

“双十一”过去已经一周，快递退货潮开始涌动。在“七天无理由退货”“赠送运费险”等条款的保护下，有人买了十多件衣服，却只留下一件；有人直接在快递驿站拆开包裹，不合适就直接退货……

“双十一”退货潮来袭，女装成了“重灾区”

本报记者 吴艳 摄影报道

“买了两条裤子，一条肥，一条瘦，只能都退掉了！”“我买的是一身运动服，看直播时，觉得衣服质地不错，结果收到后大失所望，幸好有运费险，要不然，自己还得掏钱退货。”11月14日傍晚，两位在名著中街一家快递驿站等待退货的女顾客聊起了天。

驿站的地上堆满了各种各样的包裹，一名工作人员正蹲在地上将这些包裹打码入库，等待买家来取。另一名工作人员刚帮顾客取完件，赶紧接过两位顾客的退货，迅速用记号笔在退货的袋子上写上退货码，然后将袋子放到驿站一侧的角落里。

“你不打包吗？可别邮错了。”一位顾客有点放心地问。

“‘双十一’大促，我们这几天的收件量翻了几倍，再赶上退货的也多，真有点忙不过来。你看，下午4点多刚寄出去一批，现在又攒了十多件了。”工作人员指了指角落里那一堆高高摞起的快件，“只能先记下退件码，等闲下来再打包，寄出。放心，错不了。”工作人员一边手脚麻利地干着活，一边说：“按往年的习惯，从11月13日到20日之间是快递到达的高峰期，但退货的高峰会在15日之后出现。今年，可能是因为商家提早活动，所以退货高峰也提前了！”

买了13件，退掉12件

“今年‘双十一’我图便宜在直播间买了十多件衣服，没想到质量这么差！”家住运河区欣园小区的赵敏说，这几天衣服陆续到货，真是收到一件失望一次。

“有的衣服和直播间相差太多，不仅有色差，服装面料也很差；有的衣服虽然质量还过得去，但穿着不合身。”赵敏说，她给自己和女儿一共购买了13件秋冬服装，没想到最后只留下了女儿的一件薄款棉衣。

赵敏说：“从10月底到现在，我一直忙着取快递，拆快递、寄退货。幸亏当时都是选择的有退运险的商品，自己没有损失运费。”

11月15日上午，在沧州水利电力学院读大二的张思涵在学校门口等着快递小哥来取退货。

“我上看了一款毛衫。本想着按照图片搜索一下同款，看有没有更便宜的商品。没想到搜出来的价位从几十元到上千元不等。于是，我挑选了三件价位在100元到200元之间的购买。”张思涵本以为三件里肯定能留下一件，结果，到货后一看做工、质量都不满意，于是，张思涵心平气和地决定全部退货，再换个店重新下单。“网购毕竟看不见摸不着，收货不满意也正常。”



“退货无忧”是买家的“护身符”

买东西免不了退与换，对于网购而言，牵扯到的就是运费谁来付的问题。

上大学以来，经常网购的张思涵经历过不少次退换货。最开始，她并不知道要买运费险，经常自己倒贴运费。前年购买的两件大衣，退货寄到广东，花了28元钱，着实让她心疼了一下。

从那之后，她网购时就格外关注商家有无运费险。今年，之所以会一次买三件一样的衣服，也是因为有了运费险的原因。

记者采访中发现，运费险已经逐渐成为用户下单的重要衡量指标之一。

很多买家都提到了正因为退货无忧，所以很愿意去网购。

在一家事业单位上班的刘雨欣有着多年的网购经验。因为工作比较忙，她都会网购服装、鞋子。由于经常退货，所以她选择99元加入了唯品会的会员，一年内可以无限次免费退货。

“双十一”期间，刘雨欣想买一双雪地靴，按照以往的经验，买鞋子要多选几款，再从中挑选穿着最舒服、性价比最高的一双鞋留下。

她网购了4双鞋子，最终，

留下一双，退掉了3双。

家住运河区车灯厂宿舍的张女士发现，淘宝为今年“双十一”推出了退货宝服务，凡是参加促销的商家都免费赠送运费险。这可把她高兴坏了。她想买件羊毛大衣，但是很纠结颜色和款式。

“不试试很难做决定。反正七天内可以退货，又有运费险，不如都买来试试再退。”就这样，她网购了5件大衣。

因为和驿站老板很熟，张女士收到货后，就在快递驿站打开，试穿，不合适的直接退回。“省的往家拿了，怪沉的。”

