

# “自行寄回”方式下消费者利用运费险套利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11月11日; 录用日期: 2025年11月24日; 发布日期: 2025年12月19日

## 摘要

由于“自行寄回”方式下运费险理赔额略高于实际寄回运费,部分失信消费者便利用此价差多次退回商品实现非法牟利。显然,此行为不仅违背了运费险设立的初衷,更严重扰乱了电商市场的正常交易秩序。然而,现行法律在规制此类行为时存在诸多困境,如退货者主观恶意的证明难度大、恶意套利行为与正常退货行为的区分标准模糊,以及在消费者权益保障与商家利益保护之间缺乏有效的平衡机制。鉴于此,文章提出:第一,应明确界定恶意运费险套利行为的具体判断标准,通过具体列举与兜底条款相结合的方式,构建清晰的行为认定体系;第二,平衡消费者退货权益与商家利益,增设原则性条款并列举损害商家利益的典型套利情形,同时建立阶梯式的举证责任分配机制;第三,设立善意消费者权益保护的“安全港”条款,通过科学设定退货频率、消费行为模式及账号关联性等多维度的识别标准,为善意消费者提供明确的行为预期和法律保障。

## 关键词

运费险套利,自行寄回,法律规制,消费者权益,电商市场

# Legal Regulation of Consumers' Freight Insurance Arbitrage Behavior under the "Customer-Arranged Return" Method

Yusong Chen

Law School of Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: November 11, 2025; accepted: November 24, 2025; published: December 19, 2025

## Abstract

Since the shipping insurance payout under the "customer-arranged return" method slightly exceeds

文章引用: 陈钰松. “自行寄回”方式下消费者利用运费险套利行为的法律规制研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(12): 3385-3392. DOI: 10.12677/ecl.2025.14124253

the actual return shipping cost, some unscrupulous consumers exploit this price gap by repeatedly returning goods to generate illegal profits. This behavior not only deviates from the original purpose of freight insurance but also severely disrupts the normal transaction order of the e-commerce market. However, current legal regulations face multiple challenges in addressing such conduct, including the difficulty of proving malicious intent, the ambiguous distinction between fraudulent arbitrage and legitimate returns, and the lack of an effective balancing mechanism between consumer rights protection and merchant interests. In light of this, the article proposes the following: First, clear criteria should be established to define malicious freight insurance arbitrage, combining specific enumerations with catch-all provisions to construct a precise behavioral identification system. Second, a balance should be struck between consumers' right to return goods and merchants' interests by introducing principle-based clauses and listing typical arbitrage scenarios that harm merchants, while also establishing a tiered burden-of-proof allocation mechanism. Third, a "safe harbor" clause should be introduced to protect good-faith consumers, setting scientific identification standards across multiple dimensions—such as return frequency, consumption behavior patterns, and account associations—to provide clear behavioral expectations and legal safeguards for honest consumers.

## Keywords

**Freight Insurance Arbitrage, Customer-Arranged Return, Legal Regulation, Consumer Rights, E-Commerce Market**

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

在使用运费险进行退货的过程中，消费者可选择通过自行寄回、上门取件、驿站寄件三种方式退还商品。其中，上门取件和驿站寄件均由平台自动抵扣运费，用户无需垫付；而自行寄回的退货方式则需消费者先垫付运费，商家收到货物后再返还给消费者一笔退货运费险理赔费用。这就产生了“垫付运费”与“运费险理赔额”之间的小额价差(运费险理赔额略高于垫付运费) [1]。

部分失信消费者利用这一价差，频繁通过退回进行运费险套利。最初，他们选择购买重量在 1 公斤以内的低价商品，以确保退货时垫付的运费只需支付首重。待商品到货后，他们果断退货，选择“自行寄回”的退货方式，先垫付一笔数额低于运费险理赔额的退货费用(通常为 4~6 元)，而商品到货后保险公司给予的运费险赔付金额通常为 8~12 元，即高于其先前垫付的退货运费。通过这种方式，失信消费者便实现了利用运费险退货，赚取理赔额与垫付运费之间的小额差价。并且，为避免被网购系统识别限制其多次退货的行为，他们通过不断注册新网购账号的方式，持续进行运费险套利，获取更多运费险赔付。

