申城750余家商铺门店承诺线下"七日无理由退货",这一承诺离不开社会信用体系支撑

需平衡商家与消费者权益,不能滥用无理由退货

■本报记者 吴卫群 见习记者 顾杰 侍佳妮

线下购物也能享受与线上无差别的"七日 无理由退货"了。

在市商务委、市市场监管局的指导下,市 商业联合会目前正式发布《上海市线下零售企 业开展"七日无理由退货"服务承诺工作指引 (试行)》(简称《指引》)。大型商业企业以及各 区涉及服装鞋帽、家电、家装等重点行业的750 余家商铺门店共同作出"七日无理由退货"的 服务承诺。更有一批企业将无理由退货期限延 长,如好美家、红星美凯龙、C&A 百货公司等向 消费者作出"30日无理由退货"的承诺。

"在全市范围全面推动线下实体零售企业 七日无理由退货'服务承诺,是树立上海优质 服务品牌和形象,为打造良好消费环境、建设 优良消费生态、打响'上海购物'品牌的重要举 措。"市商务委副主任刘敏说,"我们要对接国 际规则和通行做法,进一步提高上海的商业服 务标准,缩短与发达国家在服务软件上的差 距,打造高质量商品流通体系。"

去年5月,静安区率先开展"七日无理由 退货"试点,80家线下品牌企业参与,试点取得 积极成效。今年4月,本市发布《关于进一步优 化供给促进消费增长的实施方案》,提出将"指 导推动线下大型零售企业试点开展七日无理 由退货服务,并开展制度化探索"的要求。如今 《指引》发布,商铺门店共同承诺,意味着"七日 无理由退货"线下落地。

市商业联合会相关人士表示,根据《指引》 要求,参与服务承诺的零售企业需完善相关制 度,比如在营业现场公示参与服务承诺的商品 范围、服务措施、操作流程等内容,让消费者一 目了然;企业也可在销售票证上申明服务承诺 措施,让消费者快速、便捷地享受退货服务。为 引导线下零售企业落实服务承诺,上海将采取 "行业自律、社会监督"的办法。截至目前,全市 已评出 18 家五星级消费维权联络点、66 家四 星级消费维权联络点

不过,在线上线下无理由退货全面推行之 时,要注意平衡商家与消费者的权益,不能放 纵滥用无理由退货,令商家合法权益受损,扰 乱市场秩序。为此,市商务委相关人士表示,要 让"七日无理由退货"的服务承诺可持续发展, 离不开社会信用体系建设的支撑。一方面他们 正研究把线下零售企业服务承诺的履约情况 与上海商务诚信平台进行数据对接; 另一方 面,对于"免费租衣客"之类的恶意"无理由退 货"行为,鼓励零售企业进行大数据采样、分 析。《指引》在推行一段时间后,将根据这些采 样与分析进一步完善细则,"我们要让商务诚 信的红利向'七日无理由退货'的可持续发展 溢出,最终获益的将是整个上海的消费环境和 营商环境。'

計 消费者建议 :

来沪游客希望能邮寄退货

针对线下购物"七日无理由退货",记者随 机采访了多位顾客。在南京路步行街第一百货 商业中心购物的吴先生说:"我看电视得知这 个消息的。以前大部分店家只接受换货,现在 可以直接退,更方便了

在另一家试点商业企业永安百货,记者遇 到酷爱网购的外地游客朱小姐。她表示,上海 推广这个措施非常好,"但可不可以也考虑一 下外地游客?比如可以允许我们邮寄退货、网 上退款。如果我在上海给我妈买了一件衣服, 带回家后她不喜欢,我还可以退掉。这样游客 可以放心购买更多东西。"



陕西北路上的开开专卖店,营业员向顾客介绍"七日无理由退货"服务承诺。

李茂君 摄

Lily 门店内的退换货政策公告。 均 顾杰 摄

有购物凭证不影响再销售 商场超市均可无理由退货

· 记者探访 :

记者昨天走访本市多家已作出"七日无理 由退货"承诺的线下企业,观察无理由退货的落 实情况。商家和消费者对此各持怎样的态度?

