

仅退款规则调整有何影响

4月22日，多家电商平台宣布对“仅退款”规则进行重大调整，引发广泛关注。

此前，随着国内电商平台进入激烈的存量竞争阶段，各大平台陆续推出“仅退款”服务，旨在提升消费者购物体验、保障消费者权益。但在实施过程中，这项措施却引发了诸多争议。多位专家表示，取消无序的“仅退款”有助于电商行业从低价竞争回归良性竞争，保障商家的经营公平，释放消费活力，促进平台经济健康发展。



多平台告别“仅退款”

什么是仅退款？“仅退款”服务是指消费者在电商平台购物过程中，如遇商品质量问题、与描述不符等情况，在符合平台相关政策的情况下，可以向卖家提出仅退款不退货的一种售后服务。

2023年以来，多家电商平台在售后服务规则中增加“仅退款”条款。一时间，“仅退款”成为电商平台比拼规则、争夺用户的焦点。随着实践的深入，一

些问题也逐渐暴露出来。最突出的问题就是该政策被一些消费者恶意利用，形成了所谓的“薅羊毛”现象，甚至滋生了职业诈骗团伙，严重损害了商家的利益，也影响了平台的信誉和正常运营。

提升商家售后自主权，对优质店铺减少或取消售后干预；明确详细的审核流程，规定商家应在用户提交“仅退款”申请后的一定时限内进行处理……事实上，此前，快手、淘宝、拼多多等多家电商平台已对“仅退款”服务进行了调整。而此次电商平台集体更新售后规则，使得备受争议的“仅退款”再次迎来新一轮的调整优化。据悉，为平衡实现商家权益保护与消费者体验提升，经过此次调整后，不少平台称将不再主动介入消费者在已收到货后的仅退款不退货申请，转而由商家与消费者进行协商处理。

中国国际电子商务中心电商首席专家李鸣涛表示，平台单纯的低价导向竞争造成了一系列的问题，比如退货率上升、“羊毛党”涌现，一些商家出现利润大幅下滑甚至退网关店现象，消费者购物体验下滑，这些都背离了平台出台“仅退款”规则的初衷，此次平台对包括“仅退款”在内的规则进行调整优化是平台生态修复的必然选择。

规则缺陷导致滥用

李鸣涛表示，“仅退款”的初衷是在消费者发现网购商品存在问题且退货成本较高的情况下，可申请仅退款以保障自身权益，同时警告不良商家如果商品出现问题有可能货款两空。但在具体执行过程中，部分平台出于“讨好”消费者需要，违背了规则的公平性，比如不给商家申诉机会甚至主动诱导消费者采用仅退款解决售后纠纷等，形成了大量的规则漏洞，这些漏洞被“羊毛党”利用，造成商家的大量损失，让“仅退款”规则变得“寸步难行”。

消费者刘云告诉记者，自己之前在某平台网购了一把电锯，因为使用问题和售后客服进行沟通时，客服服务态度较差，在聊天界面投诉时，平台自动触发仅退款的弹窗，询问是否需要仅退款。“我是想就客服服务态度的问题向平

台投诉，并不是要退款，但是不知道为何触发了仅退款功能。”刘云说。

生鲜商品是“仅退款”规则滥用的重灾区。不少售卖鲜花、水果的商家反映确有消费者在收到货后申请仅退款，联系买家上传图片却被拒绝，平台介入为其提供了仅退款服务。太原师范学院经济与管理学院教授安祥生表示，当前“仅退款”在不同电商中发生的概率也有差别，一些低价商品多的平台情况更严重一些。早期“仅退款”规则设计存在一些缺陷，对适用场景缺乏明确规定，消费者可随意编造理由申请仅退款，这就容易导致“仅退款”规则的滥用。去年9月1日正式施行的《网络反不正当竞争暂行规定》明确禁止平台不合理限制商家的行为，这一政策的实施推动了各平台对“仅退款”规则的调整。

