

美瞳客服知识库与售后话术手册

适用范围：彩色隐形眼镜（美瞳）店铺客服、私域客服
版本说明：V2.0。本版在《美瞳售后回复原则与客服话术（初版）》基础上整合扩充，保留了初版的售后回复原则与二十个常见问题场景，并补齐了产品知识底座、合规要点、售前话术与售中话术。

使用说明

本手册分五篇，客服可按场景直接检索：

篇目	内容	主要用途
第一篇	基础知识	产品参数、材质工艺、使用周期、花色、眼部健康、护理规范
第二篇	合规要求	监管资质、宣传禁语、售后政策边界
第三篇	售前话术	接待、需求采集、花色推荐、禁忌确认、促单
第四篇	售中话术	库存时效、订单核对、正品答疑、物流告知
第五篇	售后话术	回复原则、退换判定、资料核验、升级机制、二十个常见问题
附录	速查工具	快捷话术表、禁语清单、依据与注释

- 四条使用要点：**
- 话术中的方括号 [] 须替换为实际内容后再发送给顾客
 - 涉及眼部症状时，一律坚持"停戴优先、就医优先"，客服不做任何诊断，不推荐任何药物
 - 不为息事宁人随意加赔；也不因顾客情绪激烈就拒绝本应承担的责任
 - 店铺基本售后规则由店铺提供，手册中的检查步骤与话术供处理时参考。若店铺限制与适用法律或平台要求冲突，按法律和平台要求办理

目录

第一篇 基础知识篇

- 第 1 章 产品参数：六大核心参数、参数失配表现、度数换算、散光处理
- 第 2 章 材质与工艺：水凝胶 vs 硅水凝胶、着色工艺与安全
- 第 3 章 使用周期：各周期对比与推荐人群
- 第 4 章 花色知识：花色类型与上眼规律
- 第 5 章 眼部健康常识：角膜供氧、不适排查、并发症识别、禁忌人群
- 第 6 章 佩戴与护理规范：佩戴摘取流程、护理液使用规范

第二篇 合规要求篇

- 第 7 章 三类器械监管与资质
- 第 8 章 宣传合规与广告法禁语
- 第 9 章 售后政策合规要点

第三篇 售前话术篇

- 第 10 章 开场接待
- 第 11 章 需求采集四问（常规询问、散光、度数换算、基弧、直径）
- 第 12 章 花色推荐与预期管理
- 第 13 章 禁忌确认与风险提示
- 第 14 章 促单与异议处理

第四篇 售中话术篇

- 第 15 章 库存与时效
- 第 16 章 订单核对
- 第 17 章 正品答疑与资质展示
- 第 18 章 发货与物流告知

第五篇 售后话术篇

- 第 19 章 售后回复总原则
- 第 20 章 退换判定标准
- 第 21 章 拆封认定与期限计算
- 第 22 章 半年抛的处理边界
- 第 23 章 佩戴不适的第一动作
- 第 24 章 资料核验五步法

第六篇 二十个常见问题话术

- 常见问题一 商品能不能退换（问题 1 - 4）
- 常见问题二 镜片异常和佩戴不适（问题 5 - 8）
- 常见问题三 资料怎么提供，再次申请怎么查（问题 9 - 12）
- 常见问题四 镜片怎么留，答应的事情怎么办（问题 13 - 16，含费用类详细流程）
- 常见问题五 费用和意见不一致怎么处理（问题 17 - 20）

附录

- 附录 A 快捷话术速查表
- 附录 B 客服禁语清单
- 附录 C 依据与注释

第一篇 基础知识篇

第 1 章 产品参数

1.1 六大核心参数

客服必须能逐个向顾客解释清楚以下参数：

参数	含义	常见取值
BC 基弧	镜片内表面的弯曲弧度	8.4 – 8.6mm
DIA 直径	镜片总直径	13.8 – 14.5mm
G.DIA 着色直径	真正决定"放大多少"的指标	13.0 – 13.8mm
含水量	镜片含水比例	38% – 55%
中心厚度	镜片中央厚度	0.04 – 0.09mm
透氧量 Dk/t	角膜获氧能力的核心指标	越高越好

透氧量参考：日戴型建议 Dk/t 不低于 24（Holden-Mertz 标准），硅水凝胶通常可达 80 – 160+。每天佩戴超过 8 小时的顾客，优先推荐硅水凝胶。

1.2 参数失配的典型表现

这是售后排查的第一抓手：

失配情形	表现	处理方向
基弧偏大	镜片滑片、定位不稳、时清时糊	换小基弧（8.4）
基弧偏小	贴太紧、摘取困难、异物感、缺氧	换大基弧
直径偏大	异物感强、眼睑摩擦感	换小直径
着色直径过大	效果夸张、显假	换小 G.DIA

1.3 度数换算

框架镜度数与隐形眼镜度数存在差异（顶点距离导致），度数越高差异越大：

框架度数	隐形度数调整
400 度以下	不换算，直接对应
400 – 500 度	减 25 度
525 – 700 度	减 50 度
725 – 800 度	减 75 度
825 – 900 度	减 100 度

注意：换算后需向下取到品牌现有的度数档位（多数品牌 -1.00 起，每档 25 度）。

1.4 散光处理

- 散光 ≤ 75 度：可忽略，按近视度数配即可
- 散光 100 度左右：用等效球镜换算（球镜度数 + 散光度数 $\div 2$ ）
- 散光 > 100 度：普通美瞳无法矫正，必须定制散光片（toric），否则会出现重影、夜间眩光、视物疲劳

客服话术要点：宁可少卖一单，也不要让高散光顾客将就。差评成本远高于订单利润。

第 2 章 材质与工艺

2.1 水凝胶 vs 硅水凝胶

对比项	水凝胶	硅水凝胶
透氧机制	靠水分传递氧气	硅胶通道直接透氧
Dk/t 典型值	20 – 40	80 – 160+
优点	柔软、亲水、初戴舒适	透氧高、适合长时佩戴
缺点	透氧有限、易干	材质偏硬、易吸附脂质、价高
适合人群	偶尔佩戴、预算有限	每天 8 小时以上、易眼干

销售逻辑：先问“一天大概戴多久”。 ≤ 4 小时推荐水凝胶，性价比更高； > 8 小时推荐硅水凝胶——这是专业度的体现，也是溢价的合理理由。

补充知识：HEMA（甲基丙烯酸羟乙酯）是传统水凝胶的基础单体，亲水性好；硅水凝胶在此基础上引入硅氧烷组分提升透氧，但会带来表面疏水性，因此主流品牌会做表面亲水处理。

