

果然财经

污渍、破损……在山东曹县一家演出服饰仓库，成堆退货散落一地，其中很多有明显的穿着痕迹。本该保障消费者权益的“七天无理由退货”规则，竟被部分买家滥用为“免费租赁”工具。6月2日至3日，正值“六一”演出季落幕初期，齐鲁晚报·齐鲁壹点记者走访多家主营儿童、成人演出服及汉服的电商仓库，目睹了这场行业乱象。



电商平台商家正在整理退回来的包裹。

# “六一”刚过完 演出服遭扎堆退货 有商家半数订单被“用完就退”

记者 张志恒 孙佳琪 报道

## 一些商家退货仓库爆仓 近半演出服有穿着痕迹

春夏时节，是儿童及成人演出服商家的销售旺季，刚刚过去的六一儿童节，更是带来了销售的高峰。可在儿童演出服行业打拼十余年的于女士却有点乐不起来。

“这些还不是‘六一’的大批量退货，真正的旺季退货还在路上，目前只是零星退回的件。”于女士指着满地退货包裹说，“商家的退货件不会每日零散处理，各大快递站点会统一归集货物，每隔一周至十天集中派送一次，每一次到货，都是满满几大堆包裹。”

如果是未使用的退货，整理一下还可以再次销售，可最让商家无奈的是，这些退货中，已经使用的占了相当大比例。

记者在现场随机拆开多件退货包裹，发现不少被退回的演出服，都有着明显的使用痕迹，有的是领口沾着化妆品，裙摆处也有舞台污渍；有的是面料被汗水浸泡后发硬发挺、版型变样；还有批量的团体演出服配饰缺失，甚至出现人为轻微破损的痕迹。

店主安先生也遇到了同样的问题。他的店铺主营成人礼仪服饰，在每天收到的退货中，也有很多都是穿过之后再退回的。“退回的衣服裙摆大面积脏污，领口带妆痕，一看就是被人穿着参加过演出的。”

安先生拆开一大纸箱制服向记者介绍：“你看这个收件地址，有人一下子买了15件，从发货到退货总共过了5天。退货拆开之后，我们发现好几件衣服上都有污渍，赠送的配饰也少了几件。”安先生表示，仓库每天都会拆解数百件退货，其中近半数存在明显使用痕迹，这些沾染污渍、变形受损的演出服，无法通过清洗、熨烫修复，最终只能当成废料低价处理或直接丢弃。

从事古典舞蹈服饰销售的石女士，从退回的快递里翻出一批刚刚拆开的校园退货，这十几套初中生舞蹈服全部来自同一所学校，均在演出结束后集中退回。“买家统一申请质量问题退货，可我查验之后，根本没发现质量问题，反而有很多是穿着后产生的污渍。”石女士无奈表示，这批演出服无法二次售卖，全部报废，只能丢进垃圾桶。

## 明知恶意退单却不敢申诉 不少商家选择吃“哑巴亏”

“如果是由于尺码不合适或试穿之后不喜欢进行退换货，商家不会拒绝，反而会积极解决，但

有穿着痕迹甚至人为损坏后再进行七天无理由退换货，商家的成本就提升了。”于女士说。

除了直接经济损失，高退货率还持续拉低店铺评分、降低平台流量权重、限制活动报名资格，形成“销量下滑—流量减少—退货增多—口碑受损”的恶性循环。主营汉服、古风演出服的褚先生向记者介绍，不少商家为维持店铺权重，只能被动接受不合理退货，即便明知是穿着后恶意退单，也不敢过多申诉维权，“商家申诉的成功率是很低的”。

在走访过程中，记者查看了多家商户的后台数据并进行了采访。商家表示，行业正常合理退货率本应维持在20%左右，主要包含尺码不合适、款式不符等正常售后情况。但近三年来，行业退货率持续暴涨。

其中，由于平台退款退货政策差异带来的退款差异尤为明显。尤其是一些产品单价较低的电商平台成为退货重灾区。不少商家反馈，成人演出服、汉服类退货率在旺季最高可达70%，儿童演出服退货率低的时候维持在30%，到了旺季则直接翻倍。有商家经营多家网上店铺，平均综合退货率突破50%，其中最高的一家退货率高达76%。

## 卖得越多，亏得越多 有商家倒贴十余万元

于女士向记者展示5月份的每日退货情况。从经营数据看，高退货率直接逆转了商家的盈利态势。往年旺季，于女士的店铺单日最高能有1万单的销量，如今“六一”旺季日均销量仅一千余单，销量大幅缩水的同时，退货量居高不下。

褚先生表示，直播电商渠道的亏损更为严重，综合退款率高达60%—70%，除了30%是发货前的即时退单，其他则是收货后的穿退订单。“直播时是要投流的，再加上人工和快递成本，常常出现单日退货金额远超过成交金额的情况，全程属于白忙活了。”

看似单价低廉的演出服，背后藏着实打实的生产成本。褚先生向记者展示了其店铺5月份的营收统计：当月销售收入8.4万余元，退款金额高达3.2万余元，综合损失超1.1万元。其中，仅报废货品成本就超6000元，退货运费、运费险损失超3000元，人工核验、二次包装耗材损失超1900元，还未计入店铺流量、权重受损的间接损失。

持续的高退货乱象，让有的商家陷入了暂时亏本的状态。石女士坦言，2026年开年至今，扣除面料、工人工资、辅料、物流等全部成本后，店铺不仅没有盈利，反而倒贴十余万元。“以前靠薄利多销维持营收，现在退货率居高不下，卖得越多，亏得越多，很多小商家已经撑不下去，最后不得不选择关店。”石女士说。