创建健康电商生态

面对“仅退款”规则带来的诸多问题，如何打造良性健康的平台生态，成为电商行业健康发展面临的重要课题。

去年11月，市场监管总局约谈6家电商平台，通报其“仅退款”规则挤压商家生存空间，助长低质低价竞争风气等问题。今年全国两会期间，国家市场监督管理总局局长罗文表示，针对平台滥用“仅退款”规则造成商户货款两空的突出问题，将督促平台明确规则的适用范围和具体情形，保障商户正当权益。针对平台实施自动限价、全网最低价规则，造成内卷式竞争的突出问题，将督促平台规范促销行为，保障商户自主经营权。

在寻求消费者权益保护和商家利益的平衡中，平台扮演了重要角色。

李鸣涛表示，当前电商市场的竞争日趋激烈，这种竞争不能仅争夺流量，平台企业也不能简单地依靠流量分发规则盈利，应该把竞争的焦点聚焦在平台生态核心能力的打造上，并将其作为平台、商家、消费者及服务商的共同体，让不同参与方良性互动和共赢发展，只有如此，平台生态才有活力，才能可持续。这在当前流量红利减弱、消费者对线上消费综合服务体验要求越来越高的背景下显得尤其重要，也是保障电商产业实现更加可持续发展的重要基础。

对此，李鸣涛建议，一方面，要出台规范措施对不合理的平台规则进行限制，如可要求平台规则调整要按照相关法规向平台生态多主体进行公示，保障规则的公平性。也可引入社会化机制对平台规则开展第三方评估等，同时引入社会治理措施，发挥行业自律、社会监督机制的作用。另一方面，加强对建设良性健康电商平台生态的引导，鼓励平台主动投入加大技术、数据、资源等方面的服务能力建设，让平台贡献更多的社会经济价值。

安祥生认为，顺应数字经济时代的要求，平台要从“单边保护”向“生态重构”转变，平衡消费者和商家利益，通过技术驱动治理升级、精细化管理，构建“保护合理权益、遏制恶意行为、促进公平交易”的平台新生态。

（来源：《经济日报》）

人工智能重塑农业有更多可能

人工智能意味着现代农业的更多可能，但是AI不能脱离其他科技单独作用于农业。AI要为农业和农民增加产量、提升品质、畅通销售、提高收入服务，让人看到实际效果才有市场。

有了人工智能，农业越来越时髦。江苏苏州支持“AI+农业”大模型建设，单项最高给予100万元奖励，目标是到2027年形成15个“AI+农业”大模型；广东茂名荔枝产业大数据平台完成DeepSeek本地化部署，病虫害诊断更高效；吉林省蛟河市某村党支部书记教村民用AI解决生产问题，在网络上走红。

人工智能是农业的好帮手。在种业领域，可优化育种策略，加速育种进程；在养殖领域，可实现精准饲喂、预测出栏。AI赋能农业，体现在种植、养殖、种业等领域，也作用于仓储加工、流通销售等环节。数字化感知、智能化决策、精准化作业、社会化管理，农业所缺，恰是AI所长。农业发展面临的一些两难、多难问题，需用智能化手段破解。今年以来，国产大模型加快应用，降低了农民信息获取的门槛。未来，当AI病虫监测精准度超越人眼，当猪脸识别让生猪拥有数字档案，“农业=落后”的传统观念将被打破。

人工智能赋能千行百业，但从现实情况看，农业受益程度小于工业和服务业。当前AI在农业领域应用总体还在试验示范阶段，只是盆景而非风景。究其原因，一是缺乏优质数据。大模型要有数据支持，然而农业面对的是分散的主体、细碎的地块、琐碎的农事，数据质量不高，共享也难。二是应用成本偏高。农业的周期长、比较效益低，开发维护AI系统成本较高，短期较难形成完整商业模式。三是装备支撑不足。农业的很多领域和环节连机械化都没完全实现，更谈不上智能化。除农业无人机领跑全球外，其他智慧农机应用仍处于起步阶段，势必影响AI落地。



