

# 财富视点

近段时间来,售后服务的时标尺被重新丈量,“7天无理由退货”这一写入消费者权益保护法的条款,正经历一场静默却深刻的变革。今年以来,全国多地相继出台新规,将部分商品无理由退货期限延长至30天。这一看似简单的数字变化,实则牵动着供应链、平台规则、商家运营以及消费者心理的多重变量,正在重塑国内消费市场底层架构。

# “7天”变“30天” 售后加时引发市场变局

## 全国多地延长无理由退货期限 带来供应链、平台规则、商家运营以及消费者心理多重改变

### 多地延长退货期限

从区域试点到多点开花,无理由退货时间延长的探索在各地展开。记者梳理发现,自2024年以来,多地市场监管部门鼓励实体店开展无理由退货承诺。江苏部分商业综合体将大型家电退货期限延至30天;浙江推行放心消费承诺制,鼓励商家作出更高标准承诺;广东出台线下无理由退货指引,鼓励商家扩大适用商品品类。在山东多地跟进的基础上,青岛银座商城推出30天无理由退货服务,青岛京东MALL则对有质量问题的商品实行30天包退。

根据公开信息,记者注意到,调整退货期限的商品呈现明显分层特征:一线城市侧重高端商品、大宗消费,二、三线城市聚焦民生日常消费品,同一省份内省会城市与地级市之间也存在梯度差异。作为副省级城市,青岛部分商场除了对大型家电、数码产品实行30天退货,还对水果等易腐生鲜农产品给予充分退货保障。今年3月13日青岛市市场监管局发布的数据表明,去年全市市场监管领域投诉举报同比下降20.6%,计量器具、农贸市场等六大重点领域投诉量均实现大幅下降,投诉调处平均时间从4.9天缩短至1.2天。在中消协全国百城消费者满意度测评中,青岛排名全国第四,连续六年位居全省第一。

线上平台同样加速跟进。记者在主流电商平台发现,京东很多指定的自营大家电、数码产品等已支持30天无理由退货,淘宝“淘严选”等部分商品品类也提供30天包退服务,部分服装商家自愿将退货窗口延长至30天。线上线下规则逐步趋同,消费者可享受售后保障范围持续扩大,公平性稳步提升。

法律层面同样在积极跟进,延长无理由退货期限的制度探索正随着地方实践不断深入完善。以青岛为例,2024年联合烟台、潍坊、日照三市出台异地异店线下无理由退货工作指引,全市无理由退货承诺单位已达2.75万家,该案例成功入选青岛市2025年法治为民实事。业内人士指出,地方先行先试可为全国层面修法积累经验,制度供给正从“被动修补”转向“主动引领”,法治保障日趋坚实。

### 商家应对“加时”考验

退货期限延长直接冲击着商家的运营逻辑。服装、鞋帽、美妆等商品品类的退货率本就偏高,退货时限拉长意味着库存周转压力陡增。记者梳理发现,部分中小商家开始调整备货策略,缩减试销品类,提高预售比例;大型品牌则加码质检环节,引入AI辅助验货,力图从源头降低退货概率。商家仓储成本、物流费用、人力支出同步攀升,盈利模型面临重构压力,经营思维从“流量至上”转向“品质优先”。

“退货率已纳入店铺权重核心指标,高退货率商家面临流量降权。”在青岛从事电商行业的秦先生告诉记者,随着部



ASUS 2026新款 游戏商品 电竞本 天选者系列D16

酷睿i9级性能CPU 限升6G游戏独显 便携指纹解锁 免费远程指导+5年质保

官方补贴30% 3288起 到手价 ¥3638 到手价 ¥5288 | 全网热销100万+ 已享受: 限时立减50 | 满3200已减1500

ASASU天选者系列【大学生补贴30%】笔记本电脑2026新款 酷睿i7/i9独显高性能全能游戏本设计轻薄办公本【三角洲】

30天价保 青绿·减碳 30天试用

一款网上销售的笔记本电脑标明可试用30天。

分商品退货期限延长,平台算法亦在悄然重构,这种机制倒逼商家优化商品描述、严控质量标准,形成“规则收紧—质量提升—退货下降”正向循环。“算法逻辑转变,使售后数据从成本负担转化为品质信号,平台生态治理进入新阶段,劣币驱逐良币现象得到遏制。”秦先生说。

供应链端同样感受到连锁反应。秦先生表示,2026年仓储行业呈现“仓配一体+逆向闭环”主流模式,深度整合退货接收、鉴定、分拣、重售等增值服务,形成完整服务闭环。他进一步向记者解释,“售后链条延长催生了一批新业态、新职业,退货检验员、退件处理员、逆向操作员等岗位应运而生,就业市场衍生逆向物流细分赛道,产业生态因规则变动焕发生机。”

