DOI: 10.53104/fxsy.2026.02.03.002

网络购物中七天无理由退货商品完好标准的法律适用研究

薛慧[1]，王亦芃[1]

1. 广东财经大学，广东 广州 510320

摘要：随着互联网技术和电子商务的快速发展，网络购物已经成为我国消费者日常消费的重要方式。与传统线下购物相比，网络购物具有交易便利、选择范围广等优势，但同时也存在消费者无法在购买前直接接触和检查商品的问题。为了降低网络交易中的消费风险，我国法律确立了七天无理由退货制度。该制度在保护消费者合法权益、缓解网络购物信息不对称方面发挥了重要作用。然而，在实际适用过程中，消费者与经营者之间围绕“商品完好”的认定仍然容易产生争议。例如，消费者拆开商品包装、试穿商品、进行必要调试后是否仍然可以无理由退货，以及经营者能否仅以“影响二次销售”为理由拒绝退货等问题，都需要进一步明确。

本文以网络购物七天无理由退货中的商品完好标准为研究对象，主要采用规范分析和案例分析的方法，在梳理我国七天无理由退货制度的基础上，对商品完好标准的具体含义及其司法适用问题进行分析。通过对相关研究成果的梳理发现，目前关于网络购物消费者后悔权、商品完好标准以及消费者权益保护已经形成了一定的研究基础[1-2]。但在具体实践中，商品拆封、合理查验、实际使用以及影响二次销售之间仍存在一定界限不清的问题。对此，应当进一步明确合理查验的范围，根据商品性质建立差异化的商品完好认定标准，并合理界定“影响二次销售”的判断条件，从而实现消费者权益保护与经营者合法权益保护之间的平衡。

关键字：网络购物；七天无理由退货；商品完好；消费者权益；法律适用

Legal Application of the “Goods in Good Condition” Standard for Seven-Day No-Reason Returns in Online Shopping

XUE Hui[1], WANG Yi-peng[1]

1. Guangdong University of Finance & Economics, Guangzhou 510320, P. R. China

Correspondence to: XUE Hui

Abstract: With the rapid growth of internet technology and e-commerce, online shopping has become an important part of everyday consumption in China. Compared with traditional offline shopping, it offers greater convenience and a wider range of choices. Yet consumers are usually unable to directly inspect or try the goods before making a purchase. To reduce this type of transaction risk, Chinese law has established the seven-day no-reason return system. The system has played an important role in protecting consumers and easing the information imbalance involved in online transactions. In practice, however, disputes still arise over what counts as “goods in good condition.” Questions such as whether a consumer may still return a product after opening the package, trying it on, or carrying out necessary testing, and whether a seller may refuse a return simply on the ground that the product may no longer be suitable for resale, remain unsettled in many cases.

引用格式：薛慧，王亦芃. 网络购物中七天无理由退货商品完好标准的法律适用研究[J]. 法学视野, 2026, 2(3): 10-16.

This paper focuses on the standard of "goods in good condition" under the seven-day no-reason return rule for online shopping. It mainly adopts normative analysis and case analysis. After reviewing the legal framework of the seven-day return system, the paper examines the meaning of the condition requirement and the problems that arise in its judicial application. Existing studies have already discussed consumers' right of withdrawal in online shopping, the standard of product condition, and the protection of consumer rights [1-2]. Even so, the boundaries among opening a package, reasonable inspection, actual use, and effects on resale are still not always clear in practice. A more workable approach is to define the scope of reasonable inspection more clearly, develop differentiated standards according to the nature of different goods, and set more specific conditions for judging whether resale has actually been affected. This may provide a better balance between consumer protection and the legitimate interests of sellers.