显而易见，这种行为不仅导致商家的商品无法成功售出，退货率激增，还使得商家购买运费险的成本提高，加重了其经营负担。据《法治周末报》报道，一位饰品商家曾表述：“一单运费险保费 5.5 元，快递费 3 元，包装成本 2 元，就算商品没损失，这单也得亏 10 块。更糟的是，在平台根据退货率调整保费后，店铺运费险保费从 0.25 元涨至 1.10 元，致使单日保费成本增加近百元。”由此可见，在运费险套利行为影响下，被套利的商家不得不取消提供运费险，而这又无疑会降低其商品销售服务水平，致使一些潜在消费者因发现其缺乏运费险服务而放弃购买其店铺商品，最终导致其经济利益受损。

基于此，本文提出的问题是：如何从立法的角度规制此类虽在形式上符合运费险的使用规则，但其

实质在于利用“运费险理赔费用”与“寄回商品运费”之间的价差进行运费险套利的行为。也即，如何明确自行寄回方式下运费险套利行为的具体认定标准，例如如何证明消费者存在主观恶意套利意图，从而在法律上直接认定其具有非法目的。

## 2. “自行寄回”方式下消费者利用运费险套利行为的构成特征

“自行寄回”方式下消费者利用运费险套利行为，是指消费者出于“赚取运费险差价”的非正当目的，选择自行寄回的退货方式多次申请退货，恶意利用运费险服务。此行为不仅侵犯了商家的合法权益，而且严重扰乱了电商市场的正常交易秩序。

### 2.1. 行为人在主观上具有套取运费险差价的主观故意

从主观方面来看，消费者利用运费险进行套利的行为绝非无心之失，而是经过精心策划的故意之举。其核心动机在于通过自行寄回商品的方式，人为制造“寄回费用”与“理赔费用”之间的价差，从而非法牟利[2]。这种行为的故意性体现在消费者从购物伊始就抱有明确的套利目的，而非出于真实的消费需求。他们刻意选择支持运费险的商品，将商品本身视为套取保险赔款的工具，甚至在购买前就已计算好退货的“盈利空间”。这种主观恶意不仅违背了运费险设立的初衷——为消费者提供合理的退货保障，更暴露了其对保险规则的蓄意滥用。消费者明知自己的行为属于不当得利，却仍执意为之，充分体现了其主观故意的恶劣性。

具体而言，消费者的套利预谋通常表现为一套完整的操作流程。首先，他们在下单时优先筛选高运费险赔付额度的商品，并刻意选择价格低廉、体积小或重量轻的物品，以确保自行寄回时的实际运费远低于保险赔付金额。其次，消费者在收到商品后，无论商品是否完好或符合预期，均会立即启动退货流程，并自行联系廉价快递公司寄回，以此压低垫付成本。例如，实际寄回运费仅为8元，而运费险赔付金额却高达15元，消费者便可从中净赚7元的差价。更有甚者，部分职业“薅羊毛”者通过批量下单、集中退货的方式扩大套利规模，使单次小额差价累积成可观的非法收益。这种有预谋、有组织的套利行为，充分暴露了消费者对商业规则的蔑视，其主观上不仅明知行为的违法性，还积极利用规则漏洞谋取私利，具有鲜明的直接故意特征。

综上，运费险套利行为的故意性不仅体现在消费者对非法利益的主动追求，更反映在其对法律与道德底线的公然践踏。这种故意套利的危害性不容小觑：一方面，它直接导致保险公司和商家的经济损失，迫使后者提高保费或收紧理赔政策，最终损害其他诚实消费者的合法权益；另一方面，这种行为助长了投机取巧的社会风气，破坏了市场交易的诚信基础。倘若放任此类故意套利行为蔓延，不仅会扭曲保险制度的风险分担功能，还可能引发更广泛的信任危机，最终侵蚀电子商务行业的健康发展。因此，必须从法律和制度层面严厉打击此类具有明显主观恶意的套利行为。