最后，她选择留下了两件大衣。“现在退货也方便，一般网购时我都会多买几件备选。”张女士说。

采访中，记者发现，随着“七天无理由退换”和“运费险”的普及，现在越来越多的网购者选择这种“网购多件、到货比较试穿、不合适退货”的购物方式。

女装是退货“重灾区”，最高退货率96%

家住运河区的刘珊珊是一家天猫女装店的客服。“我们做的是异地客服，店铺在杭州，主营羽绒服，今年11月11日一天，店内销量达到150万元，客单价

在500元左右，大概卖出了3000件羽绒服。截至目前，退货率已经达到了60%，估计后续还会增加。”刘珊珊说。

就在记者惊讶于高退货率时，刘珊珊说：“和去年相比，今年的退货率不算高。”

刘珊珊告诉记者，去年哈尔滨旅游大热，她所在店铺的退货率高达96%。

“作为店方，其实也挺弱势的，很多买家退回的羽绒服上都有穿着的痕迹，但我们也无可奈何。”刘珊珊说，“去年，我们老板赔了一大笔钱，希望今年的退货率不要太高。”

吕洪杰是一家抖音店铺的异地客服。“我们的店铺在广州，主营牛仔类女装，客单价不算高，从几十元到200元不等。”

平时，吕洪杰每天能收到50单退货，“双十一”期间，退货量翻倍，达到了每天100单左右。

快递员魏大越是菜鸟裹裹平台的收件员。采访中，他对女装退货率高也深有感触。

“双十一”期间，他收退件的数量较平时翻了一倍，每天达到70件左右。

“其中90%是服装，且绝大部分是女装。”魏大越说。

采访中，多位女装电商老板表示，女装款式繁多且复杂，尺码缺乏统一性，加之女性消费者购物习惯的不断变化，这些因素直接或间接地促使退货率不断

攀升。

伤不起的退货率

在明珠购物中心经营女装店的王女士说：“我们在抖音、快手和淘宝等三家电商平台都有网店。‘双十一’直播销量也很高。但我却一点也不乐观，因为接下来等待我们的就是居高不下的退货率。”

“别看下单的人很多，有可能是空欢喜一场。”王女士说：“其实，正常的退货我们都可以接受。但现在‘薅羊毛’的买家越来越多，即使自家衣服质量没问题，也会被消费者以各种各样的理由退回。比如，有的买家不拆吊牌就穿出门，就为了穿完后还可以退货。”

“曾经用户要求退货时，如果衣服已经影响二次销售，或者说她的退货理由不那么充足，网购平台还是会给出一个比较公正和客观的仲裁，现在明显会更偏向用户。”王女士无奈地说，“我们最怕浅色衣服被退回，因为它们有时会沾着粉底液和口红渍。”

事实上，自“仅退款”模式在2021年开始实行后，各家电商平台对用户的倾斜度越来越高。

王女士坦言，正是因为现在运费险几乎成了标配，所以买家退货更方便了。

王女士也曾关闭过一段时间的运费险，但店铺销量大幅下降。

这次“双十一”大促，运费险更是参与平台官方活动的硬性要求之一。

王女士给记者算了一笔账：“每件衣服我要支付5元的运费险，如果我卖100件衣服，最终退货了50件，那这250元就直接赔掉了，另外的50件本来每件能挣20元，现在每件只挣15元。”

“如果加上打包的人工和零件的运费，以及衣服的损耗，我们损失更大。为了减少损失，我们为商品定价时，只能将退货的成本核算进去。”王女士表示，“退货带来的压力还有库存。你可能看到的是上千的月销量，但我看到的是30%—50%，甚至更高的库存。”

在高退货率成为一个显性问题之下，平台、商家与消费者任何一方都无法真正获益。

据联商网不完全统计，2024年以来，已有不下40家女装网店宣布闭店或停止上新。与之相关的讨论下，“高退货率”往往是高频出现的关键词。

王女士坦言：“事实上，近两年每隔一段时间，社交平台上就会出现和女装退货相关的热搜话题。一边是消费者抱怨‘货不对板’‘质量差’，一边是商家叫屈‘发1000单退500单’。希望有关部门能出台相关政策，让网购环境更健康，平台、商家与消费者都能受益。”