2.2 着色工艺与安全

三明治工艺（色素包埋）：将色素层夹在两层镜片材质之间，色素不直接接触角膜和结膜。这是目前正规品牌的主流工艺。

表层印染 / 浸泡染色：色素附着在镜片表面，可能直接接触眼表，存在色素脱落、刺激角膜的风险，不建议选购无资质产品。

常见疑问：

- Q：镜片泡久了水会变色，是不是掉色？ A：多为护理液中的蛋白沉淀或镜片析出的保湿成分；若伴随镜片表面斑驳、掉渣，应停止使用并联系售后取证
- Q：怎么判断是不是三明治工艺？ A：查看产品注册证与官方说明，正规产品会在详情页标明工艺；认准注册证编号比看宣传词更可靠
- Q：便宜的平替能买吗？ A：彩色隐形眼镜属第三类医疗器械，无注册证产品缺乏安全验证，客服应明确引导正规渠道，不做价格对比评价

重要提示：任何工艺都不能替代规范佩戴。出现眼红、疼痛、分泌物时，一律先停戴并引导就医。

第 3 章 使用周期

周期	更换节点	优点	推荐人群
日抛	当天丢弃	零护理、感染风险最	新手、偶尔戴、敏感

周期	更换节点	优点	推荐人群
		低	眼、旅行
双周 / 月抛	按说明书	性价比与卫生平衡	每周佩戴 3 次以上
半年抛	按说明书	单价较低	有经验、护理规范
年抛	通常 8 - 10 个月	单次成本最低	资深用户、预算敏感

必须向顾客说清的两点：

1. 包装标注的"年抛"指**开封后**的推荐使用期限，不是质保期，也不是"必须戴满一年"。实际时长以品牌说明书为准
2. 周期越长，蛋白和脂质沉淀累积越多，透氧性随之下降。即使镜片看起来完好，到期也应及时更换

转化技巧：对新手先推日抛试用，降低决策门槛；复购时再引导到长周期，客单价和复购率可以兼顾。

第 4 章 花色知识

花色类型	特点	适用场景
自然款（棕 / 巧 / 灰）	融瞳好，像天生浅瞳	通勤、新手
混血款（蓝 / 绿 / 紫）	遮盖力强、风格明显	需搭配妆容
扩瞳款	大着色直径，放大明显	拍照、舞台
高光 / 月牙 / 星河	带局部高光或闪粉	聚会、出片
边缘设计	细边自然，粗黑边放大但显假	按自然度需求选

上眼效果的三条规律：

1. **底色决定显色：**深瞳选浅色需要更高遮盖力，否则"戴了像没戴"；浅瞳几乎任何色都显色
2. **光线决定观感：**自然光下最接近真实，室内暖光偏黄，冷白光偏灰
3. **妆容决定协调度：**裸脸戴混血款容易显脏，配合眼妆效果提升明显

建议：店铺应建立"买家无滤镜返图库"，按瞳色（深瞳 / 浅瞳）+ 光线（自然光 / 室内）分类。发实拍图比任何文字描述都更能减少色差纠纷。

第 5 章 眼部健康常识

5.1 角膜供氧与佩戴时长

角膜本身没有血管，所需氧气主要来自**泪液和房水**。戴上镜片后氧气传递路径被拉长，角膜实际获氧量下降。

缺氧的后果链条：短期角膜水肿（视物发雾、虹视）→ 长期角膜新生血管 → 角膜敏感度下降、感染风险上升。

给顾客的具体建议：

- 每天佩戴不超过 8 小时，每周留出 1 - 2 天让角膜休息
- **严禁戴镜睡觉**，包括午睡；过夜佩戴的缺氧程度是日戴的数倍
- 长时间看屏幕时有意识多眨眼，配合隐形眼镜专用润眼液
- 感冒发烧、熬夜、长途飞行（机舱干燥）期间尽量改戴框架

重点提示：游泳、泡温泉、洗澡、桑拿时必须摘镜。水中的棘阿米巴原虫可导致严重角膜感染，普通护理液无法杀灭。

5.2 常见不适症状排查表

症状	常见原因	处理方式
异物感	戴反、镜片破损、有杂质、护理液残留、直径过大	摘下冲洗后重戴；确认正反面（边缘呈碗形为正面）；检查有无缺口
干涩	高含水、佩戴过久、环境干燥、眨眼少、泪液不足	换低含水；控时长；用专用润眼液；加重则停戴
滑片 / 移位	基弧偏大、镜片戴反、镜片过厚	换 8.4 基弧；确认正反面
视物模糊	度数不准、散光未矫正、蛋白沉淀、戴反、角膜水肿	核对度数；彻底清洁；停戴观察；持续则就医
红血丝	缺氧、疲劳、镜片不匹配、炎症	立即停戴休息；1 - 2 天不缓解或伴疼痛者就医
摘取困难	镜片太干、佩戴时间过长	先滴润眼液等待 1 - 2 分钟再摘，切勿硬扯

排查四问（客服标准动作）：

1. 是单眼不舒服，还是双眼都？
2. 是一戴上就不舒服，还是戴久了才不舒服？
3. 镜片正反面确认了吗？
4. 之前戴过同款，有没有出现过同样问题？

5.3 严重并发症识别（升级信号）

出现以下情况，客服不得自行处理，必须立即引导就医并升级主管：

- **感染性角膜炎：**眼痛、畏光、流泪、视力下降、分泌物增多、眼睑红肿。进展快，严重者可致角膜溃疡、穿孔甚至失明
- **巨乳头性结膜炎（GPC）：**上眼睑内侧结膜出现鹅卵石样乳头增生，表现为眼痒、黏丝状分泌物增多、镜片移动度变大、戴镜后很快不适。多与镜片沉淀物刺激相关
- **角膜新生血管：**长期慢性缺氧导致血管从角膜缘长入角膜，早期无症状，需裂隙灯检查发现
- **角膜水肿：**过夜佩戴或严重缺氧后出现，表现为视物发雾、看灯有彩虹圈（虹视）

客服红线：① 不诊断、不推测病因；② 不建议任何药物（包括具体眼药水品牌）；③ 不承诺“戴几天就好”；④ 出现“眼痛 + 视力变化”一律按急症处理。

5.4 禁忌人群与禁用场景

不建议佩戴的人群：眼部急性炎症或感染（结膜炎、角膜炎、麦粒肿活动期）、严重干眼症、角膜病变或外伤史、青光眼、糖尿病等影响角膜代谢的全身性疾病、免疫力低下或使用免疫抑制剂、孕期及哺乳期、感冒发烧期间、未成年人（须监护人陪同并经专业验配）。

必须摘镜的场景：任何形式的睡眠（含午睡、交通工具上打盹）、游泳潜水、泡温泉、洗桑拿、洗澡洗脸、烧烤或高温作业、大风沙尘雾霾天气、长途飞行。

话术模板：“为了您的用眼安全，先和您确认一下有没有 XX 情况？如果有的话建议先咨询眼科医生再决定哦～”

