

运费险登上电商大促风口浪尖背后：“商家忙了个寂寞”与“羊毛党获利”



视觉中国图片 制图/韩景丰

“退货运费险初衷是为缓解网购过程中因退换货而产生运费纠纷，提升消费者购物体验，本身是个好事儿。然而，随着竞争加剧，平台为了吸引消费者，将退货运费险逐渐变成了强制性要求，大大增加了商家的经营压力。”正值6·18电商大促销活动期间，女装品牌茵曼母公司广州汇美时尚集团创始人方建华近日在其个人公众号上发表的《呼吁有关部门介入打击“强制运费险”》使得运费险再次受到关注。

中国证券报记者调研了解到，强制开通运费险使得商家的退货率增加，退货率增加又推高运费险成本，商家运营成本有所增加。运费险的规则漏洞也催生出一批“羊毛党”，通过赚取运费险实际赔付金额与退货运费金额的差价来“薅羊毛”，并形成产业链。

● 本报记者 陈露

强制运费险带来退货率上升

退货运费险是在买卖双方产生退货请求时，根据合同约定对发生退货时的单程退货运费承担赔付责任的保险。据中国证券报记者了解，当前退货运费险分为卖家退货运费险和买家退货运费险两类，卖家退货运费险一般由商家购买后赠送给消费者，买家退货运费险则需要由消费者自费购买。

自2010年华泰保险推出退货运费险以来，退货运费险的承保主体不断扩容，据不完全统计，当前已有华泰保险、众安在线、泰康在线、国泰财险等多家公司推出退货运费险。从部分保险公司披露的数据来看，退货运费险业务保费收入近几年实现较快发展。比如，众安在线2023年年报显示，2023年，众安在线的退货运费险实现保险服务收入64.68亿元，较2022年增长超30%。

退货运费险的推出改善了消费者的购物体验，也成为平台及商家吸引消费者的一大卖点。今年6·18期间，部分电商平台推出“取消预售”“跨店满减”“官方立减”等活动，同时支持全程价保、免费提供运费险等吸引消费者。不过，记者调研了解到，多家商家表示，平台强制要求商家开通运费险，导致退货率上升，退货率的上升又进一步推高商家运费险成本，增加商家运营成本。

一位卖饰品的商家赵女士告诉记者，以前平台搞大促销活动，商家可以自行选择是否提供运费险，但是近两年随

着竞争加剧，不少平台强制卖家开通运费险，这一规定让商家陷入两难境地。“商家必须开通运费险才能参加大促销活动，当然商家也可以不参加。参加大促导致退货率上升，增加运营成本，但是不参加活动又少了流量。”赵女士说。

赵女士算了一笔账，“小饰品的客单价很低，我的运费险成本为每单1.8元，6·18期间打五折为0.9元，再加上包邮运费、包装耗材等成本，每单成本达到5-6元。”

另一位卖医疗器械和美肤个护的商家陈先生告诉记者，强制运费险导致退货率上涨。陈先生根据店铺后台数据统计，他店铺的医疗器械类产品退货率从10%增长到30%，美妆类产品退货率从15%增长到40%。“退货率上涨后，运费险成本也会随之增加，有的商品运费险成本从1元涨到了2元，有的从2元涨到了3元。”

电商平台这一强制要求是否合理？中国精算师协会创始会员徐昱琛告诉记者，根据相关规定，除了强制保险之外，其他保险都应该是基于自愿原则购买。电商平台强制要求商家购买保险可能涉嫌违反相关规定。

北京市京师律师事务所合伙人律师卢鼎亮表示，运费险的初衷是为了解决网购过程中因退换货而产生的运费纠纷，以提升消费者的购物体验，但是运费险不应该成为平台的强制性要求。平台应该优化规则，对是否投保运费险赋予商家选择权。

规则漏洞招来“羊毛党”

根据退货运费险的相关规则，若买家在一定时间内退换货，可按照保险公司的理赔标准给予消费者一定赔付。多家平台在退换货方面，提供上门取件、自行寄回等不同方式。记者调研了解到，有些不法分子通过下单再退货的方式，利用运费险的漏洞“薅羊毛”，赚取退货快递费与运费险赔偿的差价，甚至形成了一条产业链。

做“薅羊毛”生意的李先生告诉记者，他目前在跟一些愿意“薅羊毛”的买家合作，买家通过自己的电商平台账号进行购物、申请退款等操作，他本人进行快递的代收、代退货工作，可以共同赚取快递费和实际赔付金额之间的差价。据李先生透露，他跟当地的快递公司合作，批量进行快递发货的成本比买家自己发快递的成本更低。