Key words: online shopping; seven-day no-reason return; goods in good condition; consumer rights; legal application

1 引言

1.1 研究背景

电子商务的发展改变了传统消费模式。消费者通过网络购物平台即可完成商品选择、支付和收货，网络购物已经成为现代社会重要的消费方式。与此同时，网络购物与传统购物存在一个明显区别，即消费者在购买商品时通常不能直接接触商品，而只能通过经营者提供的图片、文字、视频以及其他信息对商品进行判断。因此，消费者在收到商品以后才真正具有检查商品品质、功能和外观的机会。

在这种情况下，如果消费者发现实际收到的商品与自己的预期存在差异，而法律又无法提供相应的退货渠道，就可能使消费者承担较大的交易风险。因此，我国《中华人民共和国消费者权益保护法》确立了七天无理由退货制度。该制度允许消费者在法律规定的期限内退回部分网络购买商品，并且原则上不需要说明理由。

七天无理由退货制度的建立，一定程度上弥补了网络购物中消费者无法现场查验商品的缺陷。但与此同时，消费者退货并不是完全没有限制的。法律规定，消费者退回的商品应当保持完好。由此，"商品完好"成为连接消费者退货权与经营者合法权益的重要制度条件。

目前，消费者与经营者对于"商品完好"的理解并不完全一致。消费者可能认为，拆开包装、试穿衣服或者通电测试电器属于正常检查商品的行为；而经营者可能认为，商品一旦拆封或者使用，就已经影响再次销售，因此拒绝退货。这种认识差异容易导致消费纠纷。

因此，对网络购物中七天无理由退货商品完好标准进行研究，不仅具有一定的理论意义，而且能够对消费者和经营者处理实际退货问题提供参考。

1.2 研究意义

首先，对商品完好标准进行研究，有利于保护消费者的合法权益。七天无理由退货制度的重要目的之一，就是降低网络购物中的交易风险。如果对商品完好的要求过于严格，消费者甚至不能正常拆封和检查商品，那么七天无理由退货制度就难以发挥其应有作用。

其次，有利于维护经营者的合法权益。七天无理由退货制度并不是允许消费者随意使用商品后再退货。如果消费者在较长时间内实际使用商品，导致商品出现明显损坏或者价值下降，仍然要求经营者无条件接受退货，也会增加经营者的经营成本。

再次，有利于促进网络购物纠纷的合理解决。现有研究已经关注到消费者后悔权在实践中的具体适用问题。刘可欣从消费者后悔权滥用角度分析了网购消费者退货过程中存在的问题，认为需要在保护消费者权益的同时防止权利滥用[1]。郑自强则以网购消费者后悔权制度为研究对象，对商品完好标准等问题进行了进一步讨论[2]。这些研究为本文研究商品完好标

准提供了重要基础。

1.3 研究方法

本文主要采用规范分析法和案例分析法。通过对我国关于七天无理由退货的法律规定进行分析，明确商品完好的基本法律含义；同时结合已有研究和相关典型案例，对商品拆封、合理查验、商品使用以及二次销售等问题进行分析，并提出相应完善建议。

2 网络购物七天无理由退货制度及商品完好标准概述

2.1 七天无理由退货制度的基本内涵

七天无理由退货制度，是指消费者通过网络等非现场方式购买商品后，在收到商品之日起七日内，在符合法律规定条件的情况下，可以不说明具体理由而将商品退回经营者的制度。这一制度与传统意义上的质量退货存在明显区别。传统商品退货通常要求商品存在质量问题或者经营者存在违约行为，而七天无理由退货原则上并不要求消费者证明商品存在质量瑕疵。消费者即使无法说明商品存在具体问题，只要符合相关法律规定，也可以行使退货权。这种制度安排与网络购物的特殊性有关。消费者在购买商品之前不能直接观察和触摸商品，因此消费者作出购买决定时所掌握的信息具有一定局限性。七天无理由退货实际上给予消费者在收到商品之后重新检查和判断的机会。刘可欣将网络购物中的七天无理由退货制度与消费者后悔权联系起来进行研究，重点分析了消费者行使退货权过程中可能出现的滥用问题[1]。由此可以看出，七天无理由退货制度实际上需要在两个方面进行平衡：一方面保护消费者在网络交易中的弱势地位，另一方面防止消费者滥用退货权。