第 6 章 佩戴与护理规范

佩戴前：七步洗手法清洁双手 → 用无絮纸巾擦干 → 检查镜片正反面、有无破损和沉淀 → 用镊子取片（指甲剪短）。

摘取前：先滴润眼液湿润 → 洗手擦干 → 用食指与拇指轻捏取出 → 立即放入新鲜护理液浸泡。

护理液使用规范：

- 每次使用**新鲜**护理液，禁止重复使用或"续杯"
- 多功能护理液**不能**当润眼液直接滴眼
- 双氧水护理系统**必须完成中和**（通常 6 小时以上）才能佩戴，否则会灼伤角膜
- 护理液开封后一般 3 个月内用完，具体以瓶身说明为准
- 镜盒每次倒空、用护理液冲洗后**敞口晾干**，建议每 3 个月更换

严禁用自来水、矿泉水、唾液冲洗或浸泡镜片。生理盐水只有冲洗作用，没有消毒功能，不能替代护理液长期保存镜片。

化妆顺序：先戴镜后化妆，先摘镜后卸妆。

第二篇 合规要求篇

第 7 章 三类器械监管与资质

彩色隐形眼镜（含平光美瞳）在中国大陆按**第三类医疗器械**管理，依据《医疗器械监督管理条例》。

经营端要求：销售方须取得《医疗器械经营许可证》，且经营范围包含**角膜接触镜**（及护理液）。电商平台店铺须在显著位置公示资质。

产品端要求：产品须取得医疗器械注册证，编号前缀含义：

前缀	含义
国械注准	境内生产（国产）
国械注进	境外生产、进口注册
国械注许	港澳台地区生产

编号中通常包含**管理类别码"3"**表示第三类，以及分类编码（角膜接触镜相关为 22 开头）。最终以**国家药品监督管理局官网查询结果为准**。

查询路径：国家药品监督管理局官网（nmpa.gov.cn）→ 服务 → 医疗器械查询 → 输入注册证编号或产品名称。

客服标准应答：

"我们是持证经营的，这是我们的《医疗器械经营许可证》和产品注册证编号（国械注准 / 进 XXXXX），您可以在国家药监局官网查询验证，支持验货，假一赔十～"

特别提示：不得向未成年人违规销售；不得在无任何验配指引的情况下宣称"人人可戴"。各平台规则与各地监管执行口径可能不同，以最新要求为准。

第 8 章 宣传合规与广告法禁语

绝对禁止的表述：

- 医疗功效类：治疗、治愈、消炎、抗菌、缓解视疲劳、护眼、养眼、修复角膜
- 绝对化用语：最好、第一、顶级、国家级、最佳、100% 安全、绝对不过敏、永久

- 恐吓营销：不戴就瞎、不用会失明
- 无依据承诺：无效退款（无实证）、戴了视力会变好

平光美瞳特别提示：平光（0 度）彩色隐形眼镜为装饰性产品，不具备任何矫正功能，宣称"矫正视力"即构成虚假宣传。

推荐的合规表述：

- "本产品为第三类医疗器械，注册证编号：XXX，请在专业人士指导下验配使用。"
- "镜片参数（基弧 / 直径）是否适合，建议结合自身眼部条件选择。"
- "佩戴时长请以产品说明书为准，如感不适请立即停戴。"
- "上眼效果受瞳色、光线、妆容影响，仅供参考，建议结合买家实拍判断。"

适用范围：电商页面、客服聊天记录、直播口播均属商业宣传范畴，同样受《广告法》约束。客服在聊天中也不得使用上述禁语。

第 9 章 售后政策合规要点

"开封后不支持无理由退换"成立的前提（缺一不可）：

1. 商品确属根据商品性质并经消费者在购买时确认不宜退货的品类（医疗器械卫生属性）
2. 在商品详情页、下单页面的**显著位置**作出提示，而非藏在角落或只在售后时才说
3. 消费者在购买时**实际知悉并确认**（如页面勾选、客服明确告知并有记录）

最稳妥的做法：售前客服在成交前主动发送一次"温馨提示"，并保留聊天记录作为已履行告知义务的证据。

不受此限制的情形（商家必须承担责任）：镜片破损、气泡、边缘缺损等产品质量问题；包装内混入异物、漏液、胀袋；临期或过期产品；错发、漏发、数量不符；运输导致的挤压破损。

重要提示：不得以格式条款（如"一经售出概不退换"）排除商家自身的质量责任，此类条款无效且可能被认定为霸王条款。

第三篇 售前话术篇

本篇为新增内容。售前是拉开转化差距的环节，核心原则：**先问清眼球条件，再谈好不好看。**

第 10 章 开场接待

3 秒内响应，先示好再提问。

新客首句：

"您好呀，我是客服 XX，很高兴为您服务～ 想选美瞳的话，可以先告诉我您的**度数**（左右眼分别多少）和**平时戴镜习惯**吗？我帮您挑最合适的～"

老客回归：

"欢迎回来～ 上次您入的 XX 款还合适吗？这次想继续回购，还是换个风格试试？"

深夜 / 高峰排队：

"抱歉让您久等啦，现在咨询比较集中，我马上为您处理，麻烦先说一下您的度数，我这边同步帮您查库存～"

第 11 章 需求采集四问

11.1 常规询问

"为了配得准确，麻烦您确认下：① 左右眼分别多少度？② 有没有散光，散光多少度？③ 之前戴过隐形吗，戴的是什么牌子、基弧多少？④ 每天大概戴多久？"

11.2 散光话术

"普通美瞳是不带散光度数的哦。如果您的散光在 **100 度以内**，一般可以通过等效球镜换算（散光度数÷2 加到近视度数上）；**超过 100 度**建议选定制散光片，不然看东西容易有重影和模糊。"

11.3 度数换算提示

"隐形眼镜度数和框架镜不一样哦。400 度以下基本可以直接按框架度数配；400 - 600 度约减 25 度；600 度以上约减 50 度。您把框架度数发我，我帮您算～"

11.4 基弧话术

"亚洲人常见基弧在 8.4 - 8.6mm。您之前戴过隐形的话给我基弧我直接匹配；没戴过的话按 8.6 配一般不会错，如果上眼滑片明显再换 8.4。"

11.5 直径话术

"看自然度别只看总直径，要**看着色直径**哦。着色直径 13.0mm 以下偏自然日常，13.2 - 13.5mm 是微微放大，13.8mm 以上就是明显大眼效果了。您想要哪种？"

第 12 章 花色推荐与预期管理

12.1 引导式推荐

"方便说一下您的**日常妆容风格**和**瞳色**吗？深瞳和浅瞳上眼效果差挺多的：

- 深瞳想自然：选灰调、棕调，融瞳好，像天生浅瞳
- 想混血感：选蓝灰、绿调，但建议搭配妆容
- 日常通勤：小直径 + 细边设计最安全
- 拍照出片：可以试试高饱和或带闪的款式

您偏向哪种场景？我挑 2 - 3 款给您对比～"

12.2 色差预期管理（关键动作）

"提前说一下哦，美瞳上眼效果会受**本身瞳色、光线、妆容**影响，跟模特图会有一定色差，

这是正常现象～ 我给您发几张**素颜无滤镜的买家实拍**参考，比模特图准得多～"

