



本报记者 苏钰

近日,有消费者反映在“Apple产品京东自营旗舰店”购买苹果笔记本电脑后,因仅拆开京东额外加装的第二层牛皮纸箱,其“七天无理由退货”申请便被直接驳回。该事件引发关于电商平台自营售后规则合理性的讨论。

京东加装的牛皮纸箱 拆了就不能退货?

事件回放: 拆加装纸箱即失退货资格

据消费者所述,其在京东苹果自营店铺选购一台苹果笔记本电脑作为礼品赠给他人。商品送达后,包裹共分三层:最外层为普通快递纸壳,中间为京东加装的牛皮纸箱,最内侧才是带有原厂封签的苹果产品白色包装盒。收件人为确认包裹内物品,先后拆开两层物流包装,全程未触动苹果原厂产品包装,设备封条完好无损。事后,收件人因电脑与自己的数码设备不兼容,便将情况告知于他。他随即向京东提出七天无理由退货,却被京东客服告知,中间牛皮纸箱一经拆开,即不符合退货条件,拒绝退款。

京东客服: 牛皮纸箱拆封即视为包装损毁

记者就此事致电京东客服核实。客服确认,“Apple产品京东自营旗舰店”属京东自营体系,售后政策由京东自行制定。针对苹果笔记本电脑,平台设有特殊规则:即便苹果原厂包装完好,只要中间牛皮纸箱包装拆开,单纯因“不想要”申请退货,便不能享受七天无理由退货。仅当产品出现性能故障,经官方检测后方可走售后流程。

记者查阅该商品详情页,找到相关售后政策条文:“本商品为数码电子类商品,一经激活或试用后价值贬损较大,购买后若商品防伪签或密封条损毁(对于无防伪签、密封条的商品,商品一次性包装损毁的视同商品防伪签、密封条损毁),商品外包装牛皮纸箱拆封也视为一次性包装已拆封,不支持七天无理由退货。牛皮纸箱防撕贴损坏也不支持七天无理由退货。请您确认需求后再购买及使用。”页面所附示意图中亦标注:“原厂牛皮纸箱拆封损毁 不支持七天无理由退货”。

然而,该提示并未置于详情页醒目位置,而排在活动专区、店内优选、商品介绍等板块之后;正文字体明显小于配套示意图,关键退货限制信息不够突出,普通消费者在下单时容易忽略。

苹果官方:授权经销商售后政策独立制定

就同一问题,苹果官方客服热线回应称,京东自营店铺为授权经销商,货品来源正规,产品保修权益与官方渠道一致,但退换货政策由经销商自主制定,苹果品牌方不参与、不审批经销商的退货条款。

记者注意到,苹果在官网、天猫、抖音平台执行

统一标准:只要苹果原厂包装盒封条完好、产品未激活、商品完好,即可正常七天无理由退换,外部运输包装拆封不影响退货权益。苹果客服对此予以确认,并表示此前未知悉京东关于牛皮纸箱拆封即不退货的限制细节。

律师观点:限制性条款须显著提示

同一品牌同款产品,官方渠道与授权经销商退货标准不一,事件核心争议在于法律层面如何界定“商品完好”。

《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十五条规定,除特定商品外,经营者采用网络等方式销售商品,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。《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》第八条规定,商品能够保持原有品质、功能,商品本身、配件、商标标识齐全的,视为商品完好;消费者基于查验需要而打开商品包装,或者为确认商品品质、功能而进行合理调试,不影响商品完好。

业内法律人士指出,依据法律规定,仅拆开牛皮纸箱不能成为拒绝退货的合法理由。此类预先拟定的条款,须以合理方式提请消费者注意,否则不构成合同内容。京东加装的牛皮纸箱,功能仅为运输防护的物流包装,并非苹果产品本身的销售原厂密

封包装。消费者拆开外层包装查看货品,属于正常查验行为,符合法规要求。商家将独立物流包装等同商品一次性密封包装并以此拒退,属于自行抬高退货门槛。

此外,民法典第四百九十六条规定,采用格式条款订立合同的,提供方应遵循公平原则确定权利义务,并采取合理方式提示对方注意免除或减轻其责任等与对方有重大利害关系的条款,按对方要求予以说明。未履行提示或说明义务,致使对方未注意或理解与其有重大利害关系条款的,对方可主张该条款不成为合同内容。

该法律人士强调,对于免除、限制经营者责任、约束消费者重大权益的格式条款,经营者须以加粗、弹窗、单独确认等显著方式提前提示。仅在详情页以较小字体标注,且下单流程中无单独确认环节,未尽到法定提示义务,该限制性条款效力存疑。

现实追问:同类投诉频发,规则合理性存疑

记者在后续沟通中还了解到,因拆开京东苹果自营牛皮纸箱外包装被拒退货的投诉并非个案,同类纠纷长期存在。京东客服坦言,该条款系经销商为防范退换货过程中产品调换等经营风险而制定,源于拿货成本、销售定价与官方渠道的差异。同时,客服承认,相关提示仅标注于详情页、结算页面,下单环节无弹窗提醒或强制勾选确认,普通消费者容易忽略,亦认可消费者关于提示不够醒目、告知不到位的意见。

平台基于经营成本与风控考量出台特殊约束,与消费者法定退换货权益之间,不应以内部规定凌驾于现行法律之上。经销商可在不低于法定标准基础上优化售后,但无权单方面增设条件、缩限无理由退货适用范围。若确需设置特殊售后约定,必须做到事前清晰、醒目告知,由消费者自主选择是否接受,而非藏于页面,待消费纠纷发生后才作为拒退理由。

截至发稿,该起消费争议尚未解决,京东平台坚持“不满足退货条件”的立场。在消费者投诉至12315后,平台仍拒绝退货,提出可给予300元补偿。

此次事件亦留下追问:电商平台自营店铺自行设置的退货特殊条款,是否经过合规评估?在长期

大量同类投诉背景下,相关限制性提示方式何时整改到位?本报将持续关注。

