

网络交易七日无理由退货合规指引

第一章 总则

第一条 目的与依据

为引导网络交易平台及平台内经营者履行七日无理由退货义务，降低平台与经营者法律风险，实现消费者权益保护与网络交易生态健康发展的双赢，依据《消费者权益保护法》《电子商务法》《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》等法律法规和规章，制定本指引。

第二条 基本概念

本指引所称网络交易平台经营者是指在网络交易活动中为交易双方或者多方提供网络经营场所、交易撮合、信息发布等服务，供交易双方或者多方独立开展网络交易活动的法人或者非法人组织。

本指引所称平台内经营者是指通过网络交易平台开展网络交易活动，销售商品或者提供服务的网络商品销售者。

第三条 适用范围

本指引适用于在中华人民共和国境内开展网络商品销售活动的网络交易平台经营者、平台内经营者以及通过自建网站、小程序、直播带货等其他网络方式销售商品的经营者。

第四条 合规管理建设

网络商品销售者可以参照本指引，建立健全无理由退货服务合规管理制度，为消费者提供无理由退货服务，协调处理消费争议，方便消费者快速、便捷进行无理由退货。建立无理由退货台

账，对无理由退货的商品名称、商品编码、购物凭证、购买时间、退货申请时间等进行登记，便于经营者开展无理由退货管理，接受相关部门监管。

第二章 商品范围管理

第五条 正面清单

平台内经营者应在商品详情页顶端、结算页面二次弹窗及订单确认信息中，对适用七日无理由退货的商品加注统一标识“支持 7 天无理由退货”。

第六条 负面清单

下列商品法定不适用，平台内经营者须在销售页面以显著字体和颜色标注“本商品不适用七日无理由退货”，并在提交订单前设置消费者勾选确认：

（一）消费者定制的（商品的主体部分属于不在《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》第六条规定的商品类型范围，但附属部分属于定制商品，不能排除商品主体部分适用七日无理由退货规则）；

（二）鲜活易腐的；

（三）在线下载或拆封的数字化商品；

（四）交付的报纸、期刊；

（五）其他根据商品性质并经消费者在购买时确认不宜退货的商品（例如记载演出名称、时间、地点观演凭证）。

第七条 二手商品适用七日无理由退货

以营利为目的销售二手商品的自然人、法人或其他组织，属于《中华人民共和国消费者权益保护法》规定的经营者，应依法保障消费者法定的七日无理由退货权利。

第八条 赠品退回规则

依据《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》第十二条规定，消费者申请七日无理由退货时，应当将商品本身、配件及赠品（赠品包括赠送的实物、积分、代金券、优惠券等形式）一并退回。赠品不能一并退回的，平台内经营者可以按照事先标明的赠品价格要求消费者支付赠品价款。网络交易平台经营者及平台内经营者应在商品销售页面、售后规则等醒目位置，提前公示赠品退回要求、折算标准及计价方式。

第九条 可豁免商品确认程序

对拆封后易影响人身安全或生命健康、一经激活价值贬损较大、临近保质期或有瑕疵等三类商品，平台内经营者根据第六条第二款第（五）项拟排除适用的，必须在消费者付款前单独设置“不适用”确认程序，列明具体理由及后果，经消费者点击确认后，方可生成订单。未获取该确认的，视为适用无理由退货。

第三章 商品完好性判定标准

第十条 完好性正面要求

消费者退回商品应保持原有品质、功能、配件、商标标识、防撕标签齐全；基于查验需要打开包装或进行合理调试且不影响商品原有品质、功能和外观的，视为完好。

第十一条 不完好情形

消费者超出查验和确认商品品质、功能需要而使用商品,导致商品价值贬损较大的,视为商品不完好。以下情形属于商品不完好:

- (一) 食品、化妆品、医疗器械一次性密封被损坏;
- (二) 电子电器类出现未经授权维修、改动、激活、授权信息或产生不合理个人数据留存;
- (三) 服装鞋帽类商标标识被摘、被剪或受污、受损;
- (四) 盲盒类商品已线上拆封;
- (五) 其他能够证明商品价值因消费者超出查验需要而显著贬损的情形。

第十二条 对商品完好的证明规则

对于非全新商品的七日无理由退货,在平台内经营者主张退回商品具有划痕磨损等使用痕迹构成不完好,应由平台内经营者承担举证责任。在平台内经营者和消费者对退货商品是否‘完好’陷入争议时,应由主张商品‘不完好’的平台内经营者承担举证责任。平台内经营者无法举证证明商品价值贬损系因消费者超出查验需要而造成,或举证不充分的,不得拒绝消费者的七日无理由退货申请。

第四章 退货时限与起算规则

第十三条 起算日

七日期间自物流系统显示签收日的次日零时起算；需安装的商品，自安装完成之日起算。

第十四条 退货时限

消费者在收到商品之日起七日内的任意时间均可提出，且不以是否取消过相应退货服务为先决条件。平台内经营者以各种理由在七日内多次驳回消费者提起的退货申请，导致消费者的申请被动取消、一直未能寄送货物，不能排除七日无理由退货规则的适用。

第五章 平台管理责任

第十五条 规则公示

网络交易平台经营者应在首页显著位置、用户注册协议及订单页面持续公示七日无理由退货规则，确保消费者能够便利、完整地阅览和下载，内容发生变更时应提前 7 日公告并提示消费者。网络交易平台经营者援引用户协议条款限制消费者七日无理由退货权，条款内容必须清晰明确，并以显著方式对消费者进行提示；网络交易平台经营者单方面扩大解释条款内容的，相关条款不能作为排除消费者权利的合法依据。

第十六条 确认程序

网络交易平台经营者应按照本《指引》第八条要求，对平台内经营者拟豁免七日无理由义务的，应提供相应的确认流程和功能。

第十七条 消费者权益保护

网络交易平台经营者应建立消费纠纷和解和消费维权自律制度。消费者在网络交易平台上购买商品,因退货而发生消费纠纷或其合法权益受到损害时,要求网络交易平台提供者调解的,网络交易平台提供者应当调解;消费者通过其他渠道维权的,网络交易平台经营者应向消费者提供其平台上的经营者的真实名称、地址和有效联系方式,积极协助消费者维护自身合法权益。

第十八条 平台内经营者权益保护

对短期内多次购买同一商品并频繁退货、不以生活消费为目的等情形的消费者,结合具体证据后认定为恶意的,属于违背公平、诚信原则,构成民事权利的滥用,网络交易平台提供者应为经营者提供公平的纠纷解决机制,可利用大数据、人工智能等技术,建立恶意退货账号识别系统,对频繁退货、异常下单的账号进行预警和约束,比如降权、限制退货权限、封禁等措施。

第十九条 申诉与复核机制

网络交易平台提供者应建立健全消费者申诉与复核机制,确保被标记为“恶意”的消费者拥有畅通的申辩渠道。消费者对恶意认定结果存在异议的,可在收到通知后7个工作日内提交相关证据材料申请复核,平台应在收到申诉申请后15个工作日内完成独立复核并将结果书面告知消费者。

第六章 附则

第二十条 特别规定

本指引未涉及的网络交易经营者责任,如其他法律法规中已有规定,网络交易经营者也应依法履行相关规定。

第二十一条 指引解释

本指引由深圳市市场监督管理局负责解释。

第二十二条 指引实施

本指引并非规范性文件，仅对网络交易经营者开展七日无理由退货合规管理工作作出推荐性指引，不具有强制性。