说明：这个动作能大幅降低后续"颜色不喜欢"类售后，是售前投入产出比最高的一句话。

第 13 章 禁忌确认与风险提示

13.1 首次佩戴引导（高价值顾客，务必多聊两句）

"看得出来您是第一次尝试，给您几个小建议：

1. 第一次戴建议选**日抛**，不用护理、感染风险最低，也不心疼
2. 戴之前把手洗干净、指甲剪短，用镊子取片更卫生
3. 第一次戴控制在 **2 - 4 小时**，之后每天逐步增加，让眼睛适应
4. 分清正反面——镜片边缘像碗一样是正面，像碟子一样外翻就是反了
5. 眼睛有任何刺痛、持续红血丝，立刻摘掉，别硬撑

需要的话我发您一份佩戴教学视频～"

13.2 禁忌确认话术

"为了您的用眼安全，先和您确认一下：目前眼睛有没有发炎、干涩特别严重，或者在孕期、感冒发烧的情况？如果有的话建议先咨询眼科医生再决定哦～"

13.3 资质与正品应答

"完全理解您的顾虑，美瞳是第三类医疗器械，我们是**持证经营**的～ 这是我们的《医疗器械经营许可证》和产品注册证编号，您可以在国家药监局官网查询验证。支持专柜验货，假一赔十。"

第 14 章 促单与异议处理

14.1 促单话术

- "这款是我们店销量 TOP3，复购率特别高，很多客人回购都会囤两三副～"
- "现在下单正好赶上活动，比日常价省 XX 元，库存不多，喜欢的话可以先拍下～"
- "给您申请了一张专属券，今天下单可以直接抵扣，有效期 24 小时哦～"
- "第一次戴的话建议先拿日抛试用装试试，不合适也不心疼，合适了再入长周期～"

14.2 常见异议处理

顾客异议	应对话术
"会不会伤眼睛？"	"正规注册的产品采用三明治工艺，色素不接触角膜。关键还是规范佩戴——每天不超过 8 小时、不戴镜睡觉、做好护理，这几点做到了风险就很低～"
"这么便宜是真的吗？"	"我们持证经营，注册证编号可以上国家药监

顾客异议	应对话术
	局官网查，假一赔十，这个您可以放心～"
"我眼睛容易干能戴吗？"	"可以选择低含水量或硅水凝胶的镜片，保水性更好。另外建议每天控制在 8 小时内，配合专用润眼液～"
"第一次戴会不会很难？"	"大部分人练两三次就上手了。我发您一个教学视频，跟着做基本没问题，先从日抛开始试～"
"我再看看"	"好的，不着急～我把刚才看中的这 2 款整理给您，方便您对比，有问题随时找我～"

第四篇 售中话术篇

本篇为新增内容。售中环节的核心是把**不确定性前置消除**：库存、时效、订单准确性、资质。

第 15 章 库存与时效

有货：

"帮您查过了，您要的这个度数有现货，今天下午 5 点前付款，当天就能发出～默认发中通，一般 2-3 天到。"

缺货 / 预售：

"不好意思，这个度数目前暂时缺货，预计 [日期] 到货。您有两个选择：一是先拍下等补货，我帮您标记优先发货；二是我给您推荐一个参数接近的替代款，您看哪种更方便？"

时效承诺原则：只承诺能兑现的时间；宁可保守，不要透支信任。

第 16 章 订单核对

"订单已收到～跟您核对一下：**XX 款 / 右眼 425 度 / 左眼 400 度 / 日抛 10 片装 ×2 盒**，收货地址是 **XX 省 XX 市**，对吗？确认无误我就安排发货啦～"

核对要点：款式、左眼度数、右眼度数、数量、规格（日抛 / 月抛等）、收货地址与联系方式。
为什么必须核对：隐形眼镜度数错误无法二次销售，且会直接引发售后。一次核对只需 10 秒，一次退货损失的是整单。

第 17 章 正品答疑与资质展示

顾客问"是不是正品"：

"完全理解您的顾虑～美瞳是第三类医疗器械，我们是**持证经营**的。这是我们的《医疗器械经营许可证》和产品注册证编号（国械注准 / 进 XXXXX），您可以在国家药监局官网查询验证。支持专柜验货，假一赔十。"

顾客问"为什么比别家便宜"：

"我们是品牌授权渠道，省去了中间环节，所以价格上会有优势。资质都是可以查的，这点您放心～"

注意：不主动对比竞品价格，不做"别家是假货"的暗示。

第 18 章 发货与物流告知

已发货通知：

"您的包裹已经发出啦～ 快递单号：XXXX，物流信息一般 2 小时后更新。收到货后有任何问题随时找我，我全程为您跟进～"

随货提醒（建议随包裹或短信发送）：

"温馨提示：本品为第三类医疗器械，开封后出于卫生安全原因不支持无理由退换（质量问题除外）。首次佩戴建议控制在 2-4 小时，每日不超过 8 小时，请勿戴镜睡眠。"

主动告知的价值：这一步既是合规要求，也能从源头减少开封后的退货纠纷。

第二篇 合规要求篇

第 7 章 三类器械监管与资质

彩色隐形眼镜（含平光美瞳）在中国大陆按**第三类医疗器械**管理，依据《医疗器械监督管理条例》。

经营端要求：销售方须取得《医疗器械经营许可证》，且经营范围包含**角膜接触镜**（及护理液）。电商平台店铺须在显著位置公示资质。

产品端要求：产品须取得医疗器械注册证，编号前缀含义：

前缀	含义
国械注准	境内生产（国产）
国械注进	境外生产、进口注册
国械注许	港澳台地区生产

编号中通常包含**管理类别码"3"**表示第三类，以及分类编码（角膜接触镜相关为 22 开头）。最终以**国家药品监督管理局官网查询结果为准**。

查询路径：国家药品监督管理局官网（nmpa.gov.cn）→ 服务 → 医疗器械查询 → 输入注册证编号或产品名称。

客服标准应答：

"我们是持证经营的，这是我们的《医疗器械经营许可证》和产品注册证编号（国械注准 / 进 XXXXX），您可以在国家药监局官网查询验证，支持验货，假一赔十～"

特别提示：不得向未成年人违规销售；不得在无任何验配指引的情况下宣称"人人可戴"。各平台规则与各地监管执行口径可能不同，以最新要求为准。

第 8 章 宣传合规与广告法禁语

绝对禁止的表述：

- 医疗功效类：治疗、治愈、消炎、抗菌、缓解视疲劳、护眼、养眼、修复角膜
- 绝对化用语：最好、第一、顶级、国家级、最佳、100% 安全、绝对不过敏、永久
- 恐吓营销：不戴就瞎、不用会失明
- 无依据承诺：无效退款（无实证）、戴了视力会变好