## 延伸调查

一边是商家亏损承压、货品批量报废；一边是有买家滥用无理由退货规则，将演出服变为免费租赁商品。记者调查发现，演出服行业的高退货乱象，并非简单的买卖纠纷，而是消费者、商家、平台三方权责失衡的集中体现。

# “十次申诉九次失败” 商家维权举证烦琐，困局该如何破解

记者 张志恒 孙佳琪

## 买家钻规则空子 演出后换个“退换凭证”退货

记者走访曹县汉服及演出服市场发现，恶意退货早已不是个别消费者的偶然举动，有的甚至出现群体跟风、统一组织退货的情况。

在电商经营者于女士的仓库里，几乎每一批退货包裹里，都能找出带有明显穿着痕迹的演出服。“现在有些买家就是盯着规则漏洞来的，演出前下单，演出结束就退货。”于女士无奈地告诉记者。

“早些年，顾客买到衣服，除非尺码不合适会退换，大部分人穿过后都会自留。但近几年，投机的买家越来越多，有的演出结束半个月甚至一个月才想起来退货，一句简单的‘忘了退’，我们就得无条件接收，所有的服装损耗、折价损失，全都得我们自己承担。”于女士说。

记者查阅多位商家的退货订单收货信息发现，不少退货订单的收货地址为各类学校，涵盖幼儿园、中小学乃至高校。多位商家向记者出示证据证实，多地中小学和幼儿园，存在老师或家委会牵头，引导家长统一网购演出服、演出结束后集体退货的情况，直接将电商平台当成免费的服装租赁渠道。

主营团体演出服的安先生向记者展示了去年某家长群的聊天截图：负责对接活动的家长明确通知其他家长，演出服装用完后统一退货，不需要个人花钱购置。

除了“穿完就退”的常规操作，部分消费者的投机行为愈发恶劣，不再满足于退货退款，而是刻意制造问题、利用平台规则牟利。记者从多位商家的售后记录中看到，有买家人为制造面料瑕疵，以商品存在质量问题为由，申请仅退款、不退货，直接无偿占有商品。

演出服经营者石女士向记者展示了一件问题退货包裹，退回的演出服被随意揉作一团，衣服上悬挂的退换标签并非自家店铺的原装吊牌。“这种投机风气一旦传开，就是恶性循环，跟风的人会越来越来。”石女士告诉记者，这不仅让小微商家持续亏损，更严重扰乱了演出服电商行业的正常经营秩序。

## 维权举证烦琐 有商家“十次申诉九次失败”

记者走访中了解到，商家在售后纠纷中，基本处于被动弱势地位。维权举证流程复杂、门槛极高，申诉成功率极低。

“销售旺季一天有几千单售后问题，店铺就两三个人，根本没有精力逐一取证、申诉。”多位商家表示，即便耗费大量时间、人力集全案证据，平台AI审核也常以“买家体验受损”为由，判定支持消费者退货退款，商家有理无处诉。

“十次申诉九次失败，现在我们基本放弃维权了。”这是记者走访过

程中，商家说得最多的一句话。

更让商家为难的是，很多恶意订单退款完成后，平台会直接关闭售后通道、锁定双方聊天界面，加上买家收货使用的多是虚拟号码，无法溯源追责，商家只能自认倒霉。

为了规避恶意退货，有些商家开始“自救”。记者在多位商家的仓库看到，待发货的演出服，全部加装了防拆扣和防撕吊牌，醒目位置明确标注“拆标、穿着、污渍不予退换”的提示；有的商家则自建了ERP系统，可追踪商品从发出到退货全过程，全程高清录像留存凭证；针对校园团体批量订单，商家会提前私信告知退换货规则，留存沟通记录。

即便层层设防，仍挡不住恶意退货行为。不少买家刻意拆掉原装吊牌、清洗服装轻微污渍，依旧能通过平台审核，完成退货退款。

## 平台规则“一刀切” 纵容了各类恶意退货行为

商家遇到恶意退款后该如何维权？记者致电几家电商平台客服进行咨询，工作人员告诉记者，一般情况下，如果商品影响二次销售（比如有破损、污渍），或者寄回的不是自己店铺的商品，可以在收到退货时拍摄开箱视频作为凭证，然后向平台申诉，拒绝顾客退款申请。

记者调查发现，消费者恶意薅羊毛、商家维权困难的现象并不在少数，其核心症结在于各大电商平台存在规则短板和监管缺失。演出服、汉服、舞台礼服属于典型的场景化一次性用品，理应区别于日常服饰，设置专属的售后退换规则。但目前各大平台均采用“一刀切”的售后标准，导致各类恶意退货行为泛滥。

记者实测多家电商平台发现，多个平台均开通了极速退款服务。买家提交退货申请后，平台会先垫付退款，钱款即时到账，无需等待商家收货核验货品状态。多位商家坦言，一些买家拿捏这一规则漏洞，演出结束后立刻申请退货。

平台失衡的赔付机制，进一步加重了商家的经营压力。记者梳理商家后台赔付记录看到，只要买家发起质量投诉，平台大多不会细致核验，直接从商家账户扣款赔付，商家基本没有协商申诉的余地。

与此形成反差的是，平台针对商家的补偿机制形同虚设。小额补贴远远覆盖不了货品报废、物流运输、人工核验产生的综合损失。

山东财经大学中国经济研究院教授、山东齐鲁普惠金融研究院院长董彦岭表示，七天无理由退货规则整体利好电商发展，不应全盘否定。但规则需遵循“平衡权责”“差异化治理”两大原则，演出服、汉服等场景化商品使用属性特殊，建议平台收紧约束，可缩短无理由退货时限，增设到货确认环节，对集体采购行为追加限制；同时可引导租赁模式发展，允许买卖双方自主约定退货成本，以此遏制“薅羊毛”行为，维护行业良性生态。