

电商平台“仅退款”规则的变迁与法律审视

宋如意

扬州大学法学院, 江苏 扬州

收稿日期: 2026年4月22日; 录用日期: 2026年5月8日; 发布日期: 2026年7月13日

摘要

“仅退款”规则自2021年由拼多多率先推出, 规则设计之初兼顾降低消费者维权成本与商家物流成本, 且可通过极致的售后体验帮助平台在存量竞争中取得优势地位, 故至2024年, 该规则一度成为电商行业的售后标配。但由于“规则滥用者”的出现, 规则逐渐异化, 商家利益严重受损, 电商生态陷入“劣币驱逐良币”的恶性循环。电商平台在监管部门的指导下纷纷对“仅退款”规则进行调整完善, 以保障商家的经营自主权。“仅退款”规则作为平台制定的第三方格式条款, 应当符合《中华人民共和国民法典》中有关格式条款的规定。“仅退款”规则异化后, 该规则明显与公平原则不符, 平台亟需完善规则以恢复交易双方的利益平衡; 商家亦可根据《中华人民共和国民法典》相关规定通过主张格式条款无效等法律途径保护自身合法权益。

关键词

仅退款, 利益平衡, 第三方格式条款, 平台规则

The Evolution and Legal Examination of the “Refund-Only” Rule on E-Commerce Platforms

Ruyi Song

Law School, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: April 22, 2026; accepted: May 8, 2026; published: July 13, 2026

Abstract

The “refund-only” rule was first introduced by Pinduoduo in 2021. Initially designed to reduce consumer rights enforcement costs and merchant logistics costs, and to help the platform gain a competitive advantage in the saturated market through an extreme after-sales experience, this rule

had become a standard after-sales practice in the e-commerce industry by 2024. However, due to the emergence of “policy abusers”, the rule gradually became distorted, causing significant harm to merchant interests and leading the e-commerce ecosystem into a vicious cycle of “bad money driving out good.” Under the guidance of regulatory authorities, e-commerce platforms have successively adjusted and refined the “refund-only” rule to protect merchants’ operational autonomy. As a third-party standard term contract clause formulated by the platform, the “refund-only” rule must comply with the provisions concerning standard terms in the Civil Code of the People’s Republic of China. Following its distortion, the rule clearly conflicted with the principle of fairness, necessitating urgent improvements by platforms to restore the balance of interests between transacting parties. Furthermore, merchants can protect their legitimate rights and interests through legal avenues, such as arguing for the invalidity of standard terms, in accordance with the relevant provisions of the Civil Code of the People’s Republic of China.

Keywords

Refund-Only, Balance of Interests, Third-Party Standard Terms, Platform Rules

Copyright © 2026 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. 引言

“仅退款”规则是指消费者在满足一定条件时,可申请只退款,不退货,货款返还消费者,商品仍归消费者所有,同时平台可主动介入、无需商家同意即可直接执行。2021年拼多多首先推出“仅退款”机制,后续多家平台相继引入,成为电商平台的标配规则。“仅退款”规则虽提升了消费者体验,但也引发了一系列争议。2024年7月,网经社利用“三剑出鞘”:启动调查行动、上线商家“仅退款”反向投诉通道、发布“仅退款”调查报告,极大推动电商巨头整改[1]。2025年4月,淘宝、京东、拼多多相继发布征集意见稿,就取消“仅退款”征集意见,三大平台均表示非必要不再主动介入消费者已收到货申请“仅退款”的情形。同年10月底闲鱼平台在舆论压力下承诺对“仅退款”机制进行改进。平台内部调整虽未完全取消仅退款功能,但在保护商家特别是中小型商家经营自主权上具有里程碑意义。2026年2月《网络交易平台规则监督管理办法》¹第二十七条第一款明确规定:“网络交易平台经营者不得利用平台规则,实施下列对平台内经营者的自主经营活动进行不合理限制或者附加不合理条件的行为:(一)强制或者变相强制平台内经营者承担退款不退货等售后责任,损害其合法权益。”这一条款的落地实现了从头部平台B2C(企业对消费者)交易模式,到C2C(消费者对消费者)交易模式,再到监管层面治理的层层推进,标志着“仅退款”时代的落幕。

2. “仅退款”规则的兴起

2.1. 从生鲜“特权”到行业“标配”的演进

2014年,京东就针对自营产品推出“仅退款”服务。2017年,亚马逊推出“退款不退货”政策,适用范围不再局限于自营产品,而扩展到第三方卖家,这一政策主要适用于低价值商品(如低于25美元)或退货成本较高的场景,比如商品损坏或与描述不符时,消费者无需退货即可获得退款[2]。2021年,拼多多正式推出“仅退款”规则,初期主要适用于生鲜、低价商品,后续全面推广至全品类。2023年年底,淘宝、抖音、京东、快手等主流电商平台相继跟进。2024年初,“仅退款”成为电商行业的标配。