人工智能不是万能灵药，不能夸大其对农业的作用。“AI+农业”是智慧农业的一个部分，与互联网、物联网、大数据、区块链等信息技术，与水肥一体、种肥同播、合理密植等农业科技，共同驱动农业进步。传统农业生产靠天吃饭，智慧农业使人更能动；物联网实现远程管理，区块链助力全程追溯，大数据辅助智慧决策，人工智能意味着现代农业的更多可能。但是，AI不能脱离其他科

技单独作用于农业。说到底，AI要为农业和农民增加产量、提升品质、畅通销售、提高收入服务，让人看到实际效果才有市场。

人工智能这剂良药也需要良好的产业配套和健全的制度环境等“药引子”才能发挥最大效果。作为最古老的行业，农业与AI结合并不简单。耕地相对集中连片，农业基础设施健全，新型主体培育程度较好，农业社会化服务健全，这些都是农业领域人工智能应用的前提。AI在农业领域的进一步应用，既与人工智能本身的技术突破和产品创新有关，也与农业农村的软硬件环境改善有关。要形成鼓励创新、尊重创造的氛围，给各类农业主体以稳定的政策预期，让其敢投敢用。

人工智能与农业融合，也为我们观察农业与其他产业关系提供了新视角。农业为二三产业提供了初级产品，也需要其他产业反哺，把其他领域的先进技术和管理经验导入农业。我国农业领域人工智能的应用与国际先进水平存在显著差距，要以人工智能为牵引，研发具有自主知识产权的智慧农业技术体系。以真实农业应用场景为目标，加速技术装备熟化应用，瞄准低成本、易操作、降低门槛，造福农户。培育一批人工智能农业科技领军企业，引导科研机构与制造企业开展合作，多方协作、长期投入。可以预期，未来农业将进一步依赖算法、算力、数据和智能装备。

“屏幕轻点万亩绿，月下耕耘智慧犁，欲问丰年何处觅，智慧新篇已破泥”，这是DeepSeek描述未来农业的诗行。诗词因想象而美好。不过，推动人工智能从盆景走向风景，需要脚踏实地，久久为功。要看到，农业是慢变量，说AI重塑农业也好，说AI变革农业也罢，都不能浮躁，更不能一哄而起、一哄而散。对此，各地务必要有清醒认识。

（来源：《经济日报》）

一季度我国黄金市场稳健运行

中国黄金协会4月28日发布数据显示，今年一季度，在黄金价格持续上涨的背景下，我国黄金产量稳步增长，金条和金币投资需求加大，黄金市场成交量、成交额呈现大幅增长趋势。

从生产端看，2025年一季度，我国原料产金87.243吨，比2024年一季度增加1.284吨，同比增长1.49%，其中，黄金矿产金完成61.772吨，有色副产金完成25.471吨。另外，2025年一季度进口原料产金53.587吨，同比增长0.68%，加上这部分进口原料产金，全国共生产黄金140.83吨，同比增长1.18%。

一季度，黄金企业紧抓价格上涨带来的契机，进一步降低入选品位，最大限度利用金矿资源，黄金产量稳步增长。”中国黄金协会有关负责人表示，海域、沙岭等重点金矿项目快速推进，重点黄金企业积极调整黄金生产布局，推进智能矿山、绿色矿山建设。我国大型黄金集团积极推进“走出去”发展战略，加快并购步伐。

3月10日，赤峰吉隆黄金矿业股份有限公司在香港联合交易所有限公司主板挂牌上市，成为国内第3家“A+H”双平台上市的黄金企业。2025年一季度，我国大型黄金集团境外矿山实现矿产金产量18.485吨，同比增长13.14%。

山东招金集团金精炼有限公司副经理梁永慧认为，金价上涨时，矿山企业生产成本变动不大，而单克利润将持续增加，矿山企业往往抓住价格上涨机

遇提升产量，增加企业利润。

在消费端，一季度我国黄金消费量290.492吨，同比下降5.96%。其中，黄金首饰134.531吨，同比下降26.85%；金条及金币138.018吨，同比增长29.81%。

对于消费端的表现，中国黄金协会有关负责人认为，受高金价抑制，黄金首饰消费需求持续疲软，古法金、硬足金和小克重金饰更为紧俏。多重因素影响下，黄金避险保值功能进一步凸显，民间金条和金币投资需求快速大幅度增