上午10时,位于大宁国际商业广场的时 装品牌 Lily 连锁店刚开门营业。收银台上已立 着一块白底蓝字的标牌,上面印着"上海市七 日无理由退货承诺单位"的字样,底下还有一 行小字:退货条款由商家自定。

事实上,Lily 原本就有相关规定,只要在购 买7天之内,持有购物小票、消费记录,衣服无 损伤、吊牌都在,不影响二次销售,就可以无理

店员李女士说, 自己在这家店工作多年, 遇到过无理由退货的情况并不多,来退货的顾 客基本都有正当理由。"上次有个客人买了条 连衣裙,她回家试穿后觉得不满意,那条裙子 在店内灯光映衬下的颜色更好看,回家试感觉 差了好多, 于是7天之内过来退掉了。"899元 全额退款,退款方式和付款方式相同。

"七日无理由退货"线下刚开始,参与的商 家纷纷立起统一样式的白底蓝字标牌,也有营 业员口头告知消费者。

不仅是商场,超市也可"七日无理由退 货"。许先生在延平路上的联华超市以手机支 付的形式买过一双价值 24.9 元的塑料拖鞋。两 天后,许先生觉得款式不是特别喜欢,决定退 货,但能不能在超市退货成功,他心里没底。昨 天 17 时多,记者在联华超市见到一手拎着拖 鞋一手拿着购物小票的许先生。待他说明来意 后,店员先是建议他去货柜重新挑选一双喜欢 的拖鞋进行换货,但许先生表示只想退货。店 员二话没说,带着他去旁边的退货通道,收银 员在查看并收取购物小票后,将24.9元以现金 方式一次性退给许先生。整个过程不超过两分 钟,这让许先生很是惊喜。

超市需要制定防风险措施 团购定制不可无理由退货

记者在大宁国际商业广场走访中发现.不 同业态制定的"无理由退货服务"在执行中还

在 Lily 隔壁的波司登,除了执行"七日无 理由退货",还规定如商品出现质量问题,顾客 可在30天内凭购物凭证,到原购买门店包退 包换。两种退货制度在时限和要求上有些许差

好美家自成立以来一直实行30天内无理 由退货政策。好美家斜土路店店长朱敏说,在 实际操作过程中很多是超过30天的,"只要顾 客有正当理由,我们都给退,没有死板的时间 限定。"如顾客在没拿到房子的情况下,提前买 好了家装材料。随着装修材料价格下降,顾客 便要求退货以弥补差价。"一般这种情况我们 也能满足,只要不影响二次销售。"家装行业情 况特殊, 部分顾客会根据自己房屋的要求,在 货品颜色、大小、材质等方面提出个性化需求, 即定制商品。这类非标配的定制商品不包括在 无理由退货范围内。

在超市业态中,由于商品种类繁杂、消费 者群体多样化以及涉及食品安全问题,退换货 政策的制定更慎重。某大型连锁超市主管说, 他们店内政策规定,在不影响二次销售的前提 下(不污染、未拆封),消费者凭收银小票可无 理由退货。目前该服务只适用于非食品类商 品,因为食品类商品再次销售有安全隐患。不 过这位主管表示,接下来他们会根据国家相关 规定,逐步推行食品类的退货服务,但肯定会 更严谨。

此外, 由于在超市消费的顾客群体复杂, 超市需要制定防风险措施。"正式对外承诺,需 规避风险。比如,团购类商品不属于无理由退 货范围,因其中涉及契约关系,且数量较大,如 团购退货,超市损失很大。"

无理由退货买到的是放心 长远来看有利于促进消费

今年5月11日,北京青年报报道,宁波一 位买家黄小姐在某网店购买18件衣服,穿着 新衣去西藏旅游拍照,后以"不喜欢"为由要求 卖家退货。此事一度引发热议。淘宝平台随即 回应称,平台已联系买卖双方协商处理,将依 据平台规则保护商家合法权益,且个案不影响 "七日无理由退货"。那么线下的七日无理由退 货,是否也会遭遇极端情况?