¹https://www.samr.gov.cn/zw/zfxxgk/fdzdgknr/fgs/art/2026/art_85b474fc5a08494bb60ca6a280b98d7d.html

2.2. 规则设计的经济逻辑

2021 年, 生鲜电商崛起, 果蔬、水产等商品易腐烂、易损耗的特性, 商品一旦出现质量瑕疵, 物流费用可能高于商品自身价值暂且不谈, 退货后的生鲜商品也已丧失二次销售的可能。这种“成本与价值倒挂”的现象同样存在于众多小件、低价商品交易中。在此背景下, “仅退款”规则应运而生: 它既可以降低消费者的维权成本, 也为商家节省了不必要的物流开支, 是降低社会总成本的最优解。然而, 随着电商行业进入存量竞争阶段, “用户留存”成为平台的核心 KPI, 为了增强用户粘性, 优化售后服务体验成为主流平台争夺用户的核心筹码, 起初局限于生鲜商品的“仅退款”机制则被平台简单地推广至全品类商品[3]。“仅退款”规则的设计初衷, 旨在实现消费者、商家、平台的三方共赢。该规则为消费者提供方便快捷的售后维权途径, 增强其消费信心和平台粘性; 同时, 该机制在一定程度上倒逼商家注重商品品质, 促使商家从价格战转向品质战; 在用户粘性和商家品质共同提升的双重作用下, 平台得以在存量竞争中获得比较优势, 而平台整体形象的优化又将吸引更多客源, 从而形成一个三方共赢的正向效应循环。

3. “仅退款”规则的异化

在推行初期, “仅退款”确实对不良商家起到了震慑作用, 优化了商品供给。然而随着时间推移, “一刀切”的弊端逐渐显现[4], 在上述循环中处于首端的消费者群体率先脱离理想状态, 衍生出“规则滥用者”, 进而导致整个循环体系的崩溃。

3.1. “薅羊毛”产业链的形成

当消费端接触并掌握了“仅退款”规则之后, 部分消费群体就不断在该规则的灰色地带反复作业。起初, 消费者本着尝试的心态, 针对商品质量瑕疵等情形申请仅退款, 后发现直接申请仅退款多数情况下平台将直接介入, 无需征得商家同意。这种售后模式最终催生了职业“规则滥用者”, 他们仅因轻微瑕疵, 甚至故意制造瑕疵申请仅退款, 借此实现“零元购”。

2025 年 12 月爆出的山东烟台刘女士事件[5]就是薅羊毛的典型案件。刘女士专门注册两个不同的账号, 在同一家店铺下单商品, 一个账号用于购买便宜内搭, 另一个账号则用于购买昂贵的大衣, 依靠买 A 退 B 和仅退款在半年时间内仅退款 225 个快递, 白嫖的商品价值近 9 万元。根据《中华人民共和国民法典》²第五百五十八条的规定: “债权债务终止后, 当事人应当遵循诚信等原则, 根据交易习惯履行通知、协助、保密、旧物回收等义务。”消费者主张解除合同后, 应当遵循诚信原则, 恢复合同履行前的状态。本案中, 刘女士不仅要承担相应的民事责任, 涉案金额高达 9 万元, 已经涉嫌诈骗罪。

3.2. AI 发展助力“规则滥用者”升级

近年来, 生成式人工智能的迅速发展为“规则滥用者”提供了新的技术工具, 使其解锁了新的薅羊毛手段。2025 年 12 月“AI 造假, 白嫖 195 元大闸蟹的萱男士”事件[6]在网络上引发公众关注。萱男士在高女士处网购了 8 只螃蟹, 称死了 6 只, 并提供图片和视频予以证明, 商家便退了款。但高女士很快发现萱男士提供的死蟹图片和视频疑似 AI 合成。警方介入后, 对这位涉嫌合成“螃蟹 AI 造假”视频的顾客立案调查。根据相关法规, 给予萱男士行政拘留八日的行政处罚, 追缴违法所得人民币 195 元。实施 AI 造假行为违反了《中华人民共和国民法典》中的诚实信用原则, 属于民事欺诈, 受欺诈方可向仲裁机构或法院申请撤销退款行为。行为人骗取的金额达到一定的标准, 可能触犯《中华人民共和国刑法》³中的诈骗罪; 金