2.2 七天无理由退货制度的适用限制

七天无理由退货并不是适用于所有商品。根据我国《消费者权益保护法》的规定，消费者定作的商品、鲜活易腐商品、在线下载或者消费者拆封的音像制品和计算机软件等数字化商品，以及交付的报纸、期刊等，原则上不适用七天无理由退货。除此之外，根据商品性质不宜退货的商品，如果经营者在消费者购买时进行了明确说明并获得消费者确认，也可以不适用七天无理由退货。这种制度设计体现了法律的利益平衡。一方面，网络购物消费者需要受到特别保护；另一方面，一些商品在拆封、使用之后可能发生卫生、安全或者价值方面的明显变化，如果仍然允许消费者无条件退货，经营者可能承担过高的经营风险。因此，在研究商品完好标准时，首先应当明确一个基本前提，即只有属于七天无理由退货适用范围的商品，才需要进一步讨论商品是否完好。

2.3 商品完好的基本含义

商品完好是七天无理由退货制度的重要组成部分。根据现行相关规定，商品能够保持原有品质、功能，商品本身、配件以及商标标识齐全，一般可以认定为商品完好。值得注意的是，商品完好并不意味着商品必须始终处于完全没有打开包装的状态。

如果消费者购买商品以后连包装都不能打开，那么消费者实际上无法完成对商品的基本检查。例如，消费者购买衣服需要查看颜色和尺码，购买电子产品需要检查设备是否能够正常开机，购买家用电器需要检查其基本功能。在这些情况下，消费者合理打开包装属于网络购物中正常的商品查验行为。

因此，在理解商品完好标准时，不能简单地采用“是否拆封”作为判断标准，而应当关注消费者的具体行为以及该行为是否真正造成商品品质、功能或者价值的明显变化。

3 网络购物商品完好标准法律适用中的主要问题

3.1 商品拆封是否必然导致商品不完好

在网络购物纠纷中，商品是否拆封是最容易产生争议的问题之一。一些经营者认为，消费者一旦打开包装，商品就已经无法按照全新商品销售，因此可以拒绝消费者退货。但这种理解实际上过于绝对。

网络购物与线下购物最大的区别之一，就是消费者无法在购买前直接接触商品。如果法

律要求消费者必须保持商品完全未拆封，那么消费者实际上没有正常检查商品的机会。例如，消费者购买服装后，需要打开包装查看颜色、尺码和款式，并进行合理试穿。如果消费者只是完成这些必要行为，并没有造成商品损坏或者明显污损，就不应当仅仅因为包装被打开而认定商品不完好。

从现有研究来看，七天无理由退货制度本身就是为了降低消费者在网络交易中的信息劣势[1]。因此，对商品完好标准进行解释时，应当充分考虑七天无理由退货制度的立法目的。

当然，如果消费者拆封后进一步对商品进行明显超出合理查验范围的使用，使商品产生明显损坏或者价值下降，则应当根据具体情况判断商品是否仍然完好。因此，“拆封”和“不完好”不能简单画等号。

3.2 合理查验与实际使用的界限不明确

商品完好标准的另一个问题，是合理查验与实际使用之间的界限。消费者为了判断商品是否符合自己的购买需求，必然需要进行一定程度的检查。例如，服装可以合理试穿，电子设备可以进行开机检查，家用电器可以进行基本功能测试。这种行为与消费者将商品作为日常用品进行实际使用存在明显区别。例如，消费者购买一台电饭煲，收到商品以后打开包装并通电检查其是否能够正常运行，一般属于合理查验。但是，如果消费者已经连续使用该电饭煲一段时间，然后因为个人原因不喜欢商品，再要求依据七天无理由退货制度退货，就可能超出合理查验的范围。问题在于，现实生活中的商品类型非常复杂，不同商品的合理查验方式并不相同。因此，仅仅规定消费者可以进行“合理查验”，仍然存在一定的解释空间。郑自强在研究网购消费者后悔权制度时，对商品完好标准进行了专门讨论，并关注到不同商品在退货标准方面存在差异[2]。这一研究说明，商品完好标准不能脱离商品本身的性质进行判断。