Lily 店员李女士说,确实有一些问题,"去 年冬天有客人来退一件长袖连衣裙, 吊牌都 在,但衣服上有明显香水味道,这对再次销售 肯定会有影响。"

在好美家看来,商家无需担心无理由退货 会影响销售额,长远来看有利于促进消费。"如 果商场给消费者提供很大的保障,他们没有了 后顾之忧,反而更愿意来消费。"

箱包品牌"外交官"也一直坚持七日无理 由退货。店长陈女士说,在她工作的五年里,只 遇到过一次恶意退换情况:一位消费者购买一 个旅行箱一年后,认为箱子质量有瑕疵,尽管 店家坚称商品不存在质量问题,但还是给这位 消费者换了个新的。"这只是极个别情况。只要 我们品质好,维修服务到位,消费者不会随便

事实上,消费者在购物时所感受到的安全 感是非常重要的决定因素,线上零售咨询公司 Granify2017年的一项分析显示,在"最影响网 购决定"的Top3因素中,服饰类、珠宝配饰类及 家装类排名第一的影响因素都是退换货政策

目前存在的不足是,消费者只能在同一家 店退货。"在我们这家店消费,就只能到我们这 家店来退。虽然 Lily 是连锁店,但每家销售业 绩都是独立的。"店员李女士说。乐高玩具专卖 店的政策也是如此,由于内部系统没有联网, 消费者只能在同一门店退换所购买的商品。

他山之石

"无理由退货"国际通行已久

国际上,"无理由退货"政策执行已久,尤 其是在欧美等部分发达国家或地区,多年来, 这一政策已成为商家和消费者默认的通行做

以创立于20世纪60年代的全美连锁大 型百货商店 Kohl's 为例,在店内指定区域,商 家设置专门的退货通道,并用醒目的绿色标牌 标注着 Return Center Entrance (退货柜台入 口)字样。Kohl's 的 Hassle-Free Returns(无忧 退货政策)规定,凡其售出的商品,除高级电子 产品有30天退货期限外,其余商品基本上没 有时间限制,均可享受无条件退换服务。此外, 只要 Kohl's 可以查询到信用卡等交易记录,消 费者在退货时便无需提供购物小票,通过网络 渠道购买的商品也可拿到店内退货或邮寄退 货,但要自付退货运费。

在美国,有些商品的退货期是7天,大部 分是30天到90天,甚至更长。1999年创立的 鞋类电商 Zappos 在其网站宣称,如果产品尚未 磨损且仍保留原始包装,客户在一年内可获全 额退款。一般来说,除电子产品、家具等"无理 由退货"可能会扣除一定费用外,大部分退货 都能实现全额退款。

"无理由退货"时消费者不必向店员解释 理由,退货和买东西一样轻松自如。例如,刚买 的东西没几天就大降价,消费者感到吃亏,可 以放心去退货再买。甚至有商家会主动在购物 发票上写明:如果14天内你发现该商品降价 了,你可以来要回差价。

在欧盟,"无理由退货"的做法也得到法律 保障。2014年6月,欧盟新消费者权益指令生 效,规定凡是消费者在欧盟国家中购买的货物 和服务, 商家都必须提供 14 天取消权或退货 期,这意味着在法律层面,"无条件退货"从原 来的7天延长至14天。此外,法令还规定,如 果商家未以恰当方式向消费者告知有关退货 期的问题,14天退货期可被延长至一年。

总之,除新鲜食物、汽车等特殊商品外,绝 大部分民用商品在购买后的固定期限内(视商 家规定)都可凭发票无理由退货。当然,这并不 代表消费者可以滥用"无理由退货"政策。以零 售企业沃尔玛的退货规定为例,如果顾客在45 天之内退货超过3次,又都没有收据,第四次 退货时必须得到当班经理的批准。这在一定程 度上能减少恶意退货的风险。



开店"加速跑",外资零售加码中国市场

对接中国特色新零售"风口"

在中国已然成为新零售的"试验田" 和"竞技场"的今天,这些企业还有一个共 同点——较早地对接上中国特色的新零 售"风口"。阿尔迪开在上海的两家门店, 除了保留德国"基因",如全部采用标准规 格包装,自有品牌比例高,价格比其他超 市销售的同类进口商品便宜等之外,早在 2017年4月,阿尔迪就已通过入驻天猫国 际的跨境电商方式进行探路。走进店堂, 还可随处看到二维码标识,扫一扫进入微 信小程序,消费者可手机下单,在家等待 送货上门。

而 NITORI 集团进入中国市场后不 久,也宣布入驻天猫平台,加上微博、微 信、直播、营销大号等网络销售的"十八般 武艺",它均有涉及,因此,尽管目前它在 华实体门店数还不多,但在网民心目中已

