B2C 电商平台消费争端自我解决机制的制度困境与出路

王延平 杨寻
重庆工程学院，重庆 400900

摘要：B2C 电商平台消费争端自我解决机制在降低维权成本、提升纠纷处理效率方面具有显著优势，但以“不退货退款”规则为代表的典型实践逐渐暴露出程序透明度不足、权责配置失衡、申诉救济渠道梗阻等制度困境。本文从机制演进的逻辑起点出发，分析其在商业竞争驱动下的功能异化过程，从规则设计的公正性、主体权责的对等性、内外部监督的有效性三个维度揭示困境成因，进而提出完善制度框架、厘定外部干预边界、构建多元协同治理结构的优化路径，以期为平衡效率与公平的电商争端解决体系提供理论参照。研究聚焦仅退款等议题。

关键词：电商平台；消费争端；自我解决机制；仅退款

Institutional Dilemmas and Solutions of the Self-Resolution Mechanism for Consumer Disputes on B2C E-commerce Platforms

Wang Yanping, Yang Xun

Chongqing Institute of Engineering, Chongqing, 400900, China

Abstract: The self-resolution mechanism for consumer disputes on B2C e-commerce platforms has significant advantages in reducing the cost of rights protection and improving dispute resolution efficiency. However, typical practices represented by the 'no return, no refund' rule have gradually exposed institutional dilemmas such as insufficient procedural transparency, imbalance in the allocation of rights and responsibilities, and obstruction of complaint relief channels. This paper analyzes the functional differentiation process driven by commercial competition from the logical starting point of mechanism evolution, revealing the causes of dilemmas from three dimensions: the fairness of rule design, the equality of rights and responsibilities among subjects, and the effectiveness of internal and external supervision. It further proposes optimization paths to improve the institutional framework, delineate the boundaries of external intervention, and construct a diversified collaborative governance structure, aiming to provide a theoretical reference for balancing efficiency and fairness in the e-commerce dispute resolution system. The research focuses on topics such as refund-only policies.

Keywords: E-commerce platform; Consumer dispute; Self-resolution mechanism; Refund-only

DOI: 10.62639/sspifss08.20260201

引言

在 B2C 电子商务的海量、小额且高频的交易环境中，传统司法与行政纠纷处理在成本与时效上的结构性不足，促使平台凭借信息优势与技术能力，并在商业竞争驱动下，搭建并运行一种面向消费争端的自我解决机制，以期以较低成本、较高效率吸纳并分流纠纷负荷。实践推进却并非线性，“不退货退款”即作为醒目的样式暴露出制度运行的偏移：规则适用被向非典型场景外延，保护取向过度向消费者一侧倾斜，而商户的正当经营权与申诉权在流程与裁决中遭受挤压。随之出现的是监管部门的集中介入与主要平台对售后规则的修订，将既往的单方强制裁决改造为以协商为先的处理次序，但该转向在效率与程序公正的权衡中仍存张力。分析范围聚焦机制演进的内在逻辑、困境的表征与成因，以及可能的优化路径。

一、平台自我解决机制的演进逻辑与功能定位

（一）机制生成的核心驱动与规则创设

在规模化在线交易对低成本、快速处置的诉求与用户体验竞争的牵引下，加之数据与算法工具的可用性，B2C 平台的消费争端自我解决机制在技术条件、市场结构、交易特性与行业竞争的合力中成形，相关作用机理见表 1。

表 1：平台自我解决机制生成的多元驱动因素

驱动维度	具体内涵	作用机制
信息与技术优势	平台掌握交易全流程数据（订单、物流、聊天记录、评价等）	能够实时调取证据、自动化判责，效率远超外部机构
存量市场竞争	电商行业进入用户留存驱动阶段，售后体验影响复购率	平台将争端解决机制打造为核心服务产品以增强黏性
小额纠纷救济失灵	传统诉讼仲裁成本与纠纷标的额严重倒挂	平台机制填补制度真空，提供低成本维权通道

（稿件编号：IFSS-26-1-9001）

作者简介：王延平（1987-），女，民族：汉，山东泰安人，硕士副教授，研究方向电子商务，电子商务法律与法规。
杨寻（1989-），女，民族：土家族，重庆人，硕讲，研究方向电子商务。

基金项目：2024 年重庆工程学院校内科研课题：“B2C 电商平台内部的消费争端解决机制研究”（编号：2024XSKY004）。

行业竞争压力	各平台围绕“极致售后”展开差异化竞争	倒逼平台不断降低维权门槛、缩短处理周期

具体到规则层面，“不退货退款”源于生鲜业务：商品易腐，逆向物流成本常高于单品价值，要求回收不经济，直接退款成为务实安排[5]。2021 年前后，头部平台将该做法外延至服装、数码、家居等全品类，其他平台跟进，规则演变为行业通行；但扩张未细分品类，非生鲜商品可退且可二次销售，强行套用使原本基于场景的合理性被抽空。