平光美瞳特别提示：平光（0 度）彩色隐形眼镜为装饰性产品，**不具备任何矫正功能**，宣称"矫正视力"即构成虚假宣传。

推荐的合规表述：

- "本产品为第三类医疗器械，注册证编号：XXX，请在专业人士指导下验配使用。"
- "镜片参数（基弧 / 直径）是否适合，建议结合自身眼部条件选择。"
- "佩戴时长请以产品说明书为准，如感不适请立即停戴。"
- "上眼效果受瞳色、光线、妆容影响，仅供参考，建议结合买家实拍判断。"

适用范围：电商页面、客服聊天记录、直播口播均属商业宣传范畴，同样受《广告法》约束。客服在聊天中也不得使用上述禁语。

第 9 章 售后政策合规要点

"开封后不支持无理由退换"成立的前提（缺一不可）：

4. 商品确属根据商品性质并经消费者在购买时确认不宜退货的品类（医疗器械卫生属性）
5. 在商品详情页、下单页面的**显著位置**作出提示，而非藏在角落或只在售后时才说
6. 消费者在购买时**实际知悉并确认**（如页面勾选、客服明确告知并有记录）

最稳妥的做法：售前客服在成交前主动发送一次"温馨提示"，并保留聊天记录作为已履行告知义务的证据。

不受此限制的情形（商家必须承担责任）：镜片破损、气泡、边缘缺损等产品质量问题；包装内混入异物、漏液、胀袋；临期或过期产品；错发、漏发、数量不符；运输导致的挤压破损。

重要提示：不得以格式条款（如"一经售出概不退换"）排除商家自身的质量责任，此类条款无效且可能被认定为霸王条款。

第三篇 售前话术篇

本篇为新增内容。售前是拉开转化差距的环节，核心原则：**先问清眼球条件，再谈好不好看。**

第 10 章 开场接待

3 秒内响应，先示好再提问。

新客首句：

"您好呀，我是客服 XX，很高兴为您服务～ 想选美瞳的话，可以先告诉我您的**度数**（左右眼分别多少）和**平时戴镜习惯**吗？我帮您挑最合适的～"

老客回归：

"欢迎回来～ 上次您入的 XX 款还合适吗？这次想继续回购，还是换个风格试试？"

深夜 / 高峰排队：

"抱歉让您久等啦，现在咨询比较集中，我马上为您处理，麻烦先说一下您的度数，我这边同步帮您查库存～"

第 11 章 需求采集四问

11.1 常规询问

"为了配得准确，麻烦您确认下：① 左右眼分别多少度？② 有没有散光，散光多少度？③ 之前戴过隐形吗，戴的是什麼牌子、基弧多少？④ 每天大概戴多久？"

11.2 散光话术

"普通美瞳是不带散光度数的哦。如果您的散光在 **100 度以内**，一般可以通过等效球镜换算（散光度数 $\div$ 2 加到近视度数上）；**超过 100 度**建议选定制散光片，不然看东西容易有重影和模糊。"

11.3 度数换算提示

"隐形眼镜度数和框架镜不一样哦。400 度以下基本可以直接按框架度数配；400 - 600 度约减 25 度；600 度以上约减 50 度。您把框架度数发我，我帮您算～"

11.4 基弧话术

"亚洲人常见基弧在 8.4 - 8.6mm。您之前戴过隐形的话给我基弧我直接匹配；没戴过的话按 8.6 配一般不会错，如果上眼滑片明显再换 8.4。"

11.5 直径话术

"看自然度别只看总直径，要**看着色直径**哦。着色直径 13.0mm 以下偏自然日常，13.2 - 13.5mm 是微微放大，13.8mm 以上就是明显大眼效果了。您想要哪种？"

第 12 章 花色推荐与预期管理

12.1 引导式推荐

"方便说一下您的**日常妆容风格**和**瞳色**吗？深瞳和浅瞳上眼效果差挺多的：

- 深瞳想自然：选灰调、棕调，融瞳好，像天生浅瞳
 - 想混血感：选蓝灰、绿调，但建议搭配妆容
 - 日常通勤：小直径 + 细边设计最安全
 - 拍照出片：可以试试高饱和或带闪的款式
- 您偏向哪种场景？我挑 2 - 3 款给您对比～"

12.2 色差预期管理（关键动作）

"提前说一下哦，美瞳上眼效果会受**本身瞳色、光线、妆容**影响，跟模特图会有一些色差，这是正常现象～ 我给您发几张**素颜无滤镜的买家实拍**参考，比模特图准得多～"

说明：这个动作能大幅降低后续"颜色不喜欢"类售后，是售前投入产出比最高的一句话。

第 13 章 禁忌确认与风险提示

13.1 首次佩戴引导（高价值顾客，务必多聊两句）

"看得出来您是第一次尝试，给您几个小建议：

- 1. 第一次戴建议选**日抛**，不用护理、感染风险最低，也不心疼
- 2. 戴之前把手洗干净、指甲剪短，用镊子取片更卫生
- 3. 第一次戴控制在 **2 - 4 小时**，之后每天逐步增加，让眼睛适应
- 4. 分清正反面——镜片边缘像碗一样是正面，像碟子一样外翻就是反了
- 5. 眼睛有任何刺痛、持续红血丝，立刻摘掉，别硬撑

需要的话我发您一份佩戴教学视频～"

13.2 禁忌确认话术

"为了您的用眼安全，先和您确认一下：目前眼睛有没有发炎、干涩特别严重，或者在孕期、感冒发烧的情况？如果有的话建议先咨询眼科医生再决定哦～"

13.3 资质与正品应答

"完全理解您的顾虑，美瞳是第三类医疗器械，我们是**持证经营**的～ 这是我们的《医疗器械经营许可证》和产品注册证编号，您可以在国家药监局官网查询验证。支持专柜验货，假一赔十。"

第 14 章 促单与异议处理

14.1 促单话术

- "这款是我们店销量 TOP3，复购率特别高，很多客人回购都会囤两三副～"
- "现在下单正好赶上活动，比日常价省 XX 元，库存不多，喜欢的话可以先拍下～"
- "给您申请了一张专属券，今天下单可以直接抵扣，有效期 24 小时哦～"
- "第一次戴的话建议先拿日抛试用装试试，不合适也不心疼，合适了再入长周期～"

14.2 常见异议处理

顾客异议	应对话术
"会不会伤眼睛？"	"正规注册的产品采用三明治工艺，色素不接触角膜。关键还是规范佩戴——每天不超过 8 小时、不戴镜睡觉、做好护理，这几点做到了风险就很低～"
"这么便宜是真的吗？"	"我们持证经营，注册证编号可以上国家药监局官网查，假一赔十，这个您可以放心～"
"我眼睛容易干能戴吗？"	"可以选择低含水量或硅水凝胶的镜片，保水

顾客异议	应对话术
	性更好。另外建议每天控制在 8 小时内，配合专用润眼液～"
"第一次戴会不会很难？"	"大部分人练两三次就上手了。我发您一个教学视频，跟着做基本没问题，先从日抛开始试～"
"我再看看"	"好的，不着急～我把刚才看中的这 2 款整理给您，方便您对比，有问题随时找我～"