“变革之下,市场竞争格局随之分化。”秦先生观察到,头部品牌凭借资金、技术优势从容应对,甚至将超长售后转化为营销卖点,如推出“30天无理由退货”专属标识;中小商家则在成本压力下加速出清。“行业集中度提升,消费资源向合规能力强、品质管控严企业聚拢,市场‘马太效应’进一步显现。优质供给扩大,劣质商品淘汰,整体消费环境趋向净化,产业升级与消费升级形成良性互动。”秦先生告诉记者。

### 有效降低“买错”焦虑

退货期限延长,首先改变的是消费者决策心理。据中国消费者协会去年3月发布的《“共筑满意消费”消费维权年主题调查报告》显示,企业经营表现中“售后保障”连续5年最受关注,超六成消费者将其列为购物首要考量因素。30天窗口期为消费者提供充分试用、比对空间,降低“买



30天无忧退货 让您购物更放心

让您购 30% 20% 限时立减 限时立减

随着市场模式改变,越来越多商家将售后期限延长至30天。AI制图

错”焦虑,激发尝试意愿。消费行为边界由此拓宽,内需潜力进一步释放。

值得一提的是,家电、家具、建材等单价高、决策周期长的商品,此前常因“7天不够决策”而抑制购买需求。退货期限延长至30天后,消费者得以从容安排测量、安装、深度体验,成交转化率明显提升。以实木家具品牌源氏木语为例,该品牌通过优化售后流程、降低退货门槛,将床类产品拆解为标准化模块,退货率从18%降至6%,去年双11期间,多个品类销售量登顶天猫TOP1。

退货时限延长让消费者不必仓促验货、匆忙决策,减少了被动维权。全国多地消协数据显示,“退货纠纷”类投诉占比下降,“商品质量”类投诉占比上升。以苏州为例,推行线下无理由退货及政府先行垫付后,首批试点商圈投诉量同比下降约30%,累计受理无理由退货超20万件。全国消协数据显示,售后服务问题占比由29.67%降至27.68%,质量问题升至19.51%,维权焦点从“能不能退”转向“商品好不好”,折射出消费理性的提升。

更深层面,超长售后正在重建消费信任。近年直播带货、社交电商兴起,信息不对称加剧,消费者“不敢买”心态蔓延。有从业者表示,30天无理由退货承诺如同一颗定心丸,降低试错成本,激活潜在需求。消费者更愿意尝试高单价商品,商家则获得稳定复购率。消费增长逻辑从“价格刺激”转向“信任驱动”,也为构建新发展格局奠定微观基础,推动形成“敢消费、愿消费”的良性循环。

### 红利与乱象并存

在政策红利释放的同时,执行层面落差同样不容忽视。记者梳理发现,部

分商家虽张贴“30天退货”标识,却在实际执行中设置重重门槛,原包装完好、配件齐全、不影响二次销售等要求条件模糊,易引发争议。个别商家以“特殊商品”为由规避义务,消费者维权仍存障碍。更有商家要求退货商品连面膜都不能撕开,否则拒收。商家承诺与执行之间形成的落差,让制度红利难以充分释放。

与此同时,恶意退货现象也无法忽视。退货时限延长为少数“买后退”“试用退”行为提供了空间,服装、电子产品成为“重灾区”。记者在电商平台询问时,有部分商家反映,退货商品中约一成存在使用痕迹,增加了损耗成本。个别消费者甚至将衣物穿用近一个月再退货,将30天无理由退货当成“免费租赁”。如何平衡消费者权益与商家正当利益,成为监管新课题。

此外,如何明确适用商品范围、界定退货商品损耗程度、合理分担逆向物流成本,尚需进一步细化和规范。例如,食品、贴身衣物、已激活数码产品等商品能否纳入30天无理由退货,各地判定标准不一,在一定程度上增加了消费者和商家认知成本。业内人士表示,适时出台全国性指导标准,有助于统一执法尺度,提升制度公平性,能够更好地平衡各方权益,也能让30天无理由退货这一便民举措更加有序落地。

从长远来看,售后升级需要多元主体协同。业内人士呼吁,监管部门应完善规则,强化执法,建立恶意退货黑名单;平台企业需优化算法,平衡生态,避免将退货率作为唯一权重;商家须提升品质、诚信履约,减少因描述不实引发退货;消费者亦应当理性维权,杜绝滥用权利。消费升级与制度升级同频共振,各方应共担责任,将“30天承诺”从营销口号转化为制度红利,为建设强大国内市场提供坚实制度保障。

青岛早报/观海新闻记者 邹忠昊