（二）从效率优先到失衡暴露的演进轨迹

当“不退货退款”越出生鲜而覆盖更广商品后，用户侧短期指标抬升：售后时长被压缩，退款在自动化流程加持下几近“一键到账”；与此并行的，是激励错位诱发的行为反应，部分消费者借自动退款实施恶意索赔，职业化“羊毛党”围绕漏洞运作，平台约束在个案中呈单向施压。商户叙述多见“货已发而款先退，申诉更像走流程、难以通过”[2]；统计亦有印证，2025 年上半年，“任意仅退款”以 50.36% 居商户投诉问题首位[1]。从务实创新填补空白，到全品类外溢中的规则滥用，再到商户权益被系统性挤压而失衡暴露，其背后是竞争逻辑长期向消费者一端倾斜且制衡未建成的结构性后果，2024 年底监管约谈与 2025 年平台集中修订售后规则正在进行外部校正[3][4]。

二、自我解决机制的制度困境分析

（一）规则设计与运行的透明度赤字

平台的自我解决机制将自动化裁决置于中枢，消费者发起退款后，内部模型直接落单执行，但参数选择、权重分配与阈值区间并未披露，亦缺少可核验的解释[9]。商家多见到的是一纸“处理完成”，对判定路径、证据权重、触发边界无从复现；算法不公开而呈“黑箱”，权益受损的指控反复出现[10]。规则制定亦缺少可参与程序，平台以单方格式条款装入注册环节，用户只能笼统同意；文本冗长而术语化，重要变更缺乏事前沟通[11]。当制定与裁决由同一主体集中，程序正当性的支撑被削弱，透明度赤字成为结构性积累。

（二）消费者与商户之间的权责失衡

在权责配置上，“不退货退款”的扩张尤为典型，自生鲜延伸至全品类后，原有权利义务对等的交换结构被打薄——消费者可得全额退款而无需返还商品，相应损失与处置成本由商户独自承受[12]。按 2025 年上半年的系统数据，平台直接支持“仅退款不退货”的比例达 68%，而在服饰、美妆等类目，卖家申诉成功率不足 40%[13]。抽样调查亦提示普遍性：仅约 1% 的商户未遭遇过“仅退款”，另有 7.9% 的商户其“仅退款”占比高至八成；对申诉渠道的主观判断常被概括为“更像是走个流程，很难通过”[14][15]。当平台在竞争压力下持续向消费者侧倾而未同步设置对商户的制衡与补偿，失衡便呈结构性后果[16]。

（三）申诉救济与外部监督的双重缺位

内部救济与外部监督的双层缺口，使纠纷处置的校正机制不稳。平台虽设申诉路径，但裁判与复核同属体系内部，缺乏中立第三方介入，商家的程序性权利难以落实[15]。将争议带出平台的传统途径，在高频小额的交易场景下成本过高、周期过长，与纠纷特征并不匹配[17]。2024 年底至 2025 年初，监管机构围绕“仅退款”失衡问题开展约谈与整改，明确其对商家生存空间的挤压与对低质低价竞争的助推[18]。其后相关管理办法对平台规则的制定、修改和执行程序作系统性规范，并要求健全申诉通道与交易纠纷解决机制[19]。但要实现常态化有效运行仍需时间，如何在保留平台自治空间同时形成可检验的外部制衡，仍然困难。

三、制度优化的多维路径与协同框架

（一）内部程序规则的规范化改造

平台在修订退款、申诉等关键条款时，不应仅快速上线，而应先行公开草案、开放反馈，并对未采纳意见作出成文说明[20]。裁决环节也不能止于结果通知，至少应披露自动化判定的主要参数类别及权重配置，避免黑箱化；而当事实争议较大或金额达到阈值时，须设置强制性人工复核程序[21]。已在部分平台试水的大众陪审团机制，通过随机用户投票形成趋向性判断，对程序透明度的提升已有迹象，但在样本抽取与公示节奏上仍待打磨[22]。

（二）外部干预的适度介入与边界厘定

内部纠偏无法奏效时，外部介入不宜一刀切：个案瑕疵以约谈等柔性方式促其纠正，而遇到系统性规则失衡则启动刚性整改要求[23]。与之配套，推动规则备案与年度独立评估，引入第三方审查公平性与申诉有效性并公开结果。边界亦须明晰：不直接裁断个案是非，聚焦程序正当与底线设定，如禁止强迫商户接受不合理“仅退款”，具体执行由平台自定[24]。