第四篇 售中话术篇

本篇为新增内容。售中环节的核心是把**不确定性前置消除**：库存、时效、订单准确性、资质。

第 15 章 库存与时效

有货：

"帮您查过了，您要的这个度数有现货，今天下午 5 点前付款，当天就能发出～默认发中通，一般 2-3 天到。"

缺货 / 预售：

"不好意思，这个度数目前暂时缺货，预计 [日期] 到货。您有两个选择：一是先拍下等补货，我帮您标记优先发货；二是我给您推荐一个参数接近的替代款，您看哪种更方便？"

时效承诺原则：只承诺能兑现的时间；宁可保守，不要透支信任。

第 16 章 订单核对

"订单已收到～跟您核对一下：**XX 款 / 右眼 425 度 / 左眼 400 度 / 日抛 10 片装 ×2 盒**，收货地址是 **XX 省 XX 市**，对吗？确认无误我就安排发货啦～"

核对要点：款式、左眼度数、右眼度数、数量、规格（日抛 / 月抛等）、收货地址与联系方式。
为什么必须核对：隐形眼镜度数错误无法二次销售，且会直接引发售后。一次核对只需 10 秒，一次退货损失的是整单。

第 17 章 正品答疑与资质展示

顾客问"是不是正品"：

"完全理解您的顾虑～美瞳是第三类医疗器械，我们是**持证经营**的。这是我们的《医疗器械经营许可证》和产品注册证编号（国械注准 / 进 XXXXX），您可以在国家药监局官网查询验证。支持专柜验货，假一赔十。"

顾客问"为什么比别家便宜"：

"我们是品牌授权渠道，省去了中间环节，所以价格上会有优势。资质都是可以查的，这点您放心～"

注意：不主动对比竞品价格，不做"别家是假货"的暗示。

第 18 章 发货与物流告知

已发货通知：

"您的包裹已经发出啦～ 快递单号：XXXX，物流信息一般 2 小时后更新。收到货后有任何问题随时找我，我全程为您跟进～"

随货提醒（建议随包裹或短信发送）：

"温馨提示：本品为第三类医疗器械，开封后出于卫生安全原因不支持无理由退换（质量问题除外）。首次佩戴建议控制在 2-4 小时，每日不超过 8 小时，请勿戴镜睡眠。"

主动告知的价值：这一步既是合规要求，也能从源头减少开封后的退货纠纷。

第五篇 售后话术篇

本篇在原《美瞳售后回复原则与客服话术（初版）》基础上修订。保留了初版的核心原则、判定规则与二十个常见问题场景，补充了知识依据、判断要点、升级条件，并统一了每条目的结构。

第 19 章 售后回复总原则

19.1 九条原则

1. 符合条件就正常办。不因为担心有人占便宜，就给符合条件的顾客额外设门槛
2. 不符合条件的，解释清楚后再拒绝。拒绝前必须说明原因和依据
3. 同一片镜片的同一个问题已处理完成，不重复退款或补发。但若是另一片镜片，或补发镜片出现新问题，应另行登记
4. 资料对不上先查清楚，自己不能决定的交负责人
5. 顾客着急或说要投诉，也不能因此随意加赔。赔偿金额、是否免退货退款、是否额外赠送，现有规则没有明确的，客服不能自己答应
6. 话术里的方括号要填好实际内容，再发给顾客
7. 沟通时只说具体需要确认什么、查到了什么、能怎么处理，不说顾客"白嫖"或"骗人"
8. 顾客声音大、说是老客、说要差评，这些本身既不能成为破例多赔的理由，也不能成为拒绝应尽责任的理由
9. 本来就是按法律或平台规则应该处理的，就正常处理，不要说成是店铺额外给的照顾

19.2 客服要守住的边界

- 没查清楚前，不要先说"先退给您再说"
- 顾客说要差评，不能因此多给没有依据的赔偿
- 不能临时编出罚款、拉黑或以后永远不给售后等说法
- 不能公开顾客的个人信息
- 不能要求顾客提供与本次售后无关的资料（身份证、完整病历等）
- 不能让顾客为了拍眼睛近照、剪镜片而耽误就医

第 20 章 退换判定标准

20.1 判定总表

情形	能否退换	判定要点
未拆封、包装完好、签收七日内	可以	不影响二次销售
非质量原因（颜色不喜欢、自己选错）且已拆开卫生密封	不可以	镜片不能再销售
质量问题（破损、气泡、边缘缺损、异物、漏液、胀袋）	可以	不受七日与拆封限制
我们错发、漏发	可以纠正	不能用"拆封不退"推卸责任
多盒订单	一盒一盒看	不能因拆了一盒，拒绝其他符合条件的

20.2 规则说明

- 买一盒还是买多盒，规则都一样
- 只是颜色不喜欢、自己选错等非质量原因，镜片的卫生密封已经拆开、不能再卖的，就不能退换
- 商品没拆封、包装完好、还能正常再卖，签收七日内可以退换
- 买了多盒的，要一盒一盒看，不能因为拆了一盒，就把其他符合条件的商品也一起拒绝

第 21 章 拆封认定与期限计算

- 先看镜片本身的一次性卫生密封有没有打开
- 只拆了快递箱，不能直接算商品拆封
- 只打开外盒看了一下、里面卫生密封还好的，要结合整件商品是否完好、能否正常再卖来判断
- 网上购买的七日无理由退货，时间从签收后的第二天开始算
- 不支持无理由退货的情况，要在购买时明显说明，并让顾客确认

执行提示：第 5 条是"开封不退"能否成立的关键。仅在详情页角落标注、或售后时才告知，通常不足以认定为已履行告知义务。建议售前主动发送一次提示并保留记录。

依据：[1] 市场监管总局 网络购买商品七日无理由退货暂行办法 第 7 至 10 条

第 22 章 半年抛的处理边界

- 半年抛签收七日内有质量问题，按店铺常规安排，每笔订单客服可以受理一片（单只），不是一副
- 日抛和半年抛都不支持拆开多副后，再按普通退换办理
- 如果多片都疑似有质量问题、补发的镜片又有新问题，或者涉及眼部受伤，要交负责人继续看
- 不能只拿"七天"或"一片"把真实质量问题直接挡回去

依据：[2] 市场监管总局 消费者权益保护法 第 24 至 26 条

第 23 章 佩戴不适的第一动作

标准动作（顺序不可颠倒）：

3. 先请顾客停戴
4. 在卫生、能安全操作的情况下及时取下镜片
5. 把镜片留好（用于后续取证）
6. 尽快联系售后

立即就医信号：明显红痛、怕光、看不清，或者镜片取不完整。

原则：订单、照片这些可以随后补，不能让顾客为了办售后耽误看医生。

排查要点：顾客反馈不适后，按 1.2「参数失配的典型表现」与 5.2「常见不适症状排查表」逐项确认，不要一上来就归因为“顾客眼睛的问题”，也不要还没了解情况就直接答应整单退款。

