一方面，为保护消费者合法权益，裁判者不得不采取谨慎保守的态度；另一方面，这种司法克制又在客观上为真正具有主观恶性的行为人创造了制度性规避空间。特别是在数字经济环境下，交易方式的虚拟化进一步加剧了主观状态认定的复杂性。

第三，从价值平衡的角度审视，这一证明困境实质上反映了当前法律对于消费者权益保护与商家信赖利益维护之间的平衡失调。现代消费者保护立法赋予消费者的无理由退货权本身包含着对经营者信赖利益的合理限制。但当这项权利被恶意滥用时，法律又面临着如何在保护商家信赖利益，不损害善意消费者退货权益的前提下有效规制此类恶意退货行为的难题。在数字经济背景下，如何构建科学合理的主观恶性证明标准，平衡消费者权益与电商经营者信赖利益，既尊重消费者合法的退货权利，又要防止其权利滥用行为，成为亟待解决的法律难题。

3.2. 隐蔽化的恶意退货行为识别难度较高

随着恶意退货行为模式的不断演化，当前消费者恶意退货行为已经呈现出高度隐蔽化的特征，其与正常退货行为的边界愈加模糊。例如，行为人会刻意规避那些可能暴露其真实意图的行为特征，通过控制退货频率使其保持在平台预警阈值之下，从而使得恶意退货行为在数据表现上与正常消费行为高度趋同，导致监测系统难以有效区分，以至于其识别更加困难。传统的基于阈值的预警机制难以捕捉经过精心设计的规避行为，即便是采用机器学习等智能算法的新型监测系统，也需要投入大量计算资源才能实现有限度的识别效果。

更复杂的是，即便平台通过大数据分析发现某些具有可疑特征的行为模式，如特定时间段内的集中退货、相似退货理由的重复使用等，但是这些显性的高频退货行为因当前法律制度并未规定滥用无理由退货权利的认定标准而具有双重解释空间：高频退货既可能是滥用行为的表现，也可能是特定消费群体的正常习惯。例如，如时尚博主为内容创作而频繁购买并退回服饰样品的行为确实反映出权利滥用，但同时这也可能是某些特殊消费群体的正常购物模式，如身材特殊的消费者需要通过反复试穿才能找到合适尺码。并且，这种双重解释空间不仅存在于“退货频率”这一单一维度，还广泛体现在退货时间分布、商品品类选择、退货理由表述等多个行为特征维度。例如，集中在特定时间段(如周末)的退货行为，既可能是有计划的恶意退货表现，也可能是上班族利用休息时间处理退换货的正常现象。

由此可见，在电子商务快速发展的背景下，恶意退货行为的规制面临着技术与法律的双重困境。从技术层面来看，随着恶意退货行为的隐蔽化程度不断提高，平台现有的监测系统在行为识别上难以对此进行有效区分[7]。更为棘手的是，即便对于相对显性的高频退货行为，现行法律体系也因其制度设计的局限性而难以有效规制。我国《消保法》虽然确立了无理由退货制度，但并未对权利滥用的认定标准作出具体规定；《暂行办法》虽然原则性规定基于诚实信用原则行使退货权利，但因缺乏可操作的实施细则而同样无法规制此类行为。

4. “商品完好”前提下消费者恶意退货行为的规制路径

“商品完好”前提下的消费者恶意退货行为表面上符合退货条件，实则通过短期使用、批量退货等手段损害经营者合法权益，严重破坏商业诚信环境。为规制此类行为，当前法律亟需明确有违“诚实信用原则”的退货行为的具体行为表现，具体列举损害电商经营者信赖利益的退货情形，并要求作出异常退货行为的消费者就其退货行为的正当性承担说明义务。

4.1. 明确有违“诚实信用原则”的退货行为的具体判断标准

当前我国法律体系对违反“诚实信用原则”的退货行为缺乏具体可操作的判断标准，这一立法空白导致实践中难以有效规制恶意退货行为。例如，《消保法》第二十五条虽然确立了七日无理由退货制度，但未对权利滥用的具体情形作出界定；《暂行办法》第4条仅原则性地规定了消费者应诚信行使退货权利，并未对于有违诚实信用原则的退货行为进行清单式的列举界定[8]。