（三）多元协同治理的框架设计

从单边治理转入协同，需把平台内外的相关方真正纳入。平台内部可设立由消费者代表、商户代表与专家组成的用户权益委员会，赋予其建议权与异议权，并在脱敏前提下调取裁决数据提出整改[25]。平台外部以“自主协商—平台介入—行业调解—仲裁衔接”串联递进式路径，吸纳行业协会、消保组织提供低成本调解。不同平台可在合规框架下试行共享“失信用户”名单以抑制恶意退款跨平台蔓延，并配套隐私与数据最小化规范。

四、结论与展望

在 B2C 电商平台消费争端自我解决机制的运作中，程序透明度不足、权责配置失衡及申诉救济渠道梗阻三类问题并存且相互叠加。相应的改造不在于简单增设条款，而是以内部规则规范化

夯实程序公正的基础层，辅以分层式外部干预明确监管边界，并由多元主体协同治理支撑更开放包容的争端解决框架。

在平台治理取向的界定上，将“自治—制衡”设为对立面并不适当，因其需在底线规则的约束下与平台自主创新和外部介入之间找到可调的平衡，使自我解决机制由效率优先转入效率与公正并重，并在此结构下兼顾消费者权益保护与商户正当经营利益的协调。

参考文献：

[1] 文丽娟．一场持续多年的“售后革命”迎来转折 [N]．法治日报，2025-04-28.
[2] 刘显刚．告别“仅退款” 迈向公平交易电商新局 [J]．民主与法制周刊，2025(6).
[3] 朱佳俐．取消“仅退款”，是对电商平台的一场大考 [N]．环球时报，2025-04-25.
[4] 刘诚，刘希兰．以平台自治提升售后纠纷处置效率 [N]．经济观察报，2025-08-16.
[5] 任建新．围剿“仅退款”，电商告别草莽时代 [N]．深圳商报，2026-02-06.
[6] 市场监管总局．网络交易平台规则监督管理办法 [S]．2025.
[7] 市场监管总局．互联网平台反垄断合规指引（征求意见稿）[S]．2025.
[8] 国家市场监管总局联合国家网信办．网络交易平台规则监督管理办法 [EB/OL]．(2026-02-06)．https://www.hnwx.gov.cn/2026/02-06/73320.html.
[9] 市场监管总局．有的平台算法不公开不透明，“算法黑箱”损害商家和消费者利益 [EB/OL]．(2025-12-18)．https://cbgc.scol.com.cn.
[10] 卢涛．“仅退款”规则变化，重塑电商秩序 [N]．人民日报，2025-05-08.
[11] 网经社．平台“家法”不能替代国法！《网络交易平台规则监督管理办法》发布 [EB/OL]．(2026-01-08)．http://ec100.cn/detail--6656021.html.
[12] 网经社．2025 年度电商平台商家投诉数据报告 [R]．2026.
[13] 工人日报．多家平台调整“仅退款”规则，消费者权益会受影响吗？[N]．2025-05-23.
[14] LI Tao, LI Dongsong, ZHAO Xin. Towards More Effective ODR for Cross-Border B2C E-commerce: Self-Regulated or State-Sponsored?[J]. Tsinghua China Law Review, 2024, 16: 225.
[15] Self-Regulatory ODR in China's e-Commerce Market: An Examination of Alibaba's Taobao Platform and Crowdsourced ODR[J]. Amicus Curiae, 2025.
[16] 中华人民共和国电子商务法 [Z]．2018.
[17] 樊朔．电商平台监管新规：不得强制“仅退款”“二选一”，不得“杀熟”[N]．财经，2026-01-08.
[18] 新华财经．《网络交易平台规则监督管理办法》厘清平台权责 维护商户与消费者权力 [EB/OL]．(2026-01-10)．https://m.cnfin.com.
[19] 网经社．2025 年度中国电商平台“仅退款”问题研究报告 [R]．2026.
[20] 张凌寒．算法自动化决策中的程序正义——以电商平台争议解决为场景 [J]．现代法学，2025(2)：88-102.
[21] 周辉．平台大众评审机制的模式与优化——基于淘宝“大众评审”的实证分析 [J]．互联网法治，2024(1)：45-53.
[22] 刘权．平台规则的第三方评估制度构建 [J]．政治与法律，2025(5)：98-111.
[23] 陈兵．网络平台“仅退款”规则的竞争法分析 [J]．竞争政策研究，2025(1)：32-41.
[24] 赵鹏．平台治理中的用户参与机制——以争议解决为中心的考察 [J]．行政法学研究，2024(6)：55-68.
[25] 龙俊．在线纠纷解决机制的多元协同：从平台内嵌到行业共享 [J]．中国法律评论，2025(3)：120-131.