



c ó n g

巴风 寶韵 水墨达州



达州市文化体育和旅游局宣

达州晚报

消

潮流风向标

费



11

星期五
2024年12月27日

13508257150

□主编:洪 叶
□编辑:杨蕙菱
□美编:刘侯彬了解更多达州本土资讯,请扫描
二维码,关注达州融媒APP。

达州融媒

电商平台许多商家取消运费险

卖家吃不消 买家不适应

双十二大促刚过,就有消费者发现,许多线上商家取消了运费险。对消费者而言,网上购物时摸不着实物、看不到效果,没有运费险意味着试错成本变高了,甚至会降低购物的欲望。但有人利用运费险“薅羊毛”、商品退换率过高等问题,确实让商家叫苦不迭。

现象 没了运费险买家不适应

运费险是电商平台为了消除消费者的后顾之忧,与保险公司共同推出的产品,初衷是为了解决网购退换货时的运费问题。资料显示,“退货运费险”诞生于2010年,由淘宝首创,是电商售后的保障。商家购买运费险后,尽管增加了部分经营成本,但能让商品更具竞争力,可以让消费者“无忧”下单,有效提升了购买率。随着电商平台对服务和用户体验的重视程度逐渐提高,运费险成为很多电商的必备优惠手段。

然而,随着退换货数量的日益增多,“免费退货”这一机制还被不法分子钻了空子,“有人用运费险8个月骗取100多万”“男子开网店自卖自买薅运费险”等新闻频频曝光。再加上经营成本逐年上涨,运费险成了不少中小型电商的“痛点”,于是不少商家选择主动关闭了运费险。

记者在黑猫投诉平台搜索发现,近期消费者关于“运费险被强制关闭”的投诉越来越多。不少消费者表示,运费险已经是自己网购的“标配”,突然没有了很不适应。“这次双十一我买的厚外套不合适,退货时才发现运费需要自己出,因为衣服超重,运费花三十多元。”买家张女士深有感触地说,有运费险确实能让购物多一份保障。

买家胡女士认为,网上购物有运费险非常必要,而且是她决定是否购买商品的关键因素之一。“如果购买衣服鞋子,我只会挑有运费险的商品购买。现在网上购物同类产品有很多,甚至用的都是同一张图片,根本看不出好坏。万一不合适需要退换货时,运费险可以让购物没有后顾之忧。”胡女士说,网购中货不对板、色差大、尺码不准的情况特别多,要是没有运费险,退换货的成本非常影响购物体验。

探因 买家退货多卖家吃不消

为什么一些商家宁愿“得罪”消费者,也要关闭运费险呢?不少商户表示,因为运费险所带来的“无忧退货”,导致其所承担的运费、包装费、运费险投保费用正逐年上升。

“退单太多了,运费和保费都在不断提高。理赔率越高,我们店铺要承担的保费就越高。”经营女装服饰的淘宝店主陈女士说,她在今年双十一之后不得已关闭了“运费险”。关闭后售后纠纷少了,退款率下降了,“关了还真是省事儿。”

“运费险成本比运费还高,退货率高的话,根本没什么利润了。”一名女装网店店主表示,她曾因为参加平台活动开通过运费险,后来又关闭了,因

为平台对买家的“无底线纵容”让她不堪其扰。比如,有的买家收到商品后,过了十几天才来申请无理由退货,被店铺拒绝后,不知买家与平台客服是怎么沟通的,买家随后把退货理由改为质量问题,平台立刻通过了退货申请,运费还要由商家支付,让她觉得有苦难言,更不敢开通运费险了。“我关闭运费险,除了成本高,还有一方面是希望买家慎重考虑之后再下单,避免发生类似无理的退货情况。我们店铺小,备货能力有限,更希望能把衣服卖给真正需要的人,而不是随便试试的人。”

“女装类商品本身退货率就高,平均退货率在30%左右。开了运费险后,退货率一下子涨到了50%,个别款式的退货率甚至超过了订单的三分之二。”一名潮流服饰电商店主透露,今年双十一时,平台为鼓励商家参与活动,为店铺赠送了1111单免费的运费险,她接受之后却发现退货率猛涨。“后来双十二,又说赠送运费险,我就没开通,亏钱亏怕了。”