3.3 “影响二次销售”标准容易被扩大适用

在实际消费纠纷中，“影响二次销售”是经营者拒绝退货时经常使用的理由。经营者认为，如果商品已经拆封、使用或者包装受到一定影响，就无法继续作为全新商品销售，因此不应当接受退货。这种观点具有一定合理性，因为经营者确实需要承担退回商品再次销售的成本。但是，如果将“影响二次销售”理解得过于宽泛，则可能使消费者的七天无理由退货权受到过度限制。例如，一件衣服的包装袋被消费者打开，并不意味着衣服本身已经失去再次销售的价值；消费者试穿一次，也不必然意味着商品无法继续销售。因此，在判断“影响二次销售”时，应当重点考察商品本身的品质、功能、外观以及配件等是否受到实质性影响，而不能仅以包装是否打开作为判断依据。这一问题实际上与消费者后悔权的制度平衡有关。刘可欣在研究网购消费者后悔权滥用问题时指出，消费者权利保护需要与经营者利益保护相协调[1]。如果经营者能够任意扩大“影响二次销售”的范围，消费者权益可能受到侵害；如果完全不考虑经营者的再次销售成本，则又可能造成消费者权利滥用。

3.4 不同类型商品适用统一标准存在困难

网络购物中的商品种类非常丰富，不同商品在性质、功能和使用方式上存在明显差异。例如，服装类商品通常需要消费者试穿才能判断尺码和穿着效果；电子产品需要通过开机、连接等方式检查基本功能；家具可能需要拆除一定包装才能检查商品是否存在损坏；而食品、化妆品等商品则可能涉及卫生和安全问题。如果对这些商品全部适用完全相同的商品完好标准，就可能导致不合理的结果。现行制度已经针对部分商品类型设置了不同的规定，这说明法律本身已经意识到商品差异的重要性。郑自强关于消费者后悔权制度完善的研究同样涉及商品完好标准的细化问题[2]。因此，未来进一步完善七天无理由退货制度时，可以在现有规则基础上建立更加具体的商品分类标准。

4 网络购物商品完好标准适用问题的原因分析

4.1 消费者与经营者利益存在天然冲突

商品完好标准之所以容易产生纠纷，首先是因为消费者与经营者在退货问题上的利益并不完全一致。消费者希望尽可能充分地检查商

品，以确定商品是否符合自己的购买需求；经营者则希望商品退回时保持良好状态，以便再次销售。如果商品完好标准过于倾向消费者，可能增加经营者成本；如果标准过于倾向经营者，又可能导致消费者无法真正行使七天无理由退货权。因此，这一问题本质上是消费者权益与经营者利益之间的平衡问题。

4.2 网络购物的信息不对称特点

其次，网络购物本身存在信息不对称。消费者购买商品时主要依靠经营者提供的信息，而经营者对商品具有更加充分的了解。因此，法律通过七天无理由退货制度对消费者进行一定程度的倾斜保护具有合理性。消费者收到商品之后的合理查验，是弥补交易前信息不足的重要方式。如果商品完好标准过于严格，实际上会将网络购物中的信息风险全部转嫁给消费者。因此，在判断商品完好时，应当考虑网络购物本身的交易特点。

4.3 商品类型差异较大

不同商品的合理查验方式不同，也是造成法律适用困难的重要原因。例如，对于衣服而言，试穿通常属于合理查验；对于电脑而言，开机检查基本功能也属于合理行为；但是对于某些一次性包装商品，拆封可能会直接改变商品的卫生状况或者使用价值。因此，统一的抽象标准必须结合具体商品进行解释，否则容易出现同样的行为在不同商品上产生完全不同的合理性判断。

5 网络购物商品完好标准的完善建议

5.1 明确消费者合理查验商品的权利

首先，应当进一步明确消费者合理查验商品的权利。七天无理由退货制度的重要价值，就是让消费者在收到商品之后具有一定的重新判断机会。因此，消费者在合理范围内拆封、查看、试穿或者调试商品，应当属于正常的权利行使。对于普通商品，只要消费者的行为没有导致商品本身损坏、明显污损或者功能下降，就不宜轻易认定商品不完好。例如，服装可以合理试穿，电子产品可以合理开机检查，家用电器可以进行必要的功能测试。只有消费者的行为明显超出查验商品所必要的范围，才有必要进一步判断其是否造成商品价值贬损。

