一千块路费，这笔账怎么算都不划算。可朱先生说：“虽然事后想想为了几块钱花了这么多钱确实‘不值当’，但是不去拿回香菜心里就不舒服。”他开了大半天车，到了上海买家的家门口。敲开门，他愣了一下——买家是一位八十岁左右的老太太。老太太看到朱先生找上门，也有些意外。朱先生说明来意，说自己是卖香菜的商家，你申请了仅退款，我来把香菜拿回去。老太太没多说什么，告诉他香菜用泡沫箱子装着，箱子就在门口。朱先生打开一看，香菜还在，没动过。他看老太太年纪大了，没有选择报警，也没过多争论，拿起那把香菜，转身走了。

事实上，朱先生不是第一个被“仅退款”逼上千里路的商家。

2026 年 5 月，河南濮阳一位销售冷冻榴莲果肉的商家“程大叔”，因为一笔 190.71 元的订单被买家以“榴莲发霉”为由申请仅退款，先后两次驱车从河南赶到山东德州，往返 1600 公里，自费约 5000 元。他在买家住处附近的垃圾桶里翻找包装袋，却没有找到榴莲残骸。最终警方查明，买家伪造了榴莲霉变的图片，骗取全额退款，被行政拘留 7 日，并追缴违法所得。

今年 6 月，王某在某生鲜超市网上平台购入一款水果，觉得口味不佳，就以“不喜欢 / 不想要”为由申请了“仅退款”。平台客服联系后，让王某自行处理商品，并很快通过了“仅退款”申请。尝到甜头的王某，意识到该平台对于生鲜或日用品等小额商品不太会上门取件，便开始了越来越频繁的“薅羊毛”操作，编造各种理由申请“仅退款”，其中还涉及三文鱼、套装牛奶、进口水果等高价值商品。3 个月不到，王某以同样的方法，申请“仅退款”120 多次，涉及商品 399 件，金额 8000 多元。最终，王某因涉嫌诈骗罪被采取刑事强制措施。

无数悲催的事实证明，当“仅退款”的边界失守，便利维权的制度就会被异化为某些人钻空子套利的漏洞，变成伤害商家的工具。

“仅退款”是如何变味的？

据网经社电子商务研究中心发布的《2026 年（上）电商平台商家投诉数据报告》显示，2026 上半年全国电商平台商家投诉问题中，任意仅退款占比达到 31.92%，这个数字意味着，仅退款已经超越其他各类纠纷，成为商家维权投诉中最高频的问题。而从榴莲到棉被，从香菜到牛肉红薯，这些案例有一个共同的特点：维权的成本远远高于商品本身的价值，商家之所以仍然选择“不计成本”地较真，恰恰说明规则在执行中已经偏离了初衷。

“仅退款”规则的设立初衷并非没有道理。它是多个电商平台推出的售后机制。生鲜商品容易腐坏，退货成本高，消费者如果每次都要先寄回、再等商家验收、再等退款，周期长、成本高，对一些低价商品而言，退货运费甚至可能超过商品本身的价值。2021 年拼多多率先推出了“仅退款”模式，买家发起申请后，无需商家同意平台直接退款，货品也无需寄回。起初，只应用于生鲜品类，后拓展至全品类。2023 年，抖音、淘宝、京东等国内一众主流电商相继推出“仅退款”，及至 2024 年，支持仅退款已经成为电商“标配”。这一机制在一段时间内确实降低了消费者的维权门槛，受到了消费者的广泛好评。

浙江省消保委第四届电子商务专业委员会专家、网经社电子商务研究中心主任、总编辑曹磊表示，“仅退款”刚诞生时肯定是利大于弊，这能有效提升购物体验，尤其是针对低客单价的商品，也节省了物流成本。而且也能倒逼商家提升产品质量和服务水平。然而现在，部分买家利用“仅退款”之便，进行恶意退款或虚假投诉，甚至形成了“职业诈骗”团伙，把这套规则当成牟