不少商家认为,消费者因退换货造成的支出不应仅由卖家来承担。“这就好比在没有网购的年代,你在实体店买完衣服,回家发现不合适来退换,难道要商家承担路费吗?”电商陈女士说。

解题 买卖双方要找到平衡点

据了解,运费险其实是一种运费保险,分为买家和卖家两个类别,根据送货距离、商品重量计算,运费险一般在10元至25元之间,交易成功后运费险将自动失效。

几乎所有受访的买家都认为,运费险应该由商家出。但李女士作为消费者,也说出了自己的担忧:“虽然我认为商家应该出钱购买运费险,但是很可能‘羊毛出在羊身上’,运费险的成本最终还是被算在了商品的成本里,表面上是商家承担,实际上是所有买家一起承担的。”李女士觉得,运费险是必要的,但应该在商家、平台和消费者之间找到更平衡的方式。“保险在我看来就是以小钱购买更大的保障,这才是运费险的意义。曾经有一段时间,在某购物平台下单时,可以在页面花三四元钱额外购买运费险,如果发生退换可以免首重。现在我觉得那种方式也挺好,运费险公开透明,自己可以按需选择。”

近年来,电商平台也在想办法解决网购退换货的消费痛点。今年9月,淘宝宣布面向所有淘宝天猫商家正式上线退货宝服务。淘宝测算的数据显示,“退货宝”预计全年为商家降低20亿元的退换货运费成本。对比商家当前的退换货运费,订购退货宝将降低商家10%—30%的退换货费用。

今年,王女士在淘宝平台花88元开

通了88VIP会员,“每单最高抵扣25元”“平台补贴无限次”“上门取件可用”的退货包运费服务,让王女士网购不再有顾虑。今年双十一,王女士在一家店铺买了三条尺寸不同、颜色不同的裤子,最终只留下了心仪的一件。“不仅没有后顾之忧,还可以通过网购尝试更多,我很满意。”开通至今,王女士已享受了10次补贴,共计86.1元。

今年双十一大促期间,京东也全面升级了商家运费险政策,升级后的“免费上门退换”服务,全面降低了运费险价格,这一政策被视为京东在用户体验和商家利益间的精准平衡。此外,传统运费险仅覆盖首重,对于重量较大或包含多件商品的订单,消费者需承担高额退货费用。为解决这一痛点,京东推出了“一单多赔”和“续重理赔”的政策,既优化了消费者的购物体验,也有效缓解了商家在售后中的负担。

消费者应理性购物

北京市常鸿律师事务所的彭艳军律师认为,运费险的初衷在于通过保险产品,降低消费者的退货门槛,从而达到提升订单的目的。然而,面对一些非理性的、退换货频率较高的消费者,商家不仅很难达到提升订单的目的,反而增加了保费的成本。如果恶意的退货行为不需要付出任何代价,实际上助长了恶意退货的行为,比如前不久发生的“演出服集体退货”事件等。因此商家对运费险产生了排斥,这种变化某种程度上反映了商家对消费者的不信任。这一现象也反映了平台监管不力,平台应该对多次退货的异常账户加大监管力度,如发现恶意退货等行为,要有一定的制约和惩罚机制。

近年来,“男子开网店自卖自买薅运费险”等新闻层出不穷。彭艳军分析,骗取运费险的行为可能涉及到盗窃罪、诈骗罪和保险诈骗罪等多种罪名。无论哪种罪名,都应受到法律的严惩。彭艳军建议电商平台和保险公司要全面梳理排查现有运费险政策,并填补可能的漏洞,特别是提高识别虚假交易的能力和手段。

退货运费险是电商售后的保障,原本是为了让商家和消费者取得共赢,如今却成了争议的焦点。彭律师认为,平台可以通过优化规则、加强监管等方式,引入大数据分析技术,实现智能风控,对恶意购物和退货行为进行实时监测和预警;商家则要提高警惕、加强防范,可以定期对退货数据进行分析 and 评估,特别是对异常退货行为要及时报告平台和保险公司;而消费者应该做到理性购物,减少随意退货的行为,以此减少商家的负担。只有这样,运费险才能健康地存在下去。

□北京日报记者 张雪 实习记者 侯国棟