5.2 根据商品性质建立差异化标准

其次，应当根据商品性质建立差异化的商品完好标准。对于服装、鞋帽、箱包等商品，可以重点判断消费者是否造成明显污损、破损以及无法恢复的使用痕迹。对于电子产品，可以重点判断消费者是否进行超出基本功能测试的实际使用，以及是否造成设备损坏、明显划痕或者个人信息残留。对于家用电器，可以允许消费者进行必要的通电检查，但不应当允许长时间作为日常用品使用。对于食品、化妆品等特殊商品，则应当更加重视卫生、安全以及商品品质受到影响的问题。通过分类判断，可以使商品完好标准更加符合不同商品的实际特点。

5.3 合理界定“影响二次销售”

再次，应当合理解释“影响二次销售”。“影响二次销售”不应成为经营者拒绝退货的万能理由。判断商品是否影响二次销售，应当从商品本身的实际状态出发，重点考察以下因素：

第一，商品本身是否发生损坏；

第二，商品外观是否存在明显且难以恢复的使用痕迹；

第三，商品的功能是否受到影响；

第四，配件、商标等是否完整；

第五，商品是否存在卫生或者安全问题；

第六，经营者能否通过合理整理使商品恢复正常销售状态。

如果商品只是包装被拆开，但商品本身仍然完好，就不应简单认定为影响二次销售。反之，如果消费者已经对商品进行了明显的实际使用，导致商品产生明显价值贬损，则可以根据实际情况限制其七天无理由退货权。

5.4 明确消费者应当遵循诚实信用原则

在保护消费者权益的同时，也应当防止消费者滥用七天无理由退货制度。消费者行使七天无理由退货权，应当遵循诚实信用原则。例如，消费者购买衣服后进行正常试穿，可以认

为属于合理查验；但如果已经穿着衣服参加活动或者长期使用，再以“不喜欢”为理由退货，就可能属于超出合理查验范围的行为。刘可欣在研究网购消费者后悔权滥用问题时，对这一问题进行了较为深入的讨论[1]。这一观点对于商品完好标准的适用具有参考意义。因此，消费者权益保护并不意味着消费者可以无限制地使用商品，而应当在法律规定的范围内合理行使退货权。

5.5 完善网络交易平台纠纷处理机制

最后，应当进一步发挥网络购物平台在纠纷解决中的作用。网络交易平台是消费者、经营者发生交易的重要场所，也最容易掌握交易过程中的相关信息。因此，平台可以通过完善退货规则、商品验收制度和纠纷处理机制，减少消费者与经营者之间的争议。例如，当经营者以“影响二次销售”为理由拒绝退货时，可以要求经营者说明商品究竟受到何种影响，而不能仅提交简单的“商品已拆封”或者“影响二次销售”说明。同时，对于消费者已经退回的商品，可以通过照片、视频、验货记录等方式固定商品状态，以便发生争议时进行判断。

6 典型问题的具体法律适用分析

6.1 消费者拆开服装包装并试穿

假设消费者通过网络购买一件衣服，收到商品后打开包装并试穿，发现颜色和尺码不符合预期，随后在七日内申请退货。对于这种情况，如果衣服没有污损、破损，也没有明显影响再次销售的使用痕迹，那么消费者的行为原则上应当属于合理查验。原因在于，消费者购买衣服之前无法通过网络准确判断衣服实际穿着效果，试穿本身就是确认商品是否符合购买目的的重要方式。因此，不能仅仅因为消费者打开包装和试穿过衣服，就直接认定商品不完好。

6.2 消费者购买电子产品后开机测试

假设消费者购买一台电脑，收到商品后拆开包装并开机检查屏幕、键盘、声音以及基本功能，发现电脑性能与自身需求不符，于七日内申请退货。在电脑没有发生损坏、划痕等明显问题的情况下，这种行为一般属于合理查验。如果经营者认为商品已经开机使用，因此影响二次销售，也不能当然成立。经营者还需要进一步说明消费者的行为是否已经超出正常检查范围，并导致商品产生明显价值贬损。这说明，“开机”本身并不必然意味着商品不完好。