²https://www.moj.gov.cn/pub/sfbgw/zwgkztzl/2025nianzhuanti/2025mfdxcy/2025mfdxcy_mfdql/202505/t20250507_518708.html

³<https://flk.npc.gov.cn/detail?id=ff808181796a636a0179822a19640c92&title=%E4%B8%AD%E5%8D%8E%E4%BA%BA%E6%B0%91%E5%85%B1%E5%92%8C%E5%9B%BD%E5%88%91%E6%B3%95>

额未达到刑事立案标准，则可能因触犯《中华人民共和国治安管理处罚法》⁴受到行政拘留和罚款。

3.3. “劣币驱逐良币”的恶性循环

自“仅退款”规则成为电商平台标配以来，社交平台上流传着各种版本的买家“薅羊毛”教程和商家维权起诉教程，买卖双方矛盾不断激化，相关纠纷诉讼不断^[7]。“仅退款”规则逐渐成为了电商行业内卷和恶性竞争的温床：一些商家选择和“规则滥用者”硬刚，通过法律途径维护自己的合法权益；一些商家则选择通过降低商品质量或提高商品价格等方式来弥补“仅退款”带来的损失^[8]，最终这些损失又由不特定消费者以及一些诚信商家共同承担，从而形成了“规则滥用者获利、商家利益受损、良心商家和诚信消费者分摊损失”的“劣币驱逐良币”的恶性循环。这种循环会打击商家经营信心，引发商品质量降级、消费者整体网购体验下滑等一系列连锁反应，背离了“仅退款”规则设计初衷。

4. “仅退款”规则的落幕

4.1. 监管介入与平台调整

“仅退款”机制对电商生态平衡的冲击，尤其是对中小商家正当权益的侵蚀，近年来引起监管部门的注意^[9]。2024年11月，市场监管总局约谈6家电商平台，指出平台利用“仅退款”规则挤压商家生存空间、助长低质低价竞争风气等问题，并从保障商家经营自主权角度对其提出具体整改要求。2025年国家市场监督管理总局局长罗文表示：“针对平台滥用‘仅退款’规则，造成商户货款两空的突出问题，我们将督促平台明确规则的适用范围和具体情形，保障商户正当权益^[10]。”2025年4月后，主流电商平台根据市场监督管理局的指示纷纷对仅退款规则进行调整。淘宝明确表示平台将不主动介入消费者在已收到货后的不退货退款售后申请，由卖家先行与消费者协商处理。与此同时，淘宝还于同期上线新版店铺评价体系“真实体验分”，鼓励商家提升服务质量。抖音将售后服务相关规则中的“仅退款”表述统一更换为“退款”，并表示非必要不介入已收货后的不退货全额退款申请。拼多多发布的《售后服务规则》⁵更新意见征集稿也提到平台将进一步支持商家与消费者通过自主协商方式解决相关售后问题，非必要不主动介入消费者在已收到货后的不退货全额退款售后申请。2026年2月《网络交易平台规则监督管理办法》的出台标志着“仅退款”规则正式落幕。

董毅智认为，调整“仅退款”规则后，商家可以将更多资源投入到产品品质和服务升级中，而非无底线的降价竞争，从根本上改变了行业的竞争格局，长远来看有利于更广大的消费者^[3]。电子商务师赵磊也指出，“仅退款”规则的调整，顺应市场发展需求，对于电商行业的健康发展具有重要意义，它有助于重塑公平交易的新生态，平衡消费者与商家的权益，避免因规则的不合理导致市场的不公平竞争和诚信缺失^[11]。

4.2. 消费者态度分化

主流电商平台对“仅退款”规则做出优化调整后，消费者态度呈现明显的两极分化。

多数消费者是支持的，因为他们认识到“仅退款”规则异化后，“规则滥用者”不当得利，商家的损失最终还会转嫁到大多数诚信消费者身上；反对的消费者提出有的商家拖延不处理、有的店铺客服为机器人难以沟通等售后问题，没有“仅退款”规则其合法权益将无法得到及时、有效的保障。此外，也有学者认为“仅退款”规则不是对消费者的过度保护，而是一种适应网购自身特点的消费规则而已。网购时消费者无法像线下购物那样可以进行试穿、试用等消费前体验，这意味着网购消费者需要更多的权利保