经有了一定的地位;今年1月份,山姆会员 店与京东到家宣布,双方共建的山姆前置仓 已覆盖深圳、上海和北京3座城市,依托于 门店对前置仓进行补货,能有效降低供应链 成本与补货成本。双方还计划,今年加速前 置仓构建,覆盖更多城市,为更广大的消费 者提供商品 1 小时到家的即时服务

新零售时代的到来,意味着外资零售业 巨头在中国市场的发展正进入下半场。此 前,商务部新闻发言人高峰在回应"外资零 售业撤离中国市场"一说时曾表示:"对于线 上的电子商务企业与线下商超融合发展的 问题,这是包括外资在内的商业零售业发展 的一种新趋势,能够实现不同业态的优势互 补,拓展供应链的综合服务空间,不仅能够 推动企业的创新发展,更能够为消费者提供 更佳的消费体验。商务部将继续采取积极措 施,推进线上线下互动融合发展,推动我国 消费转型升级。"这意味着,只要把"风口"变 成突破口,中国市场依然充满机遇。

找到"无谓事务"的根源所在

(上接第1版)"无谓的事务",多半是 形式主义作祟,而形式主义背后,往往是 官僚主义。现在还有各种"忙忙碌碌的形 式主义""勤勤恳恳的官僚主义"在基层显 现,受到困扰的干部可谓身心俱疲,对事 业的负面影响可想而知。对这些问题,我 们也曾进行过一些阶段性整治,但常常治 标不治本, 说明还没有真正触及根源。今 天的上海,承担着重大的时代使命,抓发 展需要只争朝夕,不容无谓的损耗。我们 迫切需要把时间和精力还给干部们,让他 们真正心无旁骛地真抓实干、提升效能。 除了在表面的、可量化的层面上大刀阔斧 削减、整顿外,更要在根源上做文章,切实

理顺上下级关系、条块关系、干群关系,明确 "上级部门""职能部门"的权责边界。

真抓实干才有高效能,"真""实"二字, 应当为各级领导干部时刻记取、常常对标。 做到真抓实干,要树立良好的评价体系和用 人导向,要建立制度性的保障,也要靠每一 个干部的自觉实践。做哪些事有利于工作质 量提升、效能提升,做哪些事只会徒增负担、 推高行政成本甚至损害公信力,这本账其实 不难算清楚。对管理部门和领导干部来说, 遇事多一些系统性思维——想一想怎样才 是"最优解",多一些换位思考——想一想工 作对象、基层干部的苦处,很多不必要的麻 烦,完全可以杜绝在萌芽之时,

(上接第1版)李强走进村庄,沿着石板、砖 瓦铺就而成的村间小道一路前行。绿田粉

墙黛瓦、小桥流水人家,一片生机勃勃的江南村景。 市领导十分关心村庄整体形态打造及文化传承情 况,同区里、镇村负责同志以及规划设计团队深入 交流,详细了解村庄规划及建设推进的进展。由上 百年历史老屋修复而成的村史馆传统与现代相结 合,既保留保存了原有风土、器物,又以现代信息技 术展望村庄未来。李强说,要以乡村规划编制为引 领,深入研究上海乡村特点,彰显具有自身特色的 乡村风貌、乡村文化。既要塑形又要留魂,加强风貌 塑造和文化传承,真正形成具有江南水乡特征和超 大城市郊区特色的上海农村新风貌。

由农宅改建而成的睦邻四堂间,传来村民们以 沪剧杨柳青调改编而成的村规民约歌曲声,活动室 里正在传授传统版画。李强走进四堂间,向大家亲 切问好,了解日常生活起居,听取对于乡村振兴的

做实做好农业强农村美农民富大文章

意见建议。他说,要认真倾听广大农民的心声,政策 举措要体现需求导向、问题导向、效果导向,让广大 农民有更多获得感。要进一步加强基层党组织和带 头人队伍建设, 充分调动基层创造活力和内在动 力,真正形成人人参与、共建共享的乡村振兴良好

乡村振兴,关键要强村、富农。吴房村围绕黄桃 特色产业,引入国资平台、搭建运营平台,推动农商 文旅多产业、多要素发展,吸引了一批新型企业落 户,不少年轻人也汇聚于此创业就业。而通过"租 金+股金+薪金"的方式,农民实现了持续稳定增收。 李强说,要在增强农村集体经济发展活力上下更大 功夫,紧密结合农村实际,大胆创新探索。要充分挖 掘农村潜力,依托自身优势,真正做出特色、做出品 牌,促进农民持续长效增收。

