

报眉广告

139 307 58 496

招商
【地理位置】厂房位于渤海新区黄骅市科创产业园内规划路十一以东，中兴大街以西，地理位置优越，交通便利。
【面积详情】房源一：已建成占地面积10000平方米，厂房5000平方米，分为两跨，跨度为8米，高度为12米，可安天车。配有3层办公楼共1000平方米。

【配套设施】水电齐全，厂区配有350千瓦独立变压器，餐厅、办公室、住宿……一应俱全。
【土地性质】正规园区，工业用地，可环评，可办照。
【适合行业】机械加工、设备组装等。
【租金价格】租金面议，欢迎有意者前来洽谈。
联系电话：010-82893226 13331080856

钻平台漏洞成“试穿族” “薅运费险羊毛”谋私利 “七天无理由退货”被滥用，谁为不诚信买单

“绝大多数裙子都被穿过了，打开包装后一股难闻的异味扑鼻而来，完全无法再次销售，只能报废。”近日，面对400多件被退回的裙子，浙江金华的网店老板姚先生心痛不已。

姚先生查看退货订单后发现，这些订单为集体退货，他直接损失近8000元，还导致网店退货率飙升。“退货率越高，店铺排名越靠后，权重也会受影响变低。”

记者采访了解到，高企的退货率已成为一些电商平台的突出问题。依据消费者权益保护法，除特殊商品外，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。然而，有的消费者为了获取不当利益，在网购中肆意利用“七天无理由退货”等规则“薅羊毛”，令一些商家叫苦不迭。

网购商品用完就退 网店老板有苦难言

今年6月，来自广东广州的网店老板王先生遭遇了大量顾客提出的退货申请——“六一”国际儿童节前夕，一些家长为满足孩子参与节日活动的需求，纷纷前往其网店选购童鞋。活动结束后，一些家长又将鞋子退回来，其中部分鞋子已经磨损严重。

“每年都会发生类似的事情。这种现象不仅限于个别消费

者，个别学校也存在批量订购服装，再在活动结束后将大部分服装退回的情况。”王先生气愤地说。

记者采访发现，由于个体身材与审美的差异性，服装类商品的退货率一直居高不下，尤其女装是“重灾区”。甚至有人专门研究如何将自己穿过的衣服退给商家，并在网上炫耀自己的“成功案例”。

有卖家反映称，一般平台都要求“七天无理由退货”，而且有运费险，买家没有任何损失就可以退货。但对于卖家来说，退回来的商品要重新处理、包装，加上快递费，一单的损失可能要卖10单才能回来。

利用运费险“薅羊毛” 成本极低收益不小

“在激烈的市场竞争中，利润趋低的怪圈迫使电商不得不压低价格，但过低的价格会导致部分产品质量变差，从而带来高退货率，如此又将加大电商经营者的成本，形成恶性循环。”北京瀛和律师事务所律师陈栋说，此外运费险的设置为消费者提供了便利，也是增加退货率的原因之一。

某女装品牌创始人方建华近日发文呼吁关注“强制运费险”。他认为，在电商平台退货率普遍高达60%的情况下，开通运费险变成商家参加大促活动的强制性要求，给商家带来了巨大

负担。

他粗略算了一笔账：服装行业一笔退货订单，在没有实际收益情况下要付出成本约15元，等于商家的广告费、包装物料、快递费投入直接打了水漂。如果按照销售额1000万元，客单200元，保守算40%退货，损失成本就高达30万元以上。



记者在某社交平台搜索发现，有不少博主教大家如何“薅运费险羊毛”的攻略——利用运费险存在的漏洞，通过下单再退货，赚取退货快递费与运费险赔偿的差价。

例如，买家从直播间购物后，再找便宜的快递退货，如用5元的价格退货，却能收到运费险10元的补贴，从而获得5元的

差价。数量越多，赚得越多。

遇到这种买家，商家往往没辙。业内人士介绍，有人专门租仓库做起“薅运费险羊毛”的生意。这个生意规模化操作，“利润非常可观”。

记者在采访中发现，还有个别消费者瞄准了商家精心准备的包装纸箱。他们利用平台的退

是说。

诚实守信理性消费 维护良好消费环境

今年7月1日起施行的《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》规定，消费者无理由退货应当遵循诚实信用原则，不得利用无理由退货规则损害经营者和其他消费者的合法权益。

“上述规定属于新增规定，其目的是规制长期以来滥用无理由退货权的交易乱象，明确了诚实守信原则是无理由退货权立法的根本原则。”专家说。

中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江介绍，“七天无理由退货”规则是为了保护消费者的合法权益，但法律也规定，如果消费者退货的商品已经使用或影响了二次销售，商家可以拒绝退货。

陈音江说，商家要依法执行“七天无理由退货”的规定，对于符合退货条件的，应及时予以退货退款；对于确实不符合退货条件的，可以给出合理理由后拒绝退货，尤其是不能将使用过或出现明显瑕疵问题的商品再卖给其他消费者。

