

先发货再退货,风险谁承担? 白酒口感不对是不是商家卖假货?

# 线上交易纠纷,孰对孰错凭啥判

处理“清宫难断”的购物纠纷时,规则之外得看诚信分

本报记者 朱银玲

“这个马桶我安装时候发现有裂纹,我要退货。”在购买过程中,即使店铺页面、客服再三确认细节、提醒验收,还是有消费者要求无条件退货,甚至超时以质量问题发起退货。

退不退?按“七天无理由退换货”规则,得退;按情理,商家是真心不想退:“寄回来商品在运输途中出现破损,谁负责?”

上周,我们推出了一篇名为《任性退换货?你的购买行为都有诚信记录》的稿件,文章一出,就有很多商家跑来后台留言诉苦,诉说很多“不太好解决的售后问题”:“我们不希望消费者在购物过程中有任何不愉快,但实际上,我们常常有苦说不出。”

## 退换货的风险和责任谁来承担 平台小二说:你诚信 我担保

李小姐打来热线,说起蜜月后装修的时候,发现之前大促网购的洗手盆表面出现裂纹,导致漏水的事儿。记者采访了买卖双方和平台方,试图还原这一清宫难断的案子处理的过程和方式。

“当时我第一时间找了商家,要求卖家换新的。”李小姐说。

商家客服说,因为卫浴商品本身是提供三年质保服务的,核实为漏水问题后,直接同意了消费者售后申请,建议消费者先把商品退回来,他们收到商品以后会尽快给消费者重新寄送一个新的。

然而,李小姐并不满意这样的处理,她说出了苦衷:“我不是无理取闹,只是想着如果我要先退货,就需要让师傅上门两次。拆一次,等下次新的到了,安装还要重新上门一次,这样不仅耽误我时间,还需要支付两次师傅的费用,所以我就坚持要商家先发货。”

“从来没有这样的先例,万一消费者不如期退货,我们损失很大,谁负责?”商家坚持先退货再发货。这样一来一往,双方的沟通充满了火药味,退货问题陷入了僵局。

然而平台小二的一次三方通话,让买卖双方心服口服地解决了这个问题,到底是怎么做到的?记者带着疑问采访了阿里巴巴集团客户体验部小二雪离。

雪离说,“我首先看了李小姐的情况,她是信誉非常好的淘宝会员,我希望商家能够留住这样的诚信会员。我也跟卖家沟通了,一开始买家收到商品没有验货是不对,但这也从侧面说明消费者对您家品牌的信任。既然会员选择信任我们,我们为什么不能信任会员一次呢!我们真心希望让诚信的买卖双方都能有更好的体验。”

“我叫雪离,我愿意为会员担保。”在三方通话中,李小姐听到这句话顿时哽咽了,商家也因为小二的担保愿意破例先发货。

在买卖双方沟通的过程中,小二搭建起了信任的桥梁。

## 青梅酒变了味各说各的理 平台会看双方的诚信记录

广西的王先生每年都会在淘宝上采购青梅和酒,亲自酿制青梅酒。今年,他像往常一样,把青梅和酒泡好,准备封盖的时候发现其中一坛酒的味道有些奇怪。尝了尝,多年的喝酒经验告诉他,酒可能变质了。他带着疑问找了商家,而商家认为自家出品的酒品控

绝对没问题,以为他是故意来捣乱的。

“王先生找商家投诉那天已经很晚了,商家以为他酒喝多了。王先生就更生气了。”纠纷到了平台客服小二知馨手中,知馨查看了双方的记录后,觉得双方都没有“骗人”。

“卖家平台销量、信用都不错,消费者信用也很好。问题出在哪?”知馨上网查了查,一对运输时间,意识到,是不是运输过程中出现问题了?“天气比较热,4天的运输中,高温可能会对酒的口感有影响。”

于是,在征询双方意见后,三方进行了一次电话沟通。电话里,原本挺生气的王先生态度已柔和下来,商家也一直说着抱歉,不想因为这事影响王先生的购物体验。决定寄一箱酒(6瓶)给王先生,作为补偿。王先生立马摆手:“不用不用,我只是想反映情况。”

原来,王先生是这家店铺多年的消费者了,还介绍了不少朋友过来买。之所以生气,是因为商家误以为他“撒酒疯”。

最后,王先生不但收到了酒,还收到了一份南方寄来的青梅。

原来,小二知馨考虑到王先生选择了不退款、补发一瓶酒,说明他还需要泡青梅酒。既然之前青梅已经因为一壶“浊酒”坏了,所以自己去买了青梅寄给王先生,希望让他能有完整的体验和愉快的心情。这“多此一举”让王先生非常意外、十分感动。“没想到这个小姑娘不仅给我解决了问题,还寄了青梅过来,我真的很惊喜。”