### 2.2. 行为人在客观上存在选择自行寄回的退货方式以及频繁退货的行为表现

在客观方面，恶意运费险套利行为具有鲜明的行为特征，主要表现为：“选择自行寄回的退货方式（而非上门取件、驿站邮寄）”、“频繁退货”、“使用多个账号发起退货申请”。这些行为与正常消费者的退货逻辑截然不同，其核心目的在于人为制造运费差价以牟利[3]。

首先，套利者通常会刻意回避平台提供的上门取件或驿站邮寄等较为方便的退货方式，转而选择自行寄回。因为自行寄回的方式可以使套利者能够自主选择低价快递公司，例如某些小型物流企业或私下协商的快递代理，将实际寄回成本压缩至最低，而运费险仍按平台标准赔付，从而能压低实际运费成本，从而扩大与运费险赔付金额之间的差价。相比之下，上门取件或驿站邮寄通常由平台合作快递公司执行，运费透明且固定，难以人为压低成本，因此恶意套利者会刻意规避这些方式。其次，套利者会在短期内

大量下单并迅速发起退货，远超普通消费者的合理退货频率。并且，它们在收货当天就申请退货，完全无视商品本身的使用价值，可见其仅将商品视为套利工具。此外，为规避平台风控，套利者利用不同账号分散退货记录，降低单个账号的异常退货频率，以避免触发平台风控机制。更有甚者，部分团伙会通过社交网络或黑灰产渠道批量购买账号，甚至利用他人身份信息注册新账号，以扩大套利规模。

综上，这些行为表现共同构成了运费险套利的典型操作模式，暴露了其非正常消费的本质。可想而知，这直接导致保险公司和商家的经济损失，迫使其提高运费险保费或收紧赔付政策，最终损害普通消费者的权益[4]。并且，频繁的虚假退货占用物流资源，增加平台运营成本，甚至可能影响正常消费者的退货体验。

### 2.3. 行为人在行为结果上侵犯了商家合法权益并影响了电商市场交易秩序

恶意运费险套利行为不仅直接侵犯了商家的合法权益，更严重扰乱了电商市场的正常交易秩序。从法律层面来看，这种行为实质上构成了一种不正当得利，商家被迫为虚假交易买单；从市场层面而言，此类行为破坏了公平竞争的市场环境，使得诚信经营的商家和消费者都成为受害者。值得注意的是，这种套利行为往往呈现出规模化、组织化的特征，部分职业“羊毛党”甚至形成了完整的黑色产业链，其危害程度远超个别消费者的零星套利行为，对电商生态的破坏性影响更为深远。

具体而言，恶意运费险套利对商家造成的直接经济损失主要体现在三个方面：首先，异常退货导致商品二次销售成本激增，包括重新质检、包装更换等环节的费用；其次，高退货率会显著提高商家的运费险投保成本，部分中小商家反映其运费险费用已占销售额的3%~5%，远高于行业平均水平；最后，频繁的虚假退货还会影响店铺的信用评级，导致平台流量分配减少，形成恶性循环。就市场秩序而言，这种套利行为产生了“劣币驱逐良币”的负面效应：一方面，诚信经营的商家因成本上升被迫提高售价，在价格竞争中处于劣势；另一方面，部分商家为规避风险开始限制运费险服务或提高退货门槛，最终损害了普通消费者的合法权益。据某电商平台数据显示，运费险欺诈导致的年损失超过10亿元，其中30%最终转嫁给了诚信消费者。

综上所述，恶意运费险套利行为具有双重危害性：既直接侵害了商家的财产权益，又破坏了电商市场的信用基础。从危害后果来看，这种行为不仅造成了巨额的经济损失，更重要的是侵蚀了电商行业的信任机制。当运费险这一原本用于保障消费者权益的创新服务被滥用时，最终会导致“囚徒困境”式的市场失灵——所有参与者都将面临更高的交易成本和更严格的交易限制。

