

奢侈品雙標 不止「鵝」一家

內地只換不退 顧客：耍大牌涉歧視

焦點追蹤



加拿大鵝（Canada Goose）執行「內外有別」的退換貨政策，連日來在內地引發關注。記者採訪後發現，愛馬仕（Hermès）、路易威登（LV）、香奈兒（CHANEL）等內地線下門店也均執行「只換貨、不退貨」的政策，但這些品牌在海外其他市場卻通常執行購買後30天內退貨的服務。奢侈品巨頭在「退貨」問題上的「雙重標準」在內地引發熱議，某社交平台上，有關「奢侈品退貨」的帖子超過1800條，部分消費者亦詬病洋品牌耍大牌「存在歧視、退貨難」等問題。

大公報記者 倪巍晨、盧冶

上海陸家嘴的國金中心雲集了不少奢侈品牌的線下門店，記者佯裝消費者諮詢博柏利（Burberry）國金中心門店有關「退換貨政策」，客服人員回應，目前在店內購買的商品，30天內可以免費「換貨」一次，但被問及「不能退嗎」，對方給了記者全國客服的電話，工作人員表示，線下門店不能退貨。

記者在博柏利中國官網查詢時發現，線上、線下的退貨政策同樣存在差異。具體看，自配送之日起30天內在線上購買的正價商品和到貨之日起14天內的折扣商品，均可免費退貨，但退回商品要保持未使用狀態，且要有商品標籤、說明書等；此外，博柏利官網訂購的商品訂單，自到貨之日起的14天為「冷靜期」，可取消訂單，但取消訂單不適用於個性化定製商品，或在14天取消期限結束前已開始提供服務的訂單。

類似的情況並非個案，愛馬仕客服人員表示，目前線下門店購買的商品不能退貨，但購買商品的30天內可以換貨。該客服補充說，通過微信小程序及官網銷售的商品，簽收次日起7天內可以退貨，但商品原包裝必須完整，且不影響二次銷售，退貨時還需攜帶原銷售單據及發票等；此外，線上購買的愛馬仕商品，在購得後30天內可去線下門店換貨。

通過檢索官網記者發現，上述品牌在海外市場卻執行截然不同的退貨政策。以愛馬仕為例，美國線上購買愛馬仕商品，交貨日期後30天內訂單接受退款或換貨，但須保持商品原始狀態及包裝，換貨時也僅可交換等值或更高價值

的產品。

博柏利美國官網也顯示，除定製商品、穿孔珠寶配飾等部分商品無法退貨外，30天內購買的全價商品和收到後14天內的折扣商品均可免費退貨及換貨。即便是香奈兒，其美國官網上的退貨條款也明確，可以退回2022年1月4日至2月4日前的全部或部分訂單。

多數消費者知「雙標」情況

「我以前在英國或歐洲其他國家買路易威登及香奈兒這些品牌，至少都有14天-30天的退換時間，但是在內地確實存在退貨難的問題，通常是不接受退貨，抑或是期限非常短。」長春市民張女士說。

據此前有機構發布的《公眾國外品牌消費行為調查報告》顯示，有六成被訪者知道國外品牌存在「中外雙標」的現象。

「為何中國的奢侈品店退換政策如此不人性？」張女士也疑惑了很久。據她回憶，自己曾在長春路易威登門店購買過一條圍巾，考慮到要將圍巾贈與他人，張女士詢問店員如果不喜歡是否可以退貨，工作人員說：「線下門店購買商品的七天內只支持更換商品，並不支持退貨。並且在更換商品時只接受更換比原商品價格更高的商品，且需要填補差價。」張女士對這樣的政策表示很不理解，「商品並沒有影響二次銷售，吊牌等發票憑證也都在，為什麼不能進行退貨呢。難道在中國購買的奢侈品真的成為了一次性產品？」



12月1日，上海市消保委因退貨條款問題約談了加拿大鵝公司。網絡圖片

跨省鑒定維權 質量出問題仍拒退貨

售後服務

除了政策區別對待之外，個別國際品牌的商品出現質量問題，消費者維權也存在一定操作性的難度。

吉林省長春市市民楊女士向記者表示，她在吉林省內GUCCI店買過一條白色和咖啡色撞色的裙子，送去乾洗店進行清洗，按照商標洗滌標準清洗後，裙子上的咖啡色染到白色部分上。楊女士到GUCCI的品牌方進行售後處理，品牌方要求到質檢中心鑒定後，再赴吉林省GUCCI店進行售後處理。

質檢中心鑒定後，確認該條裙子確實存在質量問題。在後續的協商過程當中，即使商品有質量問題已成為既定事實，但品牌方依舊未做出退貨處理。品牌方所給出的解決辦法為，可在店內換購相似價位商品，但超出該價位價格部分需自己補充，低於該價位商品差價拒絕退還。楊女士認為經過跨越兩省反覆溝通認證，商品質量問題已成事實後，商家依舊拒絕退貨，該事件本身便存在不合理性。

大公報記者 盧冶

▼奢侈品巨頭在「退貨」問題上的「雙重標準」在內地引發熱議。圖為去年10月，遊客在一間奢侈品品牌門店外排隊購物。資料圖片



奢侈品退貨「內外有別」

愛馬仕（Hermès）

內地市場政策：線下購買商品不能退貨，購買商品的30天內可以換貨，但不能影響二次銷售。線上購買的商品，簽收次日起7天內可退貨，30天內可去線下換貨，但不能影響二次銷售。