6.3 消费者长时间使用商品后申请退货

如果消费者购买商品以后已经进行了明显超出合理查验范围的长期使用，例如连续使用数日甚至更长时间，再以“不喜欢”为理由申请七天无理由退货，则其行为与单纯的商品检查存在明显区别。此时，应当重点判断消费者的使用是否造成商品品质、功能、外观或者价值的明显变化。如果商品已经产生明显使用痕迹或者价值下降，就不应当简单地按照普通合理查验处理。因此，在司法实践中，应当综合考虑商品类型、消费者行为方式、使用程度以及商品实际状态，而不能只看消费者是否在七日内提出退货申请。

7 结论

七天无理由退货制度是我国网络购物消费者权益保护的重要制度。该制度通过赋予消费者一定期限内的无理由退货权，有效降低了网络购物中的信息不对称和消费风险。但是，七天无理由退货制度并不是绝对的消费者权利，其行使必须受到“商品完好”标准的限制。商品完好标准实际上承担着平衡消费者与经营者利益的重要功能。

通过本文分析可以发现，当前网络购物商品完好标准的法律适用仍然存在一定问题。首先，部分经营者容易将商品拆封直接等同于商品不完好；其次，消费者合理查验与实际使用之间的界限仍然不够清晰；再次，“影响二次销售”容易成为经营者拒绝退货的理由；最后，不同商品的性质存在明显差异，统一的商品完好标准难以解决所有具体问题。

现有研究已经从不同角度关注这些问题。刘可欣主要从消费者后悔权滥用角度分析了消费者退货权行使中的利益平衡问题[1]。郑自强则对网购消费者后悔权制度进行了系统研究，并涉及商品完好标准的完善问题[2]。此外，关于网络购物消费者权益保护、消费者知情权以及网购合同等问题的相关研究，也为进一步理解

网络交易中消费者保护提供了参考[3-5]。

因此，未来完善商品完好标准，可以从以下几个方面进行：第一，进一步明确消费者合理查验商品的权利；第二，根据不同商品的性质建立差异化的商品完好标准；第三，合理界定“影响二次销售”的具体条件；第四，要求消费者遵循诚实信用原则，防止七天无理由退货制度被滥用；第五，充分发挥网络交易平台在消费纠纷处理中的作用。

总体而言，七天无理由退货制度的核心并不是单纯地保护消费者或者保护经营者，而是在二者之间建立合理的利益平衡。只有在保障消费者合理查验权的同时，对超出合理查验范围的实际使用行为进行必要限制，才能使“商品完好”标准更加合理，也才能使七天无理由退货制度真正发挥保护网络购物消费者合法权益的作用。

参考文献：

[1] 刘可欣. 网购消费者后悔权滥用的法律规制研究[D]. 山东财经大学, 2025.

[2] 郑自强. 网购消费者后悔权制度完善研究[D]. 天津工业大学, 2025.

[3] 程诗予. 网络购物消费者知情权的权益保障机制与市场治理路径[J]. 消费与品牌传播, 2026.

[4] 贾诚祯. 数字经济时代消费者信息保护的困境与法律对策[J]. 中国价格监管与反垄断, 2026.

[5] 鲍颜为. 网购合同成立时间认定中格式条款的适用研究[D]. 贵州大学, 2025.

版权声明

© 2026 作者版权所有。本文依据“知识共享署名 4.0 国际许可协议”（CC BY 4.0）以开放获取方式发布。该许可允许使用者在任何媒介中自由使用、复制、传播与改编文章（含商业用途），惟须明确署名原作者及出处，并注明所作修改（如有）。完整协议详见：https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.zh-hans

出版声明

所有出版物中的陈述、观点及资料仅代表作者及供稿者个人立场，与 Brilliance Publishing Limited 及/或编辑人员无关。Brilliance Publishing Limited 及/或编辑人员对因内容所提及的任何理念、方法、说明或产品所导致的人身或财产损害概不负责。