



相关国家标准5月1日起实施

线下购物“无理由退货”怎样操作

推荐性国家标准《售后服务 无理由退货服务规范》5月1日起正式实施,对无理由退货的退货条件、退货流程、服务监督与评价等给出了建议。记者就消费者关心的问题采访了市场监管总局相关司局负责人。

线下无理由退货为何难?

问:为什么线下(现场)销售的商品无理由退货和线上销售相比更难实现?

答:线下销售的商品无理由退货难主要因为网购商品无理由退货是强制性要求,线下销售的商品无理由退货则是“经营者自愿承诺”。

消费者权益保护法第二十五条规定,经营者采用网络、电视、电话、邮购等方式销售商品,消费者有权自收到商品之日起七日内退货,且无需说明理由。因此,网购商品七日无理由退货是经营者的法律义务,也是消费者的合法权利。同时,市场监管总局出台了配套规章《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》,网购无理由退货商品完好标准、运费承担、退货程序等均有明确规定,因此网购商品七日无理由退货容易,实践中执行较好。

线下销售的商品无理由退货则实行“经营者自愿承诺”原则。这主要是因为,线上交易中,消费者“所见”不一定是“所得”,“无理由退货”符合非现场交易的规律和特征。线下交易中,消费者能够现场体验、现场验收商品,购买商品后无理由退货将不合理增加经营者成本。因此,消费者权益保护法第二十四条明确,经营者提供的商品或者服务不符合质量要求的,消费者可以依照国家规定、当事人约定退货,即线下销售的商品有质量问题,经营者方承担退货义务,是“有理由”退货。

线下无理由退货应注意什么?

问:线下无理由退货应该如何操作?

答:对于线下无理由退货,《优化消费环境三年行动方案(2025—2027年)》中提出“鼓励实体店承诺无理由退货”。鉴于线下无理由退货是实体店销售经营者“自愿承诺”行为,标准在借鉴河北、江苏、安徽、山东、四川、重庆等地实践经验的基础上,兼顾保障消费者合法权益和不增加经营者负担,对相关要求给出细化建议。

关于线下无理由退货的商品范围,要求经营者应根据自身经营条件和经营商品属性明确适用于无理由退货的商品范围,按照承诺的可无理由退货商品范围为消费者办理退货。对于承诺开展无理由退货服务的经营者,标准要求经营者应在营业场所醒目位置以标注、张贴、悬挂、摆放、电子屏等形式对承诺无理由退货的商品范围、无理由退货承诺内容进行展示,并在销售过程中主动告知消费者。鼓励具备条件的线下经营者将适用无理由退货的商品和其他商品进行合理隔离摆放,方便消费者辨识。

关于退货有效期限,基于自愿承诺原则,标准提出,线下无理由退货有效期限按经营者承诺的时间或由经营者与消费者双方共同协商约定,有效期限自经营者向消费者交付商品之日起计算。

关于退货方式,标准提出,选择无理由退货的消费者可凭购物凭证,

携带商品及配件、赠品、保修卡、说明书及外包装等,前往经营者门店或通过双方约定的退货方式,向经营者提出退货申请。

关于退货流程,标准提出,经营者在收到退货申请后,应根据承诺或双方约定,确认是否符合无理由退货条件。对于符合条件的,应受理退货,告知退货形式、时限等信息,并按无理由退货承诺或双方约定办理退货退款;对于不符合条件的,不予受理退货,并向消费者告知不予受理原因。

线上线下的监管有何不同?

问:对于无理由退货服务,线上线下的监管有何不同?

答:从监管来看,经营者拒不履行网购商品七日无理由退货义务的,

依据消费者权益保护法实施条例,由市场监督管理部门或者其他有关行政部门责令改正,并可给予警告、没收违法所得、罚款等行政处罚。

经营者拒不履行线下销售的商品无理由退货承诺的,则承担民事责任违约责任。市场监管等部门可以对其进行行政指导,督促其履行无理由退货承诺,但不能依据消费者权益保护法及其实施条例进行行政处罚。

《售后服务 无理由退货服务规范》作为推荐性国家标准,明确现场销售经营者应按承诺内容或双方约定向消费者提供无理由退货服务,“无理由退货”不再是线上专属,有助于进一步优化消费环境,让消费者放心、安心消费。

(人民网)

“无理由”并非“无条件”

在实体店购物,买回来的商品不够称心,可以退货吗?