⁴http://www.npc.gov.cn/npc/c2/c30834/202506/t20250627_446254.html

⁵<https://mms.pinduoduo.com/other/rule?listId=2&id=15>

障[12]。《中华人民共和国消费者权益保护法》⁶第八条明确规定“消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利”。实践中,不乏有些商家虚假宣传、提供货不对版的商品,并在售后服务中采取“冷处理”策略。一旦过了7天无理由退货的期限,消费者的证明责任则会加重。对于低价商品,部分消费者会因售后流程繁琐而放弃退货请求,最终选择留下商品,商家正是利用消费者的这一心理企图不当得利。综上,消费者认为调整“仅退款”规则后其合法权益无法得到及时、有效保障的顾虑并非没有依据。

“仅退款”规则调整后,如何构建更高效、公正的消费者权益保护机制成为了新的课题。我国电商以“平台+网店”为主要模式,通过平台内嵌型在线纠纷解决机制(Online Dispute Resolution, ODR),解决平台内部消费纠纷,既符合网络消费者的选择倾向、满足调解机制的氛围需求与制度供给,又能充分体现信息技术的优势[13]。消费者可以优先选择各大平台内嵌型ODR解决消费纠纷,如果消费者对处理结果不满意,即可转向国家市场监督管理总局在全国12315平台建立的官方ODR,如消费者对ODR企业的处理结果仍不满意,可进一步向属地市场监管部门提交投诉,由行政部门介入处理。ODR机制通过线上直通、限时响应、人工介入等方式,可有效破解消费者提出的商家“冷处理”困境。同时,ODR要与司法救济程序相衔接,对于小额诉讼,可以通过线上诉讼解决纠纷,以求降低当事人的维权经济成本和时间成本。

5. “仅退款”规则的法学审视

5.1. 平台规则的正当性基础

电商平台作为数字时代的新兴主体,除具备一般市场主体身份外,还具有平台内活动的组织者与治理者身份,这为平台带来了不同于公权力的独特“私权力”。这一方面是因为平台具有技术、组织上的垄断优势;另一方面,是因为实践中不仅用户对平台处罚行为已经习以为常,平台处罚权也被相应的裁判文书所默许,平台处罚权得以确立后,平台相对商家和用户具有不平等的支配地位事实日渐凸显。《中华人民共和国电子商务法》⁷第三十二条明确规定:“电子商务平台经营者应当遵循公开、公平、公正的原则,制定平台服务协议和交易规则”,该条款为平台制定平台规则提供了明确的法律依据,使其制定规则的行为具有了正当性基础。我国平台生态日益形成一种双重秩序:以法律规范规制为主导的“法律秩序”和以平台企业的自治规范调整为主导的“平台秩序”[14],“仅退款”规则的兴衰正是双重秩序互动的结果。随着“法律秩序”不断趋严,平台治理需厘清“私权力”的行使边界。

5.2. 平台规则的效力分析

“仅退款”规则是平台为了重复使用而预先拟定且未与对方协商的条款,而且存在于商家与用户所订立的合同之外,所以可以将该条款称为第三方格式条款[15]。而第三方格式条款本质上又是一种平台规则,在对平台规则进行效力分析之前应当明确平台规则的属性,进而确定评判的法律标准。有学者认为平台规则已经超越了传统合同法中所规定的合同类型,更多体现为组织上和程序上的管理性规定,需要引入公法观念对网络平台规则开展司法审查[16]。但公权力说并没有现行法基础,其实质是认定了私人可以行使公权力,在没有国家授权或者立法的概括授权的情况下,作为私主体的平台是没有公权力的,且通过私法调整平台规则,尤其是第三方格式条款规则,可以很好地解决问题,没有必要引入尚存争议的公法观念对平台规则进行审查。

《中华人民共和国民法典》第四百九十六条第二款规定:“采用格式条款订立合同的,提供格式条

⁶https://www.samr.gov.cn/zfcj/tzgg/art/2023/art_615af9ed6bcd4974bf853dd2e02bc663.html

⁷http://www.npc.gov.cn/zgrdw/npc/lftz/rlyw/2018-08/31/content_2060827.htm

款的一方应当遵循公平原则确定当事人之间的权利和义务”；《中华人民共和国电子商务法》第三十二条也规定：“电子商务平台经营者应当遵循公开、公平、公正的原则，制定平台服务协议和交易规则”。

“仅退款”规则设立之初，兼顾保护消费者权益与减少商家回收缺陷产品物流成本的双重需要，应视为满足了公平原则的限制要求，具有理论上的合法性^[17]。但“仅退款”规则异化之后，形成了对消费者过度保护、无视商家利益损失的失衡新局面。据此，迫切需要平台对相关规则进行完善，使消费者与商家之间的天平再次回归平衡。商家亦可通过法律途径维护自身的合法权益，根据《中华人民共和国电子商务法民法典》第五百六十六条的规定，商家与用户解除合同后，商家可以请求恢复原状，即可以请求用户返还货物；若平台主动介入并草率同意仅退款申请，则该行为可能构成对商家主要权利的不合理限制，商家即可根据《中华人民共和国电子商务法民法典》第四百九十七条主张“仅退款”规则作为格式条款无效。