针对这一立法不足，建议通过修订《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》，采用“具体列举与兜底条款”的立法形式，构建违反诚信原则的退货行为认定标准体系。具体而言，可明确规定具有下列典型情形之一的，应当认定为违反诚信原则的退货行为：（一）购买时即缺乏真实消费意图，以短期使用、展示等为目的的消费行为；（二）对商品进行超出合理查验限度的使用，导致商品价值显著贬损的；（三）系统性利用退货政策套取促销优惠、运费补贴等不当利益的；（四）退货频率显著超出同类消费者平均水平，且无法作出合理解释的；（五）采用调换商品、伪造问题等欺诈性手段实施退货的；（六）其他明显违背诚信原则的退货行为。

建立明确的违反诚信原则的退货行为判断标准具有如下意义：第一，从法律实施角度看，这一制度设计为司法裁判和行政执法提供了统一、可操作的认定标准，有助于提升法律适用的确定性和可预期性；第二，从市场秩序角度看，既为平台企业治理恶意退货行为提供了明确依据，又能有效防范平台滥用管理权损害消费者合法权益；第三，从社会效果看，有助于培育诚信、理性的网络消费文化，实现消费者权益保护与经营者利益维护的有机统一。更重要的是，这一制度创新通过明确行为边界，能够有效降低市场交易成本，优化电子商务发展环境，最终实现经营者、消费者和平台多方共赢的良性发展格局。

4.2. 平衡消费者退货权益与电商经营者信赖利益

当前我国无理由退货法律制度存在消费者权益与经营者利益保护失衡的问题。例如，《消保法》着重强化了对消费者退货权益的保障，但对电商经营者的信赖利益保护明显不足。《暂行办法》虽然规定了消费者行使退货权利应当遵守诚实信用原则，但既未明确违反诚信的具体情形，也未建立相应的责任机制，毫无疑问，这种立法取向导致实践中出现权利滥用现象，使得经营者的信赖利益缺乏有效的制度保障。

基于此，建议修订《暂行办法》，在其中增设“消费者行使退货权不得损害经营者信赖权益”的原则性条款，并具体列举以下损害电商经营者信赖利益的退货情形：（一）利用退货政策实施变相租赁行为，包括但不限于为婚礼、演出等特定活动购买商品使用后退货，或者购买节日装饰品等季节性商品短期使用后退货；（二）短期内高频次退货或跨平台批量退货，如30日内在同一平台或跨平台对同类商品实施5次以上无理由退货，或者利用多个账号分散下单以规避平台监测；（三）牟利性退货行为，即为获取赠品、优惠券、积分等附加利益而实施的虚假购买行为，或者利用运费险规则套取保险赔付等不当得利行为。此外，还应当建立科学的举证责任分配机制，对于符合上述典型情形的异常退货行为，实行举证责任倒置，要求消费者就其退货行为的正当性承担说明义务；同时明确经营者的初步举证责任，包括提供退货频率记录、商品使用痕迹证据、异常行为模式分析等基础性证据[9]。如此，通过实行“举证责任倒置”，要求异常退货的消费者说明正当性，既符合“谁主张谁举证”的基本法理，又能破解经营者举证难的困境。

综上所述，增设原则性条款并列举具体情形，通过将“变相租赁”“高频退货”“牟利性退货”等典型滥用行为明确纳入规制范围，能够为经营者权益保护提供明确的法律依据。既解决了现行规定过于原则化的问题，又为司法裁判和平台治理提供了可操作的认定标准。

4.3. 设立针对于善意消费者退货权益保护的“安全港”条款

为规制恶意退货或滥用无理由退货政策的行为，实践中部分商家采取“设定严苛的商品完好标准、复杂的退货申请流程”等严格的退货限制措施，以遏制恶意退货行为。然而，这无疑将导致真正有合理退货需求的消费者权益受损。对于此，须设立针对于善意消费者退货权益保护的“安全港”条款——也即设定“恶意”的多维度判断标准，以区分诚信消费者与恶意退货者，从而为善意消费者提供应有的退货保障。