不久前,笔者在北京一家“线下无理由退货示范店”体验了一次无忧退货——只要小票齐全,吊牌没拆,不影响二次销售,收银台的退货流程与购入时间等“丝滑”。

随着推荐性国家标准《售后服务 无理由退货服务规范》正式实施,“无理由退货”将成为更多实体店的服务“招牌”。

解决“退货难”,不是小事,它关乎消费者“后悔权”的保障。鼓励实体店“无理由退货”,是提升消费体验、激发市场活力的重要举措。不过,“无理由”并非“无条件”,一场消费行为中,商家拿出诚意,消费者也须有诚信。通过完善信用制度、健全

申诉渠道、优化退货细则等,能够防止少数消费者“钻空子”“薅羊毛”,保护商家的合法权益。

而线上交易中,消费者“所见”不一定是“所得”,这也是为何网购商品“无理由退货”是强制要求。近日,多个电商平台宣布对“仅退款”规则进行调整,保障商家公平经营,防止出现商家钱货两空的情况。

线下鼓励“无理由退货”,线上优化退款规则,制度和规则适时调整,是有关部门和企业平台在消费者权益与商家间的精细平衡,为的是营造更加公平的市场环境、更为舒心的消费体验。这样,商家做生意才顾虑,消费者购物有保障,线上线下都将持续释放消费潜力。

(人民网)



5月7日,湖北省宜昌市秭归县实验小学学生在美术课堂上展示自己创作的笑脸卡通美术作品。5月8日迎来“世界微笑日”。微笑是无声的问候,微笑是人类最美丽的语言。王辉富 摄

中国人民银行将推出10项政策 加大宏观调控强度

中国人民银行行长潘功胜5月7日在国新办新闻发布会上表示,中国人民银行将加大宏观调控强度,推出10项政策,进一步实施好适度宽松的货币政策,推动经济高质量发展。

潘功胜介绍,一揽子货币政策措施包括以下10项:

- 第一,降低存款准备金率0.5个百分点,预计将向市场提供长期流动性约1万亿元。
- 第二,完善存款准备金制度,阶段性将汽车金融公司、金融租赁公司的存款准备金率,从目前的5%调降至0%。
- 第三,下调政策利率0.1个百分点,即公开市场7天期逆回购操作利率从目前的1.5%调降至1.4%,预计将带动贷款市场报价利率(LPR)同步下行约0.1个百分点。
- 第四,下调结构性货币政策工具利率0.25个百分点,包括:各类专项结构性工具利率、支农支小再贷款利率,均从目前的1.75%降至1.5%;抵押补充贷款(PSL)利率从目前的2.25%降至2%。
- 第五,降低个人住房公积金贷款利率0.25个百分点,五年期以上首套房利率由2.85%降至2.6%,其他期限的利率同步调整。
- 第六,增加3000亿元科技创新和技术

改造再贷款额度,由目前的5000亿元增加至8000亿元,持续支持“两新”政策实施。

第七,设立5000亿元服务消费与养老再贷款,引导商业银行加大对服务消费与养老的信贷支持。

第八,增加支农支小再贷款额度3000亿元,与调降相关工具利率的政策形成协同效应,支持银行扩大对涉农、小微和民营企业的贷款投放。

第九,优化两项支持资本市场的货币政策工具,将证券、基金、保险公司互换便利5000亿元和股票回购增持再贷款3000亿元额度合并使用,总额度8000亿元。

第十,创设科技创新债券风险分担工具,央行提供低成本再贷款资金,可购买科技债券,并与地方政府、市场化增信机构等合作,通过共同担保等多样化的增信措施,分担债券的部分违约损失风险,为科技创新企业和股权投资机构发行低成本、长期限科创债券融资提供支持。

潘功胜表示,下一步,中国人民银行将继续实施好适度宽松的货币政策,根据国内外经济金融形势和金融市场运行情况,持续做好货币政策调控,并加强与财政政策的协同配合,推动经济高质量发展。

(新华社)

四平市网络信息发布规定

●网络信息发布平台发现其传输的信息属于本规定第五条规定违法网络信息的,应当依法立即停止传输,采取删除等处置措施,防止信息扩散,保存有关记录,向网信、公安等部门报告,并应当对网络信息发布者依法依规采取警示整改、限制功能、暂停更新、关闭账号等措施。

●网络信息发布平台发现其传输的信息属于本规定第六条规定不良网络信息的,应当依法依规立即采取处置措施,保存有关记录,向网信部门报告。



2025年1月1日起施行