

# 恶意退货多 卖家“拉黑”整个街道

## 网友网购遇到离奇事;卖家有“苦衷”是否有权这么做? 律师解读

**紫牛头条**  
在这里遇见不同

最佳深度媒体 | 未经授权,不得转载摘编



5月6日,一位网友在社媒发帖称,自己在某电商平台看中了一款商品,商品界面却显示其地址无法收货。她询问了客服,对方表示店铺将她所在的街道拉黑了,“这个街道不发的,‘白嫖’的人比较多。”该网友称,自己第一次遇到这样的事,没想到所在街道的口碑居然这么差。

在评论区,也有网友分享了类似的经历,“我也住这,怪不得冬天的外套不卖给我。”一位疑似服装商家的用户也表示,“发到该街道122个包裹,仅退款94个,穿了3年的有57个,我人麻了。”

扬子晚报/紫牛新闻记者联系多位曾拉黑过特定街道的商家,他们都表示拉黑并非出于恶意,而是商家面对恶意退货与高额损失时的自我保护之举。

### 穿过的服装要求退货,商家称索赔难不得已“拉黑”

记者调查发现,上述帖子中提到的街道面积为23.1平方公里,下辖十个社区、六个行政村。相关报道显示,该街道集聚了超22万人的常住人口,近1.5万家企业。

部分商家为何不给这一街道发货?同样“拉黑”过该街道购买地址的女装电商从业者小王(化姓)告诉记者,这个街道的客户服装退货率较高,且部分退货商品有穿着痕迹,“有时候消费者会赶在七天无理由的时限

前申请退货,但退回来的衣服基本都是穿过的,有香水味、粉底液和眼睫毛,甚至还有血渍。”快递公司的工作人员曾告诉小王,该街道从事直播行业的住户较多,“有一次,我看到一个人穿着我家的衣服做团播,但后来她申请退货,退货原因是她觉得商品质量有问题,显腿短,还上传了自己团播的照片。”小王认为对方的退货请求不合理,“相当于商家的货变成了免费的直播服装,还要帮人清洗,基本上都会影响二次销售的。”

小王称,自己卖衣服时经常遇到这种情况,但消费者发起退货退款申请后,即便她上传了拆包拒收视频、服装质检报告、快递证明等材料进行申诉,平台大多仍倾向于支持消费者,多次驳回她的申诉。无奈之下,她只能走法律途径,“起诉后,平台会披露买家信息,双方进入庭前调解流程。买家最终赔付了货款、诉讼费以及几百元的额外补偿。”

关于已使用且留下痕迹的商品能否退货退款,记者咨询了某电商平台的客服,对方称,如果卖家认为买家的退货退款要求不合理,通常需要提供商品问题的实物图片、与买家的沟通记录等能证明交易实际情况的材料。同时,平台的《服饰类商品争议处理规范》也写道,“因买家保存或穿着、洗涤不当等原因导致商品无法正常使用的,不支持买家退换货需求”,但在实际消费中,平台更偏向于支持买家,导致部分卖家的权益受到损害。

### 商家“拉黑”某区域,消费者认为不应连累其他人

事实上,商家因权益受损而拉黑某一区域地址的现象并非个案。日用品商家小吴(化姓)告诉记者,她会在三种情况下选择拉黑特定区域地址的消费



客服告诉买家,其所在街道不发货



电商卖家小王收到的退货上衣沾有污渍

者。第一种是有些消费者经常在商品发货后申请“仅退款”,导致她损失运费、人工费和包装费;第二种是她的货没有任何问题,但买家为了不出退货的邮费,在平台上按照“质量问题描述不符”的理由退货,把责任推给商家,这样本来需要买家自己承担的退货邮费就转由商家支付;第三种是有些买家退货时把商品掉包,或者把东西弄坏了再退回。小吴称,上述三种情况大多需要商家承担赔偿责任,“以前平台是人工审核,确实有问题就支持买家,没有问题就支持商家。但现在很多都是极速退款,也不用买家提供退款申请的证据。”

而她之所以会选择拉黑一整个街道的地址,是因为拉黑个人后,有些买家还会换号再购买,“作为卖家,只能通过拉黑这种方式规避风险。”小吴表示,还有一些商家的拉黑地址的范围更大。

记者了解到,在网购平台的操作流程中,街道是商家可设置的最小拉黑区域范围,此外还可选择省、市、区等更大范围。在社交媒体上,一条标题为“遇到恶意下单人群,如何拉黑所在地区”的教学视频获得了较多关注,视频演示了商家如何在电商系统后台设置限售地区,选择不同区域范围后,当该区域消费者