陈音江建议，监管部门和消协组织要加大对有关法律法规和消费知识的宣传力度，引导商家诚信经营，引导消费者理性消费、依法维权。

据《法治日报》

千方百计劝导家长买课报班 暑期培训 真能“弯道超车”吗

“有远见的妈妈都在暑假给孩子购买了某某学习礼盒”“孩子9月份才上大班，聪明的妈妈已经开始抢跑了”“暑期让孩子把它们给读完，孩子会哭着感谢你”……随着暑假到来，各种让孩子利用假期“弯道超车”的宣传数不胜数。一些自媒体、小程序纷纷用醒目的标题和夸张的语气，“劝导”家长购买教辅材料或是培训课程；而一些培训机构的老师，则偷偷将培训课程与考试成绩、升学挂钩。

鼓吹“弯道超车” 制造暑期焦虑

暑假来临，原本打算带孩子外出旅行的王女士却因为一条手机广告乱了方寸。“孩子考试成绩不错，本来答应暑假带她去旅游，放松一下。没想到，这几天，不停收到各种推送广告，都是强调暑假有多重要、一定要好好利用假期规划孩子学习的。”这些自动推送的广告里，“过来人”大谈特谈利用暑假让孩子“弯道超车”的经验，让王女士一下子乱了阵脚。

记者在王女士提供的微信小程序广告里看到，有商家为教辅材料打上了“2024暑假必备”“28天轻松领跑新学期”等标签；有的商家则在广告中宣称，

自己售卖的教辅材料，“3年级到5年级学生家长都在抢”；甚至有商家自夸，如果说暑假预习有“卷王”，那自己推荐的这套教辅书就是“卷王天花板”。

记者了解到，去年，就有一些商家打着“暑假最可怕”的旗号贩卖焦虑，带货卖课。今年，“暑假最可怕”换了套路，变成



“利用暑假弯道超车”的口号。这类广告语瞄准家长担心孩子暑假被同龄人落后的心理，制造暑期焦虑。

分享“学习经验” 实则卖课牟利

还有自媒体公众号，虽然看似在分享一些学习经验，但却是给“带货”打掩护，字里行间悄

然传递着焦虑情绪。

“三年级是学习的一道分水岭”“小学阶段最重要的是五年级”“孩子一生最重要的转折点是在初二”……前不久，一则名为“一生都很关键”的短视频在网上疯转。视频中，各种“名师”现身说法，为家长解读孩子学习中的关键期。细心的网友发现，这



些关键期竟然从0岁至6岁持续到大三四大，让人哭笑不得。继续看下去，三十岁、四十岁甚至五六十岁都很“关键”。

“我这一生如履薄冰……”评论区中，一位网友的评论获得了数万点赞。

记者发现，一到暑期，在各种社交平台上，宣讲各年龄段“关键期”的自媒体博主更多了，而且大多风格相似：戴着眼镜、化着浓妆、服装考究，妥妥的“名

师”派头。有的短视频中，还给博主打上“金牌讲师”“二十年教学经验”等标签。

如此制造焦虑图什么？自然是带货卖课。在一位自称儿子4岁就熟练掌握100以内加减法的“海淀妈妈”微信公众号中，仅有的几篇内容都是在推销数学启蒙课程。一位自称爱分享的“爸爸”似乎在英语学习上颇有心得，可在他的自媒体号上，多篇都是在为某英语培训机构“引流”。

“看得多了，我都没忍住，下单了。”一位妈妈告诉记者，孩子今年9月上一年级。不久前，她无意中刷到一位博主介绍如何幼小衔接的视频，并认真地从头到尾看了一遍。后来，相关视频都被“精准”推送而来。

挂钩考试升学 忽悠家长报班

“暑期焦虑风”除了在网上蔓延，一些线下教育培训机构的老，也悄然将暑期培训与考试成绩、择校升学等挂钩，人为制造焦虑。

在北京市西三环附近的一家培训机构，一位老师卖力地向一名小学生家长推荐暑期试听。得知孩子此前并未在任何培训机构学习后，这名老师说，孩

子需要好好利用暑假“赶上去”。

“现在的小孩，三四岁就开始学英语，一年级就开始学奥数。无论是数学还是英语，提前学已经很普遍了。”这名老师称，小学三四年级的时候，90%的孩子英语就已经能够达到初中一二年级的水平，有些孩子甚至达到高中的英语水平。既没有在外面报过英语班，也没有在课外提前学过英语的小孩，一个学校也找不出几个。如果不提前学英语，等上了初中，成绩最多也就是中等水平。而学了奥数，不仅可以参加奥数比赛，还可以参加一些学校的考试。当问到是什么样的考试，老师悄悄说，就是所谓的“点招”。

在一家卡巴少儿编程乐高机器人店内，一位老师正极力向一位参加编程社团的孩子推荐暑期编程集训。老师表示，开学以后，学校一般会在10月份左右，对社团的学员进行选拔。如果暑假不提前学，开学之后，很可能因为跟不上而被学校社团“刷下来”。

伴随着家长们的焦虑，暑假也渐渐“卷”了起来。记者了解到，近年来，随着“双减”政策实施，相关部门持续加大对校外培训机构的整治和规范力度。教育部门也曾多次提示家长，谨防暑假变成“第三个学期”。

据《北京晚报》