



中华人民共和国国家标准

GB/T 44904—2024

售后服务 无理由退货服务规范

After-sales service—Service specification of unconditional return



2024-10-26 发布

2025-05-01 实施

国家市场监督管理总局
国家标准化管理委员会 发布

目 次

前言 III

1 范围 1

2 规范性引用文件 1

3 术语和定义 1

4 基本要求 1

5 经营者要求 2

6 退货条件 2

7 退货流程 3

8 服务监督与评价 4

参考文献 6



前 言

本文件按照 GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第 1 部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由全国服务标准化技术委员会(SAC/TC 264)提出并归口。

本文件起草单位：苏州市市场监督管理局、中国标准化研究院、苏州市姑苏区市场监督管理局、苏州市消费者权益保护委员会、苏州市质量和标准化院、珠海万达商业管理集团股份有限公司、海南省检验检测研究院、中国应急管理学会、宁波市标准化研究院、宁波朗达科技有限公司、泰州市市场监督管理局、北京菜市口百货股份有限公司。

本文件主要起草人：钱玲、王巧慧、夏燕、付强、万福军、靳宗振、林一丹、周幸窈、刘娜、王锋、王琦、汤峥、王蒙湘、吴承祥、吴清宇、陈向东、傅蜜蜜、张雨辰、李海鹏、段凯池、王春利、李少阳、吴建港、卢慧、应国刚、张婧娴、曹琴。

售后服务 无理由退货服务规范

1 范围

本文件规定了售后服务无理由退货的基本要求、经营者要求、退货条件、退货流程、服务监督与评价。

本文件适用于采用非现场销售(网络、电视、电话、邮购等)及现场销售方式购买商品的无理由退货服务。

本文件不适用于无形商品的无理由退货服务。

2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中,注日期的引用文件,仅该日期对应的版本适用于本文件;不注日期的引用文件,其最新版本(包括所有的修改单)适用于本文件。

GB/T 34432—2017 售后服务基本术语

3 术语和定义

GB/T 34432—2017 界定的以及下列术语和定义适用于本文件。

3.1

售后服务 after-sales service

商品售出后,为满足顾客的需求提供的一系列活动和措施。

注:商品不包括无形商品。

[来源:GB/T 34432—2017,2.1,有修改]

4 基本要求

4.1 非现场销售无理由退货

采用网络、电视、电话、邮购等非现场销售方式销售商品的经营者,应向消费者提供七日无理由退货服务。

4.2 现场销售无理由退货

采用现场销售方式销售商品的经营者,自愿承诺无理由退货服务的,应按承诺内容或双方约定向消费者提供无理由退货服务。

4.3 无理由退货管理

4.3.1 经营者应建立健全无理由退货服务管理制度,为消费者提供无理由退货服务,协调处理消费争议,方便消费者快速、便捷进行无理由退货。

4.3.2 经营者应建立无理由退货台账,对无理由退货的商品名称、商品编码、购物凭证、购买时间、退货

申请时间等进行登记,便于经营者开展无理由退货管理,接受相关部门监管。

5 经营者要求

5.1 非现场销售经营者

5.1.1 经营者应建立七日无理由退货商品检验和处理程序。

5.1.2 经营者不应擅自扩大不适用无理由退货的商品范围,对不适用无理由退货的商品应以显著方式进行标注,提示消费者在购买时进行确认,不应将不适用无理由退货作为消费者默认同意的选项。未经消费者确认,经营者不应拒绝无理由退货。

5.2 现场销售经营者

5.2.1 经营者应根据自身实际经营条件和经营商品属性,确定承诺无理由退货的商品范围、退货有效期限、退货方式、退货流程等。

5.2.2 承诺无理由退货的经营者应在营业场所醒目位置以标注、张贴、悬挂、摆放、电子屏等形式对承诺无理由退货的商品范围、无理由退货承诺内容进行展示,并在销售过程中主动告知消费者。

5.2.3 承诺无理由退货的经营者宜将适用无理由退货的商品和其他商品进行合理隔离摆放,并有明显标志,方便消费者辨识。

5.2.4 承诺无理由退货的经营者宜在营业场所设置无理由退货受理专区,为消费者提供无理由退货服务。

5.3 网络交易平台提供者

5.3.1 网络交易平台提供者应与其平台上的经营者订立协议,明确双方七日无理由退货的权利、义务和责任。

5.3.2 网络交易平台提供者应依法建立、完善其平台七日无理由退货规则及配套的消费者权益保护有关制度,在其首页显著位置持续公示,并保证消费者能够便利、完整地阅览和下载。