进入购买页面时,页面就会显示“无法购买”等提示,使其无法下单。

对于商家而言,虽然拉黑特定区域能帮助其规避风险,但也会让一些无辜被禁购的消费者感到不适。在上述帖子的评论区,就有网友表示“拉黑也不能连坐”,认为普通消费者也有正常购物需求,不能因为居住地靠近某些有过错的人就被一同拉黑。也有网友表示,自己曾莫名其妙地被商家拉黑,“纸巾买多了就被店铺拉黑了,不能买到我所在区域,换个市才行”,“之前买衣服,卖家设置了8000元的运费,我没注意还付了,结果卖家说不发我所在的城市”。商家因少数人的行为而拉黑一个街区、甚至一个城市消费者的做法,是否会影响到普通消费者的自主选择权,同样值得深思。

### 律师观点:商家有权不与特定消费者交易,但不能歧视性拒售

针对商家面临的困境,江苏润商事所主任崔武律师告诉记者,根据《消费者权益保护法》和《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》,7天无理由退货的核心前提是“商品完好”,部分商

家遇到的直播穿完退货、弄坏商品退货等情况,本质上是买家滥用了7天无理由退货权,属于不当行使权利,商家有权拒绝此类退货。

但问题的关键是,商家能否因为某一区域整体退货率偏高,就拉黑该区域内所有的消费者?崔律师指出,从民事合同的角度看,商家有权在承诺前选择不与特定消费者交易,这是市场主体的经营自主权。某些商家的拒售行为,是基于该区域恶意退货率较高这一具体事实,有其现实合理性,但不能将“拉黑”扩大为对整个区域所有消费者的歧视性对待,如果这样则可能违反《消费者权益保护法》第10条“消费者享有公平交易的权利”,面临市场监管部门的调查。

平台层面,他认为当前电商平台的规则执行,未能有效区分“合理退货”与“恶意退货”,导致部分商家维权成本极高,也使消费者因连带拉黑而失去更多样的商品选择。因此,商家的“拉黑拒售”,是在平台规则失灵、维权成本过高情况下的自救行为,虽有现实合理性,但仍需在法律框架内规范,避免触碰歧视性拒售的红线。

扬子晚报/紫牛新闻记者 刘浏 见习记者 甘嘉颖

# 男子不满“尊享卡优先”与迪士尼员工发生争执

## 园方:该产品是减少排队时间的选择

**紫牛热点**

近日,社交媒体上一则视频显示,一名男子带孩子在上海迪士尼乐园内游玩时,疑似因不满“尊享卡”游客可以走优先通道的相关规则,与园方工作人员发生争执。视频中,该男子向工作人员质疑:“迪士尼制定的规则,就是谁交钱多放谁(进去)是吗?”

相关视频引发广泛讨论,网友们看法不一。有人认为,迪士尼“尊享卡”实行限量发售,时常出现“手慢无”的情况,且其明码标价,是一种“用钱买时间”的服

务;也有网友表示反对,认为这种优先通行的服务本质上属于“插队”行为,会损害未购买该服务、正常排队游客的权益,影响整体游玩体验。

上海迪士尼度假区官方网站对“尊享卡”的介绍显示,游客购买某一景点的尊享卡后,可在所选景点的指定起始时间至该景点结束运营之间的时间段,享受一次该景点的优先通行,节省排队时间;若购买的是娱乐演出类尊享卡,则可在所选演出场次的指定入场时间段内,进入预留观赏区域。目前,提供尊享卡服务的景点包括“创极速光轮”“疯狂动物城:热力追踪”等热门项

目,其价格会因日期、景点和娱乐演出有浮动,每日限量发售,售完即止。

记者在迪士尼度假区APP查询看到,单项景点及娱乐演出的尊享卡价格不等。以5月7日为例,其价格在140元/位到299元/位不等;此外,迪士尼还推出了11项、15项“臻享套装+尊享入园”套票,售价分别为1930元/位和2530元/位。

5月7日,扬子晚报/紫牛新闻记者就网传视频事件致电上海迪士尼度假区,一名工作人员表示,因其不在现场办公,暂时没有掌握相关信息,自己不是回答该问题的最佳人选,可通过邮

箱联系专门负责人员了解。

另一工作人员介绍,购买“尊享卡”的游客可走VIP通道,不用去普通通道排队,该产品是减少游客排队时间的一个选择,相关具体使用安排需以现场实际情况为准。其表示,购买该产品的游客与其他游客分属不同队伍排队,但其体验的游乐项目及观看演出的座位,与其他游客处于同一场地内。

同日,记者向迪士尼工作人员提供的邮箱发送了咨询邮件,截至发稿前,暂未收到相关回复。

扬子晚报/紫牛新闻见习记者 鲁玥



网传视频截图