在分成上，李先生介绍，会根据每个订单实际赔付金额向商家收取快递费用。“比如，一单运费

险赔付了10元，我收取6元的快递费，但是我的快递发货成本低于6元，我赚6元和快递成本之间的差价，买家能赚到的差价是4元。”李先生说，运费险能赔付的金额越高，向商家收取的费用就越高，同时双方能赚到的差价越多。

一些淘宝商家也关注到了运费险“薅羊毛”的现象。据陈先生介绍，以淘宝平台为例，退货运费险目前只是赔付买家退货快递的首重部分，金额为10元至12元，但是很多小商品不会超重，有部分买家就靠这个漏洞非法获利。他们与当地快递公司合作，进行批量退货，从快递站点寄出这样的一单快递只需要两三元，相当于商家批量发货的快递成本，买家退货后运费险会返还10-12元，一单就能获利7-10元。

陈先生表示，现在互联网技术发达，有人开发了软件进行自动化批量操作，自动下单、自动申

请退货。

不过，对于消费者来说，“薅羊毛”并非完全没有风险。李先生介绍，电商平台会记录买家的消费行为，包括下单次数、退货次数、退货率等数据，如果系统识别到某一个账号在一段时间内频繁下单、退货，会判定这个账号有问题。后续买家在购买商品时可能不被赠送运费险，更严重一些的，会被封账号。

对于这一现象，中国企业资本联盟副理事长柏文喜表示，运费险的赔付机制不够完善，导致一些消费者利用这一机制骗取赔款。中国保险学会法律专业委员会委员、兰台律师事务所高级顾问王德明认为，这种“薅羊毛”行为利用了退货险的规则漏洞，本质上违背了保险法的最大诚信原则，属于诈骗。保险公司应当完善承保及理赔规则，对于保险欺诈行为应该严厉打击。

探索更合理的运营模式

业内人士认为，为推动运费险更好地发展，需要进一步推进精细化管理，通过大数据分析，实现费率率的动态调整；探索更合理的运费险模式，实现消费者、商家和平台的共赢。

业内人士认为，实现运费险的合理定价是运费险可持续发展的一大关键要素。北京社科院研究员王鹏表示，如果运费险费用过高，会降低消费者和商家的购买意愿。需要对运费险进行合理定价，既能保证保险公司利益，又不给消费者和商家造成过大负担。

知名战略定位专家、福建华策品牌定位咨询创始人詹军豪认为，后续可进一步优化保费定价机制，根据商家和商品的实际情况更加精准定价；简化理赔流程，提高效率 and 用户体验；加强与物流等相关行业的协同合作，更好地适应不同场景需求；不断完善规则，堵住漏洞，防止恶意利用行为。

平台方亦需要发挥相关作用。上文提到的商家陈先生表示，电商平台作为提供交易媒介的第三方，推出利好消费者的政策，作为商家也是喜闻乐见的，因为可以增强买家的购买意愿。但是对于

平台来说，需要在满足消费者利益和维护商家利益之间进行平衡。

对于防范“薅羊毛”行为，卢鼎亮认为，应当进一步优化保险赔付机制，例如根据实际发生的退货频率和成本调整保费，减少固定保费的滥用；强化风险控制，保险公司可以与电商平台合作，利用大数据分析，识别异常退货行为，对高风险用户采取限制措施；提升消费者教育，通过教育消费者了解运费险的真实价值，避免滥用与恶意骗保；加强对退换货流程的监管，确保消费者通过正规渠道进行退换货。



保险资管服务新质生产力

国寿资产于泳：发挥耐心资本优势 赋能新质生产力

编者按

保险资金具有长期稳定的优势，在持续加大对新质生产力重点领域融资支持方面，有巨大空间可发掘。当下，保险资管行业管理资产规模已突破24万亿元，行业持续发展壮大，产品服务不断迭代更新。中国证券报今起推出“保险资管服务新质生产力”专栏，分享业内多位保险资管公司“掌舵人”对险资支持新质生产力发展的前沿看法，为行业探索可复制可推广的经验。