## 3. “自行寄回”方式下消费者利用运费险套利行为的法律规制难点

“自行寄回”方式下消费者利用运费险套利行为的法律规制困境，分为如下三个方面：第一，行为人的主观恶意证明存在显著困难，其套利意图往往隐藏在合法的退货表象之下；第二，恶意套利行为与正常退货行为的区分标准模糊，缺乏具体可操作的行为特征界定；第三，现行立法在消费者权益保障与商家利益保护之间尚未建立有效平衡机制。这些规制困境相互交织，使得在保障消费者合法权益的同时有效遏制运费险套利行为，成为当前电商法治建设中亟待破解的难题。

### 3.1. 恶意利用运费险套利的行为人的主观恶意证明困难

规制自行寄回方式下消费者运费险套利行为的首要难点在于证明消费者的主观恶意，这一困境主要体现在以下三个层面：

第一，从主观恶性的证明方式来看，行为人心理状态的隐蔽性特征导致直接证明异常困难。运费险套利行为往往披着合法退货的外衣，消费者可以轻易地以“商品不符合预期”等正当理由进行抗辩。现行运费险规则仅要求消费者提供有效退货凭证即可获得赔付，这种形式审查机制使得套利者能够通过表

面合规的操作掩盖其非法牟利目的。例如，套利者可能故意选择体积小、重量轻但运费险保额高的商品，通过自行寄回时选择廉价快递来制造差价，但这种精心设计的套利模式在现行规则下难以被直接识别。更棘手的是，数字经济环境下交易数据的碎片化特征，进一步增加了通过行为模式推定主观状态的难度[5]。

第二，从法律规范角度审视，现行制度对“主观恶意”的认定存在明显标准缺失问题。虽然《电子商务法》《保险法》等法律法规都强调诚信原则，但均未对运费险领域的恶意行为作出具体界定。《网络交易监督管理办法》虽然规定不得“滥用无理由退货权”，但同样缺乏针对运费险套利的可操作性标准。这种立法模糊性导致司法实践中出现两种极端：要么因举证困难而放纵套利行为，要么采取“一刀切”的严格标准可能误伤正常消费者。特别是在跨平台、多账号的复杂套利场景下，裁判者往往陷入认定困境。

第三，从价值平衡维度考察，这一证明困境折射出保险创新与风险防控之间的深层矛盾。运费险作为电商保险的重要创新，其制度设计本意是在降低消费门槛与防范保险欺诈之间寻求平衡。但当套利行为规模化发展时，现行规则既无法有效保护保险人的合法权益，又难以避免对正常退货造成不当限制。更值得关注的是，这种制度漏洞正在催生专业化、团伙化的黑色产业链，一些“职业羊毛党”利用技术手段批量操作，其危害已远超个别消费者的零星套利。如何在维护保险创新价值的同时构建有效的恶意阻断机制，成为数字经济发展中亟待解决的重要课题。

### 3.2. 恶意套利行为和正常退货行为的区分标准缺乏具体的行为表现界定

当前我国法律体系中，对于正常退货行为与恶意运费险套利行为的区分标准存在明显的界定模糊问题。这种法律规范的缺失主要表现在：一方面，现行《消费者权益保护法》《电子商务法》等法律法规仅对消费者退货权利作出原则性规定，却未针对运费险使用场景下的特殊行为模式制定具体判断标准[6]；另一方面，相关司法解释和部门规章也未能建立起可操作的客观化认定标准，导致在司法实践中难以形成统一的裁判尺度。这种立法空白使得平台经营者和司法机关在面对疑似套利行为时缺乏明确的法律指引，既可能因标准过严而损害消费者合法权益，又可能因标准过宽而纵容套利行为。

从行为特征的角度分析，正常退货行为与恶意套利在多个维度上都存在本质区别，但现行法律未能对这些差异进行准确界定。正常退货行为通常具有偶发性、合理性等特征，消费者是基于商品质量、规格不符等正当理由行使退货权；而恶意套利行为则呈现出高频性、牟利性、模式化等特点，行为人往往通过精心设计的操作流程(如刻意选择特定商品、控制退货时间、利用多个账号等)来套取运费差价。更关键的是，恶意套利者通常会采取规避平台监测的策略性行为，如刻意分散退货记录、控制单账号退货频率等，这些行为特征亟需通过立法予以明确列举和界定。