具体而言，“恶意退货”的判断可基于如下四个维度进行考虑。第一，在退货频率方面，应采用动态监测与差异化分析相结合的方法，通过设置7日和30日双滚动时间窗口，实时追踪单个用户的退货频次变化趋势，并结合不同商品类别的特性建立差异化的退货率基准线，如服饰类商品可设定18%~25%的合理区间，3C数码类维持5%~8%，而生鲜食品类则控制在1%~3%范围内，以此精准识别超出正常波动范围的异常退货行为。第二，在品类集中度方面，需要构建基于知识图谱的关联分析系统，通过计算商品在功能、价格带、使用场景等方面的相似度，重点监测那些专门针对高退货率品类(如高价服饰、易损电子产品)的持续性购买行为。第三，在社交媒体行为方面，必须在严格遵守《个人信息保护法》等法律法规的前提下，建立用户授权共享机制，运用文本语义分析技术识别“退货攻略”等关键词，通过社群关系图谱检测职业退货团伙特征，并特别关注直播场景下的冲动消费后批量退货行为，借助联邦学习等隐私计算技术实现跨平台信用评估。

基于如上“超出真实消费意图”的恶意退货行为识别标准，商家可据此区分出“善意退货”消费者与“恶意退货”消费者，从而避免采取“一刀切”的方式侵害诚信消费者的无理由退货权益，继而增强消费者对电商平台的信任感，最终实现“诚信受益、恶意受限”的健康市场环境。

5. 结语

不可否认，“七日无理由退货”制度旨在矫正远程交易中消费者的弱者地位，弥补其因远程交易无法直接接触和检验商品而存在的信息劣势，保护消费者知情权、选择权和公平交易权的充分体现具有重要意义^[10]。这个规则背后所隐含的前提是作为消费者必须是诚实守信的。基于此，对于有违诚实信用原则的无理由退货行为而言，这类行为必然不能适用于无理由退货制度。不过，当前针对此类恶意退货行为的法律规制手段亟待完善，笔者认为应明确有违“诚实信用原则”的退货行为的具体行为表现：具体列举损害电商经营者信赖利益的退货情形；要求作出异常退货行为的消费者就其退货行为的正当性承担说明义务。通过如上法律规制手段，以期完善现有的退货机制，促进电子商务市场经济的健康有序发展。

参考文献

- [1] 惠宁宁, 姚瑶. 网络购物风潮中的“七天无理由退货”[J]. 法人, 2024(11): 40-42.
- [2] 王雪纯. 论不适用无理由退货制度的商品[J]. 荆楚法学, 2024(4): 137-147.
- [3] 邵欢. 我国网购消费者撤回权行使中的法律问题研究[D]: [硕士学位论文]. 上海: 上海财经大学, 2023.
- [4] 丁愉翀. 我国消费者撤回权制度研究[D]: [硕士学位论文]. 上海: 上海财经大学, 2023.
- [5] 王耕. 论我国消费者后悔权制度的困境与建议[J]. 市场周刊, 2022, 35(9): 165-168.
- [6] 许书凝. 网购消费者撤回权的制度完善[J]. 南昌师范学院学报, 2022, 43(1): 44-48.
- [7] 甘恬. 消费者撤回权扩张适用的立法思考[J]. 辽东学院学报(社会科学版), 2021, 23(4): 40-47.
- [8] 刘津平. 浅谈恶意消费七天无理由退货的法律规制[J]. 法制博览, 2019(34): 179-180.
- [9] 靳文辉. 消费者撤回权制度的反思与重构——基于法律经济学的分析[J]. 法商研究, 2017, 34(3): 151-159.
- [10] 郭晨. 论我国消费者后悔权制度的法律适用[D]: [硕士学位论文]. 合肥: 安徽大学, 2016.