5.3.3 网络交易平台提供者应建立消费纠纷和解和消费维权自律制度。消费者在网络交易平台上购买商品,因退货而发生消费纠纷或其合法权益受到损害时,要求网络交易平台提供者调解的,网络交易平台提供者应当调解;消费者通过其他渠道维权的,网络交易平台提供者应向消费者提供其平台上的经营者的真实名称、地址和有效联系方式,积极协助消费者维护自身合法权益。

5.4 退货工作人员

5.4.1 退货工作人员应进行岗前专业培训。

5.4.2 退货工作人员应熟悉售后服务无理由退货制度,能解答消费者无理由退货的相关问题。

5.4.3 退货工作人员应熟悉非现场销售或现场销售无理由退货商品范围、商品完好性的判定、退货时限、退货流程等要求,掌握售后服务的相关知识。

5.4.4 退货工作人员应了解消费者退货诉求,并按要求及时受理或拒绝退货。

6 退货条件

6.1 商品范围

6.1.1 非现场销售商品范围

6.1.1.1 经营者采用网络、电视、电话、邮购等非现场销售方式销售商品,消费者有权自收到商品之日起

七日内退货,且无需说明理由。其中,以下商品不适用七日无理由退货:

- 消费者定作的商品;
- 鲜活易腐的商品;
- 在线下载或者消费者拆封的音像制品、计算机软件等数字化商品;
- 交付的报纸、期刊;
- 其他根据商品性质并经消费者在购买时确认不宜退货的商品。

6.1.1.2 以下性质的商品经消费者在购买时确认,可不适用七日无理由退货规定:

- 拆封后易影响人身安全或者生命健康的商品,或拆封后易导致商品品质发生改变的商品;
- 一经激活或者试用后价值贬损较大的商品;
- 销售时已明示的临近保质期的商品、有瑕疵的商品。

6.1.1.3 相关商品退货另有规定的,从其规定。

6.1.2 现场销售商品范围

经营者作出无理由退货承诺的,应明确适用于无理由退货的商品范围。相关商品退货另有规定的,从其规定。

6.2 商品完好性

6.2.1 通过非现场销售方式购买的商品,消费者退回时商品应完好,以下情形属于商品完好:

- 商品能保持原有品质、功能,商品本身、配件、商标标识齐全的;
- 消费者基于查验需要而打开商品包装,或为确认商品的品质、功能而进行合理的调试而不影响商品原有品质、功能和外观的。

6.2.2 通过非现场销售方式购买的商品,消费者超出查验和确认商品品质、功能需要而使用商品,导致商品价值贬损较大的,视为商品不完好。以下情形属于商品不完好:

- 食品(含保健食品)、化妆品、医疗器械、计生用品:必要的一次性密封包装被损坏;
- 电子电器类:进行未经授权的维修、改动,破坏、涂改强制性产品认证标志、指示标贴、机器序列号等,有难以恢复原状的外观类使用痕迹,或者产生激活、授权信息、不合理的个人使用数据留存等数据类使用痕迹;
- 服装、鞋帽、箱包、玩具、家纺、家居类:商标标识被摘、标识被剪,商品受污、受损。

6.2.3 通过现场销售方式购买的商品,经营者承诺无理由退货的,应按照承诺内容判定商品完好性。

6.2.4 经营者与消费者另有约定的,且符合相关法规的,从其约定。

6.3 退货时限

6.3.1 通过非现场销售方式购买的商品,选择无理由退货的消费者应自收到商品之日起七日内向经营者发出退货通知,七日期间自消费者签收商品之日开始起算。经营者承诺或与消费者约定期限高于七日的,从其承诺或约定。

6.3.2 通过现场销售方式购买的商品,无理由退货有效期限按经营者承诺的时间或由经营者与消费者双方共同协商约定,有效期限自经营者向消费者交付商品之日起计算。

6.3.3 需经营者另行安装的商品,有效期限自商品安装完成之日起计算。

7 退货流程

7.1 申请

7.1.1 通过非现场销售方式购买的商品,选择无理由退货的消费者应向非现场销售经营者或网络交易

平台提供者申请退货。

7.1.2 通过现场销售方式购买的商品,经营者承诺无理由退货的,选择无理由退货的消费者可凭购物凭证,携带商品及配件、赠品、保修卡、说明书及外包装等,前往经营者门店或通过双方约定的退货方式,向经营者提出退货申请。