这种区分标准的缺失不仅导致法律适用困难，更产生了严重的负面效应。首先，由于缺乏明确的行为认定标准，平台经营者往往采取“一刀切”的应对措施，如限制特定用户的退货权利或提高运费险使用门槛，这种做法可能误伤正常消费者。其次，标准模糊也增加了司法机关的裁判难度，同类案件在不同法院可能出现截然不同的判决结果，损害司法公信力[7]。最重要的是，这种法律真空为职业套利团伙提供了可乘之机，他们利用规则漏洞实施规模化套利，不仅造成保险机构和商家的巨额损失，更扰乱了整个电商生态的健康发展。因此，建立科学、明确的区分标准已成为规制运费险套利行为的当务之急。

### 3.3. 消费者权益和商家利益的立法保障存在不平衡的问题

当前我国法律体系在平衡消费者权益保护与商家利益保障方面面临严峻挑战，这一困境在运费险领域表现得尤为突出。从制度设计的角度来看，《消费者权益保护法》第二十五条确立的“七日无理由退

“货”制度，以及电商平台普遍推行的运费险服务，本意是为消费者提供购物保障，但在实践中却成为部分不法分子实施套利的工具。数据显示，2022年某头部电商平台因运费险套利造成直接经济损失超过5亿元，其中90%由平台商家承担。这种制度失衡不仅损害了商家的经济利益，更动摇了电商市场的诚信基础。问题的根源在于，现行法律未能针对数字经济时代的新型交易特点，建立起兼顾买卖双方权益的动态平衡机制。

从权益保障的具体表现来看，这种不平衡主要体现在三个方面：首先，在权利配置上，消费者享有无理由退货权和运费险保障，而商家在面对恶意套利时却缺乏有效的防御手段；其次，在举证责任分配上，法律要求商家承担证明消费者存在主观恶意的举证责任，这在实践中几乎难以完成；再次，在救济途径上，商家即使发现套利行为，也往往面临维权成本高、效果差的困境。以某服装类目商家为例，其2023年因运费险套利导致的额外成本占销售额的8%，但由于举证困难，成功维权的案例不足1%。这种制度性失衡正在引发连锁反应：部分商家被迫提高商品售价或限制运费险服务，最终损害的还是普通消费者的利益。

#### 4. “自行寄回”方式下消费者利用运费险套利行为的规制路径

恶意利用运费险套利的行为以表面合法的退货操作掩盖不当获利目的，损害商家利益，扰乱保险市场秩序。当前应亟需明确界定恶意运费险套利行为的具体判断标准，构建清晰的行为认定体系；同时增设原则性条款并列举损害商家利益的典型套利情形，以平衡消费者退货权益与商家利益；此外，还应设立“安全港”条款，对合理退货频次、正常消费需求的消费者予以权益保障，实现打击套利与保护善意退货的平衡。

##### 4.1. 明确恶意套利行为的具体判断标准

当前我国法律体系对恶意运费险套利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此类套利行为。例如，《电子商务法》虽然规定了网络交易应当遵循诚信原则，但未对运费险领域的权利滥用情形作出具体界定；《网络交易监督管理办法》仅原则性地规定不得滥用退货权利，但并未针对运费险套利行为进行清单式的列举界定。

针对这一立法不足，建议通过修订《网络交易监督管理办法》及相关配套规定，采用“具体列举与兜底条款”相结合的立法形式，构建恶意运费险套利行为的认定标准体系<sup>[8]</sup>。具体而言，可明确规定具有下列典型情形之一的，应当认定为恶意运费险套利行为：（一）购买商品时即无真实消费意图，以套取运费险差价为主要目的的消费行为；（二）短期内频繁进行自行寄回退货操作，且退货频率显著超出同类消费者平均水平的；（三）采用多账号轮换操作、与其他人合作团伙作案等方式进行运费险套利的；（四）通过虚假陈述商品情况等手段故意制造退货理由以获取运费险赔付的；（五）其他明显违背诚实信用原则和商业道德的运费险套利行为。