知馨说,在双方都没有明显过失且高诚信的情况下,淘宝想做的,是通过调解,把买卖双方的问题解决,“就像科学与艺术的问题,规则以外,不外乎人情。”

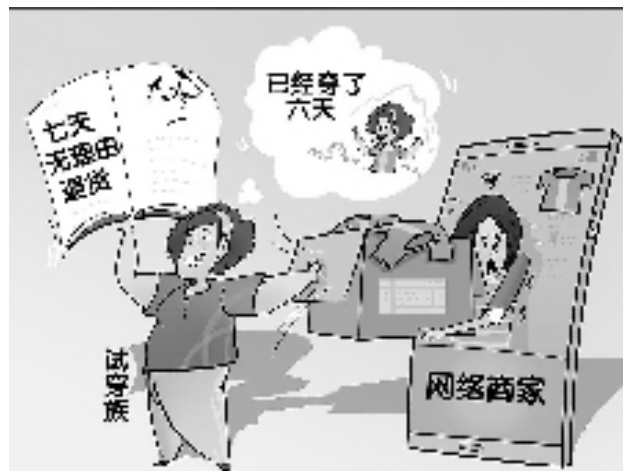
## 买卖规则之外 阿里斥巨资为人情买单

在每一次购物中,买家和卖家都在不知不觉中,积累了诚信分。这些诚信分不仅驱动着他们更好地买与卖,也让他们在出现购物纠纷时,获得更好更快的保障。背后,是整个阿里在斥巨资默默提供保障。

阿里的客服团队中有支5个人的小分队,掌握着4亿资金,每天的工作就是花钱。君蕾是团队负责人,人称“最有钱的客服”。听起来很爽。君蕾却说,这钱可不好花。

“我们主要在产品侧和人工侧两侧做花钱的事情,产品侧主要是技术维权,人工侧就是监督小二们,看他们是怎么花钱的。”君蕾说。

比如,小二在消费者体验上,有两部分支出:为了提升体验,做加分项;在体验受损时,做挽回动作。拿加分项来说,主要就是大家



常用的极速退款,极速退款用户量目前有2.5亿,君蕾他们对这2.5亿人又做了“区别对待”:信誉级别优秀和极好的用户,90%可以享受极速退款,只要上传退货订单编号,退款秒级到账;信誉没那么高的,要求他上门取件才可以享受极速退款。而挽回动作,指的就是买卖双方不能调解时,由淘宝出钱来赔偿用户的损失。“这些资金,需要做垫付、回收,一年流水就接近千亿级。”

千亿级的资金里面一旦出现坏账,哪怕只有1%,数额也是巨大的。

“所以我们会控坏账,把坏账不断往下降,但是又不影响用户体验。”君蕾说,这很难。一些规则并没有那么清晰,比如衣服穿了一次后缩水了,如何去界定它到底能穿还是不能穿?是否需要赔偿?

这个时候,客服小二们,就会参考商家和消费者双方的诚信数据。高诚信的商家和买卖,就能获得相应的、更好的服务。

## 记者手记

## 诚信才是上帝

人们通常说,顾客是上帝。其实,在我们的采访过程中,无论是商家,还是买家、平台,都认为这样的观念有失偏颇。

确实,对于平台和商家来说,提供好的服务,是获得源源不断生意的基础。那么,站在消费者的角度,花了钱就可以任性?

消费者和商家在法律上是平等的,一个买,一个卖;一个提供服务,一个为服务付费,双方在人格和契约上完全平等。人与人之间交往的前提是互相信任,买卖双方发生交易关系也基于此。社会需要信用模型来推动进步,网购亦需要诚信数据模型来完善网购秩序。

阿里巴巴集团客户体验事业群高级专家笑宁告诉记者,大约5年前,阿里内部的消费者网购诚信数据模型被逐渐建立,该模型建立时的参考维度数量达到千级,并根据消费行为的变化而更迭,比如商家履约方面,需要考量的包括是否按时发货、品质是否有问题;消费者方面,需要考量的是,是否诚心购买,是否存在薅羊毛的嫌疑,是否骗退款等。

“在线上商业环境里,人与人的信任是需要介质来做判断的,需要通过数字化方式来刻画行为。”笑宁表示,这个数据模型,就是一个介质,小二在处理纠纷时,会根据买卖双方的行为分,做一个大致的判断。

因此,消费者不是上帝,法律才是,诚信才是。

新华社供图



浙江24小时APP

扫一扫二维码  
了解财经大事