利手段，P 图伪造瑕疵、多账号轮番作案，专挑申诉能力弱的小商户下手，损害商家的合法权益，影响商家的正常经营秩序，涉嫌非法侵占商家资金，是弊大于利的。

长期以来，部分平台把“偏向消费者”当作流量竞争的筹码，对“仅退款”申请快速一键放行，而商家申诉的通道却流程冗长、举证门槛高，导致维权成本极高，很多人只能自认倒霉。个别买家正是看准这一点，笃定商家不会较真，才肆无忌惮钻规则漏洞。

多数中小商家面对恶意仅退款只能选择隐忍。一方面，民事维权流程繁琐、跨地域追查成本高，投入大量人力物力却难以追回损失；另一方面，商家担心纠纷升级产生负面舆情，影响店铺评分与流量。多数商家仅能依靠平台封禁账号进行被动防御，很难实现有效追责。不胜其扰的他们呼吁彻底禁止仅退款。

上海正策律师事务所律师董毅智近两年一直在为取消“仅退款”奔走。作为律师，他接触过很多“仅退款”案例，商家维权非常困难，甚至可以说是维权无门，只能自认倒霉。一些商家即使选择起诉，等待审理就要一两年，还涉及异地诉讼等问题。并且，一些平台狡兔三窟，注册了多个相似主体，很多商家甚至告错了对象。

在董毅智看来，“仅退款”不适合我国目前的国情，从各个角度而言都有危害：对商家而言，“仅退款”会损害商家的利益，一些中小企业甚至因此经营困难，并且，“仅退款”让许多商家只能抄袭，因为做原创产品收不回本。对消费者而言，“仅退款”让商品的质量越来越差，对消费者并没有好处，反而让故意“薅羊毛”的人有机可乘，甚至形成灰色产业链。对电商平台而言，“仅退款”对整个电商生态影响很大，一些没有“仅退款”政策的平台也被迫出台“仅退款”。对国家经济而言，“仅退款”对市场的公平性造成了很大影响，导致了大家毫无意义的内卷，并且，现在外部需求收缩叠加关税壁垒升级，我国出口受到一定阻碍，许多商品正在转内销，“仅退款”不利于保护民营经济。“一个企业，尤其是头部大企业，应当承担最基本的社会公共责任，维护最基本的公共利益，而不能只顾自己赚钱，把行业弄得一团糟。”

仅退款应该被禁止吗？

也有专家指出，如果仅仅因为存在“羊毛党”，就禁止仅退款，那无异于倒洗澡水把婴儿也一并倒掉了。

正常的仅退款，能够加大违规商家的违约成本。迫使商家提升商品质量、优化商品描述，减少以次充好、虚假宣传等不良行为。久而久之，可以净化电商市场、保护诚信商家，进而促进良性竞争的电商生态的形成。当然，对于恶意仅退款必须依法严厉打击。

好在，制度层面的回应已经开始。2026 年 2 月 1 日起施行的《网络交易平台规则监督管理办法》明确规定，平台不得利用平台规则强制或变相强制商家承担“退款不退货”的售后责任，不得强制商家开通运费险等非必需的增值服务。

在此前后，各大平台也陆续收紧规则。淘宝宣布全面取消“已收到货仅退款”规则，不再主动介入已收货后的不退货全额退款申请；京东同步修订规则，明确原则上仅支持“退货退款”；抖音电商上线“主动介入协商”功能，试图精准狙击不合理的仅退款申请。

曹磊指出，方向是对的，但落地仍有温差。朱先生的遭遇发生在新规施行半年之后，说明部分平台的纠纷裁量机制尚未真正转向“公平举证、审慎裁决”的逻辑。政策文本上的“不得强制”，落到具体纠纷中，变成了商家依然孤立无援、申诉无门。规则改了，但执行规则的惯性还在。一