依据：[3] CDC 佩戴隐形眼镜后的异常症状及就医提示

第 24 章 资料核验五步法

第一步 先查清楚是哪笔订单、哪片镜片

- **核对项**：订单或购买凭证、签收时间、款式和度数、包装批号、拆了几片、问题是怎么发生的
- 平台已经有的信息就直接用
- 还缺什么，一次告诉顾客，并说明为什么需要
- 不要让顾客交身份证、完整病历等与这次售后无关的资料

第二步 看这个问题之前有没有处理好

- 查一下，这笔订单里这片镜片的这个问题，以前有没有退过款或补发过
- 答应的事情有没有真的办完
- **已经办好的**：不再为同一个问题重复补偿
- **之前答应了却没办完的**：要继续办
- **若是另一片或补发镜片出现新问题**：另外登记，不能直接算重复申请

第三步 哪里对不上，就具体问哪里

- 如果照片里的商品、批号或时间和订单明显对不上，或者同一张照片用来申请不同镜片的售后
- 就把**具体差别**说清楚，让顾客有机会解释，或补充原图、短视频
- 照片相似、收货地址一样、售后次数多，只能提醒我们再查一下，**不能直接当成骗赔的证据**

第四步 查清楚后再决定怎么处理

- 符合规则、客服能直接办的：按确认好的办法办

- 缺关键资料的：记下还缺什么，先请顾客补充，不急着答应额外赔偿
- 涉及质量争议或眼部受伤的：交负责人继续看
- 确认同一个问题已经处理完，或确实是规则不支持的非质量退换：说明原因，明确不再增加补偿

第五步 把经过记下来，告诉顾客还能怎么反馈

- 拒绝前记录：订单、顾客要求、已有资料、还缺什么、按哪条规则处理、已经怎么回复
- 资料有矛盾、怀疑重复申请的：先让负责人再看一遍，再给最终答复
- 告诉顾客还可以补什么新资料、如何通过平台申请再看
- 不要反复要求交已经交过的同一份材料

第六篇 二十个常见问题话术

常见问题一 商品能不能退换

问题 1 非质量问题，拆封后觉得花色不好看

处理原则：先确认镜片的卫生密封已经拆开，顾客说的只是颜色喜好，没有其他质量异常。这种情况就解释清楚不能退换，不要主动答应退款，也不要随口说可以送试戴福利。

客服话术：

"宝宝您好，非常抱歉这款花色没能让您满意～ 镜片已经拆开卫生密封，加上本次是个人花色喜好的主观问题，美瞳属于第三类医疗器械，开封后出于卫生安全原因不支持无理由退换，这一点我们在详情页也有标注哦。按规则暂时没办法办理退换，还请多多理解。我们后续也会持续设计更多新花色。如果镜片存在破损、瑕疵这类质量问题，您随时和我说，我帮您核查处理。"

问题 2 商品未拆封，签收七日内要求退换

处理原则：没拆封、包装完好、在规定时间内，就正常办理。把寄到哪里、退多少钱、赠品怎么退、运费由谁出一次说清楚。不能因为担心有人占便宜，就给符合条件的顾客额外设门槛。

客服话术：

"您好宝宝，可以的。商品在未拆封、包装完好、不影响二次销售的前提下，签收 7 天内是可以申请退换的。麻烦您先保留好原包装，将订单号以及包装照片发给我。我核对信息后，会同步告知您寄回流程、赠品处理以及运费相关说明，您了解清楚之后再操作就可以啦。"

问题 3 日抛或半年抛多副拆封后要求整单退

处理原则：把订单里的商品分开看：哪些拆了、哪些没拆，哪些只是顾客不喜欢，哪些确实反映有异常。拆开多副后，因为个人喜好想退的，不能办；没拆的部分，符合条件就可以办。多片都有质量疑问的，交负责人继续查。

客服话术：

"宝宝您好，我先帮您分开核对订单里的商品哈。非质量原因下，已经拆封的镜片，按照店

铺规则没办法办理退换哦；还未拆封、包装完好的部分，我们可以单独核实是否符合售后条件。如果有镜片存在异常问题，麻烦告知我具体是哪一片，我这边另外登记帮您核查。"

问题 4 半年抛七日内一片异常，要求直接赔整副

处理原则：确认属于半年抛七日内的常规一片售后，客服就按一片给方案，不能直接答应赔整副。如果另一片也有自己的问题，或者顾客还有其他实际损失，就把情况交负责人再看。

客服话术：

"宝宝您好，我特别理解您的顾虑，这片镜片出现问题影响成对使用，换作是我也会觉得很困扰～ 半年抛签收 7 天内，咱们订单常规售后处理范围是单只镜片。目前仅这一片存在异常，暂时没办法直接按整副给您补偿。如果另一片镜片也有对应的质量问题，您可以把相关凭证一起发给我，我帮您提交给负责人进一步核查。"

常见问题二 镜片异常和佩戴不适

问题 5 多片都有质量异常，或超出七日才发现问题

处理原则：先请顾客不要继续拆新的镜片或反复试戴，把每片的情况、批号和发生时间记下来，交负责质量问题的人看。不能因为拆了多副、超过七日，或已经处理过一片，就直接拒绝继续了解真实的质量问题。

客服话术：

"宝宝您好，真的非常抱歉给您带来了不好的体验，麻烦先不要再继续拆开镜片或是试戴啦，现有的镜片和包装也请先妥善保留好。辛苦您把每一片镜片的照片、包装批号还有开封时间一起发给我，我帮您整理好资料。这个情况需要提交给负责人进一步核查，我会帮忙转交跟进，之后再结合实际情况和售后规则给您回复。"

问题 6 佩戴干涩、磨眼或有异物感

处理原则：先请顾客停戴、留好镜片，再问有没有红痛、看不清等情况。不要一上来就说是顾客眼睛的问题；但顾客说不舒服，也不能还没了解情况就直接答应整单退款。

知识依据：常见原因见 1.2「参数失配的典型表现」与 5.2「常见不适症状排查表」——戴反、基弧/直径失配、含水量偏高、佩戴过久、护理液残留、环境干燥均可能导致。

客服话术：

"亲，戴着不舒服就先别勉强继续戴了。请在卫生、能安全操作的情况下摘下镜片并留存，暂时不要再试戴。方便时把订单号、不适发生的时间和镜片情况发我，我来帮您登记；如果有明显红痛、畏光或看不清，请立即联系眼科。"

问题 7 镜片裂在眼内，或顾客无法确认是否取完整

处理原则：马上交负责人跟进，先让顾客处理眼睛的问题。不要要求顾客硬取镜片，也不要让顾客为了拍眼睛近照或剪镜片，耽误去医院。售后怎么办、费用怎么处理，等情况了解清楚后再确认。