● 本报记者 陈露

科技创新是发展新质生产力的核心要素，科技金融是推动科技创新发展的主要支撑。中央金融工作会议将科技金融作为五篇大文章之一，强调把更多金融资源用于促进科技创新。

中国人寿资产管理有限公司（简称“国寿资产”）党委副书记、副总裁（主持工作）于泳近日在接受中国证券报记者专访时表示，作为经济的源头活水，金融要高效赋能新质生产力培育和壮大，而保险资金作为市场稀缺的耐心



中国人寿资产管理有限公司党委副书记、副总裁（主持工作）于泳

公司供图

资本，能够很好契合科技创新企业的融资需求，为科创企业提供全周期金融服务。

提供全周期金融服务

于泳表示，相较于其他活跃在金融市场的资金，险资天然具有看重中长期、服务长远利益的基因，在助力培育战略性新兴产业、未来产业、支持新质生产力发展过程中，具有义不容辞的社会责任。

在于泳看来，险资可以为科创企业提供全周期金融服务。“具体来看，保险资金可以通过

股权投资或非标债权对科创产业园及各类科技基础设施进行投资；在初步应用化及产业孵化阶段，开展股权投资；而进入相对成熟的产业化阶段后，保险资金则可通过股权投资，以及投资以股票和公募基金为代表的二级市场，提供更加精准有效的支持。”于泳进一步解释。

以国寿资产为例，据于泳介绍，作为中管金融企业的主要投资子公司，国寿资产充分发挥保险资金基因优势，立足专长、精准发力，充分发挥品种投资优势，加快投资能力建设，聚焦重点领域加大对科技创新的支持力度，赋能新质生产力发展。国寿资产成立了专注于信息技

术、先进制造、生物医药等科技行业的跨部门投研互动小组，加强对科技相关产业的全面理解与认识，促进提升科技领域的投资比重和决策质量。

做科创企业发展“陪伴者”

于泳认为，除了通过投资加强对科技型企业的支持外，保险资金还可以在积极参与投资者教育、深度参与被投科创企业发展中更好地发挥自身优势和作用。

一是积极参与投资者教育，带动社会资金更多投向科创企业。于泳认为，在投资者心目中，保险资管机构具有投资能力强、投资风格稳健的特点。保险资金可通过投资行为将资金有效转化为资本，进而稳固科技企业的估值，为科技企业后续获得融资提供强有力支持。

“在投资者教育系列活动中，保险资管机构可进一步宣扬科技金融理念，讲好新型举国体制故事，为资本助力新质生产力塑造更优环境。”于泳表示。

二是深度参与被投科创企业发展，做科创企业发展的“陪伴者”。“保险资金作为投资人，可以立足专业，从资本市场角度为被投公司提出切实可行的市值管理方法，提供专业金融咨询服务，积极促进上下游公司业务协同，提升被投企业的公司治理能力，真正实现资本到资产的良性循环。”于泳说。

推动“资金—资本—资产”循环

保险资金作为现代金融体系中重要的源头活水，是宏观经济的重要参与者和长期投资者，

但由于审慎运用原则与新兴产业高成长、高风险、收益分布不均匀等特征不尽匹配，目前保险资金在服务新质生产力发展上还存在一些卡点和困难。

于泳认为，保险资金应着眼于中国经济中长期发展，深刻把握产业转型中的“新”和“质”，充分发挥品种投资优势，加快投资能力建设和投资模式创新，与落实五篇大文章相结合，推动“资金—资本—资产”三资循环，畅通资金流转过程中的堵点，赋能新质生产力发展。

针对科技领域天然的高风险特征与保险资金要求稳定可预期回报之间存在的矛盾，国寿资产加强主动投研管理能力。针对不同科技企业所处阶段、特性和需求，国寿资产综合运用债权投资计划、股权投资计划、资产支持计划等多种产品积极投资于科技自立自强和战略性新兴产业领域，落地一批精品项目，为科技企业提供金融支持。

于泳介绍，截至2024年一季度末，国寿资产合并管理资产规模超5.6万亿元，受托系统内账户支持现代产业体系发展规模1.66万亿元，支持战略性新兴产业（即科技自立自强）规模2034亿元，支持先进制造业规模879亿元，支持绿色投资规模3948亿元，支持“两新一重”规模3825亿元。

于泳表示，下一步，国寿资产将深入贯彻落实党中央决策部署，强化金融强国建设使命担当，做好做优科技金融文章，充分发挥行业“头雁”引领作用，打造国寿资产特色科技金融服务生态，着力突破保险资金服务科技自立自强的堵点、卡点，助力加快培育新质生产力发展，不断提升服务实体经济质效。