长。工业用金随着高金价影响，呈现小幅下滑趋势。

“高金价一定程度上会抑制消费端购买力，黄金首饰因加工费高、品牌溢价及消费属性强，除了结婚刚需，整体需求下滑明显。而金条及金币因投资属性强、加工费低，兼具储存与变现优势，在地缘政治动荡、经济不确定性加剧背景下，受避险和投资需求推动实现增长，加之央行持续购金、保险资金入市，带动了需求提升。”梁永慧说。

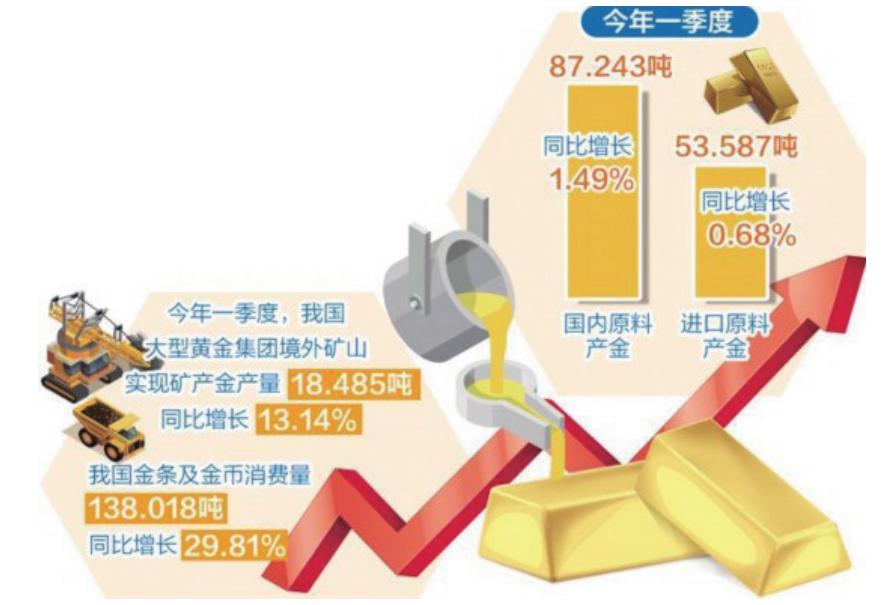
一季度，我国黄金市场成交量、成交额呈现大幅增长趋势。上海黄金交易所全部黄金品种累计成交量双边1.6万吨，同比增长4.57%，成交额双边10.7万亿元，同比增长42.85%；上海期货交易所全部黄金品种累计成交量双边5.54万吨，同比增长91.17%，成交额双边30.52万亿元，同比增长143.69%。2025年一季度，国内黄金ETF持仓增长23.47吨，至3月底，国内黄金ETF持有量为138.21吨。

2月7日，国家金融监督管理总局印发《关于开展保险资金投资黄金业务试点的通知》，明确保险公司可以中长期资产配置为目的，开展投资黄金业务试点。

3月25日，工商银行北京市分行联合中国人寿保险股份有限公司，在新政框架下完成全国首笔保险资金黄金投资询价交易。

东方金诚研究发展部分析师瞿锐表示，考虑到美国经济下行压力加大，关税政策反复，叠加资金加速向非美市场外流，短期内美元弱势局面或将延续，加之欧央行如期降息或提升美联储降息概率，美元走弱及降息预期均对金价形成有力支撑。不过，随着金价上行至历史高位区间，可能引发部分资金获利了结。同时，地缘政治局势变化等因素也会加剧金价波动。

“若金价进一步走高，对我国黄金市场将产生多维度影响。”梁永慧认为，从生产端看，矿山企业短期内利润显著增长，有望加大勘探开采投入，但面临国内资源品位下降、环保成本上升等挑战，因此将加快海外资源并购。从消费



端看，消费结构或进一步向投资金条和金币转移。投资者端黄金ETF投资规模与期货等衍生品交易活跃度也会相应增加。

（来源：《经济日报》）