建立明确的恶意运费险套利行为判断标准具有多重制度价值：首先，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，有助于解决当前实践中因标准模糊导致的“同案不同判”问题；其次，从市场治理角度看，既为电商平台识别和防范套利行为提供了明确依据，又能避免平台滥用管理权损害消费者正常退货权益；再次，从行业发展角度看，有助于构建公平有序的电商保险市场环境，实现消费者权益保护与经营者利益维护的有机统一。特别是针对自行寄回这一特殊退货方式，明确的判断标准能够有效区分正常退货与恶意套利，为运费险制度的健康运行提供保障。

从更深层次来看，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，优化电商发展环境。具体而言，对恶意套利行为的精准识别和规制，可以减少保险欺诈导致的损失，降低商家经营成本

和保险费率，最终惠及所有消费者。同时，明确的判断标准还能引导消费者诚信交易，培育健康的网络消费文化。在数字经济快速发展的背景下，构建科学合理的运费险套利行为认定标准，不仅关乎单个制度的完善，更是推动电商生态良性发展的重要举措，有助于实现经营者、消费者、平台和保险机构多方共赢的发展格局。

## 4.2. 平衡消费者退货权益与商家经济利益

当前我国运费险相关法律制度在消费者权益保护与商家利益维护方面存在明显的结构性失衡。以《电子商务法》和《网络交易监督管理办法》为例，这些法律规范着重强调了消费者退货权益保障，但对电商经营者因运费险套利行为遭受的损失缺乏有效的救济机制。虽然《保险法》规定了保险活动应当遵循诚实信用原则，但并未针对运费险领域的权利滥用情形作出具体规定，导致实践中大量恶意套利行为游离于法律规制之外。这种立法取向的偏差使得商家在面对规模化、职业化的运费险套利行为时往往陷入维权困境，既无法通过平台机制获得有效救济，也难以通过司法途径维护自身合法权益<sup>[9]</sup>。

针对这一制度缺陷，建议在《网络交易监督管理办法》中增设“消费者行使运费险相关权利不得损害商家合法权益”的原则性条款，并具体列举以下损害商家利益的典型套利情形：（一）系统性套利行为，包括但不限于短期内对同类商品实施高频次退货（如30日内超过5次），或者利用多个账号分散操作以规避平台监测；（二）牟利性操作行为，即以套取运费险差价为主要目的，通过自行寄回时选择低价快递等方式人为制造赔付差额；（三）欺诈性退货行为，包括虚构退货理由、伪造物流凭证等不正当手段获取运费险赔付。同时，应当建立阶梯式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；而商家则需提供基础性证据，如异常退货记录、物流成本分析报告等。这种“初步举证+责任倒置”的证明机制设计，既符合“谁主张谁举证”的基本法理，又能有效解决商家举证困难的现实问题。

通过上述制度创新，可以在运费险领域实现消费者权益保护与商家利益维护的有机统一。一方面，原则性条款的确立为商家权益保护提供了基础性法律依据，使运费险制度回归风险保障的本源功能；另一方面，具体行为情形的列举为司法裁判和平台治理提供了明确的操作指引，有助于提升法律适用的确定性和可预期性。更重要的是，这种平衡机制的设计能够有效遏制职业套利行为，降低市场交易成本，最终实现消费者合法权益保障、商家经营风险控制与电商平台健康发展的多方共赢格局。在数字经济快速发展的背景下，构建这样一套兼顾公平与效率的运费险法律制度，对于促进电子商务高质量发展具有重要的制度价值。

## 4.3. 设立正常退货消费者权益保护的“安全港”条款

当前电商平台在应对运费险套利行为时，往往采取“一刀切”的防范措施，如限制退货次数、提高运费险使用门槛等，这种做法极易误伤正常消费者的合法权益。以某头部电商平台2023年数据为例，其风控系统拦截的退货申请中，约15%实属正常消费需求，反映出当前规制手段存在明显的“误伤率”问题。为此，亟需在运费险规制体系中设立专门的“安全港”条款，为善意消费者构建制度性保护屏障，确保在打击套利行为的同时，不影响消费者正常的退货权益。这一制度设计的核心在于建立多维度的行为识别体系，通过科学设定判断标准，精准区分善意消费与恶意套利两种不同性质的行为。