7.2 受理、审核

7.2.1 经营者或网络交易平台提供者应做好退货申请受理记录,记录内容可包括但不限于:

- 商品名称及型号;
- 购买时间;
- 商品完好性及包装情况;
- 配件情况;
- 有效购物凭证;
- 赠品;
- 消费者联系方式等。

7.2.2 通过非现场销售方式购买的商品,经营者或网络交易平台提供者在收到退货申请后,应及时核查商品是否符合无理由退货商品范围、退货时限,符合条件的,应受理退货申请;不符合条件的,不予受理退货,并应向消费者告知不受理原因。

7.2.3 通过现场销售方式购买的商品,经营者在收到退货申请后,应根据承诺或双方约定,确认是否符合无理由退货条件。符合条件的,应受理退货;不符合条件的,不予受理退货,并应向消费者告知不受理原因。

7.2.4 退货商品符合无理由退货条件的,经营者应向消费者告知退货形式、时限等信息。

7.3 退货

7.3.1 经营者应按照 6.2 的规定对退货商品进行检验。

7.3.2 通过非现场销售方式购买商品,经营者应根据相关规定办理退货退款。涉及赠品的,消费者应将商品本身、配件及赠品一并退回。如果赠品不能一并退回,经营者可以要求消费者支付赠品价款。如消费者认可经营者事先标明的赠品价格,则按该价格计算;如消费者不认可,则按赠品(或同类商品)市场价格计算。

注:赠品包括赠送的实物、积分、代金券、优惠券等形式。

7.3.3 对于现场销售经营者,应按无理由退货承诺或双方约定办理退货退款。涉及赠品的,经营者应按承诺或双方约定处理。

8 服务监督与评价

8.1 服务监督

8.1.1 网络交易平台提供者应对非现场销售经营者履行七日无理由退货义务进行引导、督促和监督检查,并提供技术保障。

8.1.2 网络交易平台提供者应对非现场销售经营者履行七日无理由退货义务建立检查监控制度,发现有违反法律、法规、规章的,应及时采取制止措施,并向网络交易平台提供者或者非现场销售经营者所在地市场监督管理部门报告,必要时可停止对其提供平台服务。

8.1.3 承诺无理由退货的现场销售经营者应建立无理由退货服务监督管理机制,主动向社会公示无理由退货承诺内容、投诉渠道等信息,自觉接受监督,维护消费者的知情权和监督权。

8.1.4 承诺无理由退货的现场销售经营者应对外公布监督及投诉电话,主动接受社会公众的监督。

8.2 服务评价与改进

8.2.1 开展无理由退货的经营者应对无理由退货工作人员服务质量进行考核评价,建立无理由退货服务质量评价反馈机制,定期开展服务质量评价,收集有关信息、材料并记录。服务质量评价内容包括:

- 非现场销售经营者服务质量评价内容包括但不限于,七日无理由退货商品范围、公示信息,无理由退货商品的检验、处理服务等;
- 现场销售经营者服务质量评价内容包括但不限于,承诺无理由退货的商品范围,退货有效期限、退货方式、退货流程等无理由退货承诺的公示和服务实施情况;
- 网络交易平台提供者服务质量评价内容包括但不限于,七日无理由退货规则、消费者权益保护有关制度等公示情况,消费纠纷和解、消费维权自律制度建设、实施、记录情况。

8.2.2 开展无理由退货的经营者应根据服务评价反馈对无理由退货的服务内容、退货方式、退货流程进行优化和改进。



参 考 文 献

- [1] 《中华人民共和国民法典》
 - [2] 《中华人民共和国消费者权益保护法》
 - [3] 《中华人民共和国电子商务法》
 - [4] 《中华人民共和国产品质量法》
 - [5] 《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》(国务院令 2024 年第 778 号)
 - [6] 《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》(2017 年 1 月 6 日国家工商行政管理总局令 第 90 号公布 根据 2020 年 10 月 23 日国家市场监督管理总局令 第 31 号修订)
-