随后, 市领导来到奉贤区西渡街道益 民村。去年,益民村村委会由原 2800 平方 米的办公楼搬至500平方米的平房,原办公楼发挥 集体存量资产作用,促进提高集体经济收益。李强 详细了解益民村盘活土地资源、吸引企业落户的发 展模式,就壮大集体经济、促进农民增收等同相关 负责同志进行交流讨论。他说,郊区要通过实施乡 村振兴战略,进一步拓宽发展空间、优化空间布局。 提升经济密度。要牢牢把握机遇,在农业生产经营 方式、农村土地制度等方面加大改革创新探索力 度。在听取奉贤区关于推动农民相对集中居住工作 进展汇报时,李强指出,农民相对集中居住是改变 农村零散面貌、提高农民生活品质的重要举措。要 充分尊重农民意愿, 积极探索行之有效的方式方 法,把好事真正做好做实,让老百姓在乡村振兴的 大发展中得到更多实惠

市领导诸葛宇杰、彭沉雷参加调研。

始终秉持"两岸一家亲"理念

(上接第1版) 我们将继续支持台湾 青年来沪创新、创业、就业,与上海青 年一道,实现美好的人生发展。我们 将继续推动沪台加强文化、体育、卫 生、科技等领域合作,更好地造福两 地民众。希望本次论坛为两市繁荣发 展贡献更多智慧、增添更大力量,为 两岸关系和平发展作出新的贡献。

柯文哲说,双城论坛举办十年以 来,双方签订的30多项合作备忘录 内容广泛,涵盖区政、教育、文化、体 育、旅游、医疗、卫生、老年照护等领 域。双方围绕青年创业、社区医疗、智 慧城市、文化、青年交流、环保、民生 服务、公共住宅及都市更新等领域的 合作交流,以政府搭建对话平台的方 式为民间观点交流创造机会,成果显 著。此次论坛聚焦两地市民关注的经 贸、创新和产业交流,在主论坛之下

设立了"医学科技发展""生物科技产业 交流""青创与智慧城市""文化"等四个 分论坛,探讨未来城市治理的发展问 题,有利于增进两岸的合作与互动。

柯文哲说,和平发展是两岸人民共 同的期望,举办双城论坛的初衷,就是 通过交流增加善意,秉持"两岸一家亲" 理念,促进两岸关系朝正面发展。希望 未来两地持续友善交流,深化彼此合 作,造福两地市民,也期待双城论坛成 为两岸交流的典范模式,为两岸关系继 续和平稳定发展提供契机。

上海市副市长宗明、台北市副市长 邓家基出席论坛开幕式。上海市政协副 主席周汉民和台北市副市长蔡炳坤作 主题演讲。

下午, 柯文哲一行还参观了上海 (金山)海峡两岸青年创业基地、南侨集 团和上海湾区科创中心。

增进各领域合作交流互鉴

(上接第1版) 上海将按照两国元 首达成的共识,在中保战略伙伴关 系框架下,助推双方经贸交流与合 作,并在城市历史风貌保护、人文、 文化和旅游等各个领域增进合作、 交流互鉴,为两国关系再上新台阶 作出上海的贡献。

拉德夫说,70年来保中两国 保持了亲密关系,此次保中关系提

升为战略伙伴关系,为两国在各领域 开展合作开辟了新的空间。上海是中 国的经济中心, 也是保中关系发展 的重要一环,希望将来与上海在各 领域进一步深化交流合作,造福双 方人民

加利亚驻华大使格里戈尔·波罗扎诺 夫、上海市副市长许昆林参加会见。

中国驻保加利亚大使董晓军、保

把支部建在国家战略"一线连队"

(上接第1版)

"改革开放再出发,干部精神 更奋发, 我们将以这次主题教育 为契机,激励引导全体党员干部 按照李强书记在十一届市委七次 全会上的要求, 把初心使命变成

党员干部锐意进取、富于创造的精 气神和埋头苦干、真抓实干的自觉 行动,不断开创新时代上海发展改 革新局面。"上海市政府副秘书长 市发展改革委主任、党组书记马春 雷表示。