6. 结语

“仅退款”规则从生鲜电商的探索发展为电商行业的标配，到后来各大电商平台在市场监管部门的指导下对其作出调整完善，再到后来《网络交易平台规则监督管理办法》出台标志着“仅退款”规则的正式落幕。“仅退款”规则的落幕，不是对消费者保护的降级，而是对交易公平的兼顾。平台经济是一个由多方主体共同组成的生态环境，“一刀切”式地适用“仅退款”规则只会导致消费者保护与商家权益保障之间的“零和博弈”。“仅退款”规则的兴衰，为平台治理提供了新的思路。其一，规则设计应当具体问题具体分析，避免“一刀切”式的简单逻辑。平台应利用其技术上的垄断优势，综合考虑商品类型、价格区间等因素，完善“仅退款”等平台规则的具体适用情形。其二，平台应兼顾商家和消费者两者的合法权益，既要规范商家的经营行为，亦要防范消费者恶意滥用平台规则的行为，构建双向信用体系。其三，平台的“私权力”虽具有正当性基础，但必须在法律框架内行使。当平台主动介入交易纠纷时，应当秉持谦抑原则，在追求效率的同时应兼顾公平，尊重商家的经营自主权。流量竞争的时代正在远去，以品质为核心的价值竞争才是平台行稳致远的关键。取消无序的“仅退款”有助于电商行业从低价竞争回归良性竞争，保障商家的经营公平，释放消费活力，促进平台健康发展^[18]。

参考文献

- [1] 2025 电商“仅退款”大事记：市场监管总局出手 淘宝 京东 拼多多将取消[EB/OL]. <https://zhuanlan.zhihu.com/p/1984639287791199757>, 2026-04-03.
- [2] 吕静.“仅退款”规则生变：三方博弈的新平衡[N]. 法治周末, 2025-05-08(005).
- [3] 任建新. 围剿“仅退款”，电商告别草莽时代[N]. 深圳商报, 2026-02-06(004).
- [4] 王小月. 电商平台集体调整“仅退款”规则[N]. 中国消费者报, 2025-05-09(004).
- [5] 网辰元. 女子半年“仅退款”225 个快递，涉事卖家再发声：又发现 331 个快递退单，均是同一顾客；累计共 500 余单，最早始于去年 9 月[EB/OL]. https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_32172935, 2025-12-13.
- [6] 汪昌莲.“AI 造假被行拘”敲响技术伦理警钟[N]. 梅州日报, 2025-12-05(005).
- [7] 刘京京, 刘亮. 恶意“零元购”出现，如何防止仅退款被玩坏？[N]. 工人日报, 2024-07-29(004).
- [8] 王治山.“仅退款”时代落幕，电商新局开启[J]. 商业观察, 2026, 12(5): 1-4.
- [9] 文丽娟. 一场持续多年的“售后革命”迎来转折[N]. 法治日报, 2025-04-28(008).
- [10] 聂国春, 王小月. 市场监管总局将规范平台仅退款、全网最低价等规则[N]. 中国消费者报, 2025-03-06(002).
- [11] 陶颖. 电商平台“仅退款”规则调整 平台非必要不介入买卖双方先协商[N]. 三秦都市报, 2025-04-27(A5).
- [12] 张小科. 网购“仅退款”规则下的消费纠纷及治理对策[J]. 法制博览, 2024(24): 112-114.
- [13] 杨达, 陈悦. 网络消费纠纷在平台内嵌型 ODR 下的困境与出路[J]. 中国市场监管研究, 2021(5): 21-24.
- [14] 周辉. 双重秩序视角下的网络平台监管及其制度完善[J]. 法律科学(西北政法大学学报), 2024, 42(6): 49-62.
- [15] 王洪亮. 论平台第三方格式条款的效力[J]. 法律适用, 2026(3): 87-104.

-
- [16] 刘浩然. 论网络平台规则效力的司法审查[J]. 行政法学研究, 2023(3): 141-152.
- [17] 梁栋. 电商平台“仅退款”条款的法律规制分析[J]. 中国品牌与防伪, 2025(5): 12-14.
- [18] 罗克研. 电商平台“反内卷”“仅退款”成历史[J]. 中国质量万里行, 2025(4): 66.