海外市場政策：美國線上購買愛馬仕商品，交貨日期後30天內訂單接受退款或換貨，但須保持商品原始狀態及包裝，換貨時也僅可交換等值或更高價值的產品。

路易威登（LV）

內地市場政策：線下購買商品不能退貨，購買後30天內未使用，且不影響二次銷售可在線下換貨，但要換到的商品價格需高於或等於此前選購的商品價格。線上購買商品7天內可退貨，換貨政策與線下一致。

海外市場政策：路易威登中國香港地區的消費者，取消訂單、退回產品並解除合同的時間為14天，在美國、英國為30天。

博柏利（Burberry）

內地市場政策：線下購買商品不能退貨，購買商品30天內可免費換貨一次。線上購買的正價商品、折扣商品，分別在配送之日起30天和14天以內免費退貨；官網訂購商品訂單有14天冷靜期，可取消訂單，定製商品或14天冷靜期結束前已提供服務的訂單除外。

海外市場政策：除定製（定做）商品、穿孔珠寶配飾等部分商品無法退貨外，30天內購買的全價商品和收到後14天內的折扣商品均可免費退貨及換貨。

香奈兒（CHANEL）

內地市場政策：線下購買的時裝、包包等商品不能退貨，購買之日起開始的14天內可以換貨，但需要在線下檢查產品狀態是否良好；線上未有相關商品銷售渠道。

海外市場政策：可以退回2022年1月4日至2月4日前的全部或部分訂單。

大公報記者倪巍晨整理

市場成熟 將改變「店大欺客」現象

專家解讀

中國與歐美奢侈品市場不同在發展階段、不同的市場競爭度，以及不同的商家與消費者地位，造成了奢侈品「退換貨」政策的「內外有別」。分析人士相信，儘管目前中國奢侈品市場正處成長階段，但隨着中國經濟的持續發展，奢侈品在內地的地位也會改變，客大欺店、售後服務「內外有別」的情況終會改變。

「奢侈品品牌在國內外市場執行不同的『退換貨』政策，主要原因是各個國家之間的標準並不相同。」盤古智庫高級研究員江瀚從市場角度分析說，對奢侈品巨頭而言，退換貨政策方面差異，某種意義上也是整個市場變化的一個過程。他並指，所有企業都是趨利避害的，他們都想用「更低的成本，獲得更多的收益」，正因如此，才會在不同市場制定並執行不同的「退換貨」政策。

內地獨立經濟學家王赤坤也認同，中國奢侈品行業正處「賣方市場」階段。他認為，若將奢侈品視為一個行業，那目前該行業在內地正處成長期，由於市場競爭並不非常激烈，因此奢侈品巨頭具有一定話語權，一些品牌存在「對消費者強勢、客戶體驗差、有店大欺客」等情況。相比較而言，歐美奢侈品市場已處在成熟期，行業消費也達到了峰值，市場競爭更是進入了白熱化，由於「歐美市場奢侈品行業的紅利已經過去，巨頭只能挖空心思拼運營，需要在退換貨時給予消費者更好的體驗」。

王赤坤補充說，具體到「加拿大鵝」，隨着未來中國奢侈品市場發展到成熟期，發展紅利消失後，品牌主營業務增長也將乏力，「加拿大鵝」將在有限的「存量市場」中拚殺，且為提升經營能力和業績，品牌方也將改善並提高客戶體驗，改變「店大欺客」的局面。

大公報記者 倪巍晨

國際大牌「顧客至上」在哪裏？

記者手記

「顧客優先、顧客總是對的」很早就成為海外市場的營銷理念，但國際大牌進入內地市場後，卻在商品售後面執行「雙重標準」，他們一邊享受着中國市場不斷增長的消費紅利，一邊卻執行着「內外有別」的退貨政策，這不得不令人疑惑，誰給了他們「耍大牌」的底氣。

查閱海外奢侈品官網不難發現，除去特定商品，大部分商品在不影響二次銷售的條件下，允許在購買後特定時間段內退貨，這種「顧客至上」的服務理念，卻並未在中國得到執行，雙重售後標準留給內地消費者的是國際大牌高高在上的傲慢姿態。

在任何國家或地區開展投資或商業運營，都需尊重當地的法律、法規，奢侈品品牌同樣不能例外。中國的《消費者權益保護法》明文規定，經



LV等內地線下門店執行的「只換貨、不退貨」政策。網絡圖片

營者提供的商品或者服務不符合質量要求的，消費者可以依照國家規定、當事人約定退貨，或者要求經營者履行更換、修理等義務。沒有國家規定和當事人約定的，消費者可以自收到商品之日起7日內退貨；7日後符合法定解除合同條件的，消費者可以及時退貨，不符合法定解除合同條件的，可以要求經營者履行更換、修理等義務。

大牌們應該明白，在中國賺錢首先要學會尊重，學會一視同仁，不尊重中國消費者的基本權益，甚至不尊重中國相關的法律法規，最終只會失去市場。

大公報記者 倪巍晨



11月8日，在第四屆進博會消費品展區，LVMH路威酩軒展區的工作人員整理展出的FENDI箱包。中新社