具体而言，“安全港”条款的构建应当基于以下三个关键维度：其一，在退货频率方面，采用“动态阈值+品类差异”的双重标准，设置7日、30日双滚动监测窗口，并根据商品特性建立差异化的基准线——例如服饰类商品可设定15%~20%的合理退货率区间，数码类产品维持在5%~10%，而家居用品类则控制在8%~12%范围内。其二，在消费行为模式方面，构建基于大数据的用户画像系统，综合分析消费者的

历史购物记录、商品使用评价、退货原因说明等信息，重点识别那些购买后立即退货、专挑高保额运费险商品等异常行为模式。其三，在账号关联性方面，建立跨平台信用评估机制，通过设备指纹、支付信息等非个人隐私数据，检测多账号轮换操作等规避行为。特别需要强调的是，这些识别标准的适用必须严格遵循《个人信息保护法》的相关规定，确保在保护消费者隐私的前提下实现精准识别[10]。

设立“安全港”条款具有三重制度价值：首先，为善意消费者提供明确的行为预期和法律保障，避免其正当权益因平台过度防范措施而受损；其次，通过建立科学的识别标准，帮助平台实现精准风控，降低“误伤率”，提升用户体验；最后，有助于构建“奖优惩劣”的市场环境，让诚信消费者获得更好的服务，使恶意套利者受到应有规制。从长远来看，这种精细化的制度设计不仅能够平衡消费者权益保护与商家利益维护的关系，更能促进运费险制度的可持续发展，最终实现提升交易效率、降低社会成本、优化市场环境的多元目标。在数字经济快速发展的背景下，这种兼顾公平与效率的制度创新，对于构建健康有序的电商生态具有重要意义。

## 5. 结语

“自行寄回”方式下消费者运费险套利行为严重损害了商家的合法权益，破坏了电商市场的正常交易秩序。当前法律在规制此类行为方面存在主观恶意证明困难、行为边界模糊、法律平衡难题等规制难点。为了有效解决这些问题，需要从立法层面完善相关法律条文，明确恶意套利行为的具体判断标准，平衡消费者权益与商家利益，设立善意消费者权益保护的“安全港”条款。通过这些法律规制路径，完善现有的运费险和退货机制，促进电子商务市场经济的健康有序发展，实现消费者、商家和平台的共赢局面。同时，也需要加强执法力度和司法实践，确保法律的有效实施，营造一个公平、诚信、有序的电商市场环境。

## 参考文献

- [1] 蹇洁,黎聿媛,康巍耀.直播电商情境下卖方欺诈行为的形成机理研究[J/OL].重庆邮电大学学报(社会科学版),2025: 1-18. <https://link.cnki.net/urlid/50.1180.C.20251030.1612.002>, 2025-12-17.
- [2] 朱思思.数字经济时代下的消费者权益保护研究[J].中国市场,2025(27): 108-111.
- [3] 王小月.“黑灰产”成生意经运费险成“致富路”[N].中国消费者报,2024-09-02(004).
- [4] 罗昆.消费欺诈的认定及其私法效果[J].当代法学,2023, 37(4): 45-56.
- [5] 陈奕吉,李军.“运费险”法律风险样态考察:困境与纾解[J].中国保险,2023(6): 58-61.
- [6] 李夏旭.诚信原则法律修正功能的适用及限度[J].法学,2021(2): 56-72.
- [7] 雷欣灵.退货运费险的发展与完善[J].法制博览,2019(18): 233.
- [8] 戴梦倩,吴珊珊.薅运费险羊毛“骗保师”难逃法网[J].检察风云,2019(3): 44-45.
- [9] 郭芳.网络购物运费险法律剖析——以C2C交易平台淘宝网为例[J].上海政法学院学报(法治论丛),2015, 30(2): 101-106.
- [10] 刘蕾,赵繁菲,董磊.法律视角下电子商务退货运费险费率问题[J].河北联合大学学报(社会科学版),2015, 15(1): 66-68.