客服话术：

"亲，眼睛安全更要紧。如果不能确认镜片是否完整取出，或者已经有疼痛、视力变化，请

立即联系眼科，不要自行反复抠取。现有镜片和包装能安全保留就先保留，订单资料可以稍后再补，我会同步交负责人跟进。”

问题 8 顾客自行丢失镜片，希望免费补发

处理原则：如果只是顾客自己弄丢了，没有商品质量问题，就不在免费补发范围内。不能因为顾客是老客就直接答应送一片；店铺如果有允许申请的关怀方案，再按要求申请，没有就把原因温和地说清楚。

客服话术：

“宝宝您好，您弄丢镜片的情况我了解了，也确实为您感到心疼！不过单纯遗失、不存在商品质量异常的情况，不在咱们免费补发的范围内，这次实在没办法直接给您免费补发哦。我可以帮您看看有没有适用的补购方式；如果还有其他特殊情况，您也可以告诉我，需要负责人确认后再给您答复。”

常见问题三 资料怎么提供，再次申请怎么查

问题 9 照片看不清，或只有一句话要求退款

处理原则：只要与这笔订单、这次问题有关的必要资料，并告诉顾客拿来确认什么。之前发过的图片能用就继续用，缺什么一次说清。还没查清楚前，不要先答应不用退货就全额退款，或另外送商品。

客服话术：

“您好宝宝，我先帮您把情况记下来。为了尽量不让您来回补资料，目前还需要 [具体资料]，用来确认 [核实事项]。您把现有原图或短视频发我，镜片先留好。在情况核实清楚前，还不能直接安排免退全额退款；资料收到后，我会继续为您核查。”

问题 10 图片或批号与订单不一致，疑似使用旧素材

处理原则：明确告诉顾客哪一处和订单对不上，不要直接说对方造假。给顾客合理的时间解释或补资料。如果还是对不上，就交负责人再看；在查清之前，不能凭这份对不上的资料增加赔偿。

客服话术：

“宝宝您好，有一处信息想再和您核对一下：您提供的 [具体信息] 和这笔订单的 [对应信息] 没有对上。方便帮我确认一下，或补充本单的原图、包装批号吗？我会把您补充的说明一起交负责人核查；在这处差异确认前，暂时还不能安排新增赔付。”

问题 11 同一片已处理完，又要求再退或再补

处理原则：先确认是不是同一片、同一个问题，以及之前答应的退款或补发有没有办完。确实已经办完的，让负责人再确认后，说明不能重复补偿。平台和私聊的记录放在一起看，**顾客正常向平台反馈的渠道仍然保留。**

客服话术：

“宝宝您好，我帮您查了记录，这片镜片的同一问题，已经在 [日期] 按 [方案] 处理完成了，所以没办法再重复退款或补发。如果您实际还没收到之前承诺的处理，或者这次是另一

片的新问题，请告诉我具体情况，我会接着帮您核查。"

问题 12 拒绝提供基本订单信息，只要求全退并保留商品

处理原则：说清楚最少需要哪些信息，也可以接受能查到交易的其他购买凭证。如果始终查不到对应交易，就不能直接退款或补发。顾客反映的质量问题、眼部情况仍要记下来，**不能只因为没补资料，就说对方有恶意。**

客服话术：

"您好宝宝，我来帮您找一下对应的订单。您可以发订单号，也可以提供其他购买凭证，能确认这笔交易就好。目前还没查到对应订单，暂时没办法直接安排全额退款并保留商品。您补充基本交易信息后，我会继续核查，现有异常反馈也会一并记下来。"

常见问题四 镜片怎么留，答应的事情怎么办

问题 13 镜片已丢弃，无法按要求重拍

处理原则：先用原来的照片、聊天和订单查，不要让顾客去翻垃圾，也不要让顾客重新弄出同样的问题来证明。如果确实缺少关键资料、没办法确认，就把困难说明白；是否还有其他补偿，由负责人看过后决定。

客服话术：

"亲，已经丢掉的话就不用再翻找了。您把之前拍的照片、订单和当时的情况发我，我先用现有资料帮您核实。如果还有关键信息缺少，我会一次说明清楚；确实无法确认的部分需要负责人复核，额外赔偿也要等核查后才能答复您。"

问题 14 需要剪片退款，但顾客担心销毁后不认账

处理原则：先确认怎么处理、需要哪些资料，再通知顾客操作。涉及眼部受伤、同批次异常或需要检测的，镜片先留着。确认不用再看实物后，把要剪哪几片、退多少钱、怎么拍、要不要寄回一次说清，**不能等顾客剪完，又临时改条件。**

客服话术：

"亲，先不用剪，等处理方式都确认清楚后再操作。我会把对应镜片、核准金额、拍照要求和是否寄回一次说明白。确认不再需要实物核查后，才会通知您按步骤处理；您按已确认的要求操作，我们不会再临时增加条件，让您白忙一场。"

问题 15 赠品漏发，或商家错发度数花色

处理原则：先对一下活动内容、是否合并发货和商品标签。确认是我们漏发或错发，就把该补的补上、该换的换好，**不能用"拆封不退"推掉自己的责任。**额外补偿要在已经同意的范围内；顾客没同意，不能拿代金券直接代替其他处理。

客服话术：

"亲，收到的东西没对上，给您添麻烦了。麻烦把订单和实际收到的物品或标签发我，我先对照一下。确认是我们漏发或错发后，会按应发明细纠正，补寄、换货和运费怎么安排也会一起说明。您如果还有额外诉求，可以一并告诉我，需要核实确认后再答复。发错的镜片先不要使用。"

问题 16 补发后又出现异常，被怀疑反复要货

处理原则：先分清是原来的问题还没处理完，还是补发的镜片又出现了新问题，再结合批号和上次记录查看。同一订单也可能有不同的问题，**不能看到又来售后就直接拒绝，更不能说补发一次后永远不给售后。**

客服话术：

"亲，补发后又遇到异常，确实会影响您的使用。我先帮您确认，这次是原来的问题还没处理完，还是补发镜片出现了新情况。原来同一损失已经处理完成的，没办法重复补偿；补发品如果有新的异常，您把补发单号和现有材料发我，我会另行登记，交负责人核查。"

常见问题五 费用和意见不一致怎么处理

问题 17 顾客要求承担检查费、医药费或其他损失

处理原则：先交负责人跟进，请顾客提供与这次情况有关的诊疗记录和费用票据，无关个人信息可以遮住。不要要求医院开不合理的指定证明。没查清楚前不能答应全赔，也不能只退了镜片钱，就说其他损失一概不管。

客服话术：

"亲，您提到的〔费用项目〕我会单独记下来。眼睛如果还不舒服，请先以就医为重，资料可以方便时再补。相关诊疗记录、费用票据和订单信息发我就好，无关个人信息可以遮挡。我会交负责人结合材料核查，费用责任和金额确认前，还不能先答应全部赔付。"

补充：费用类诉求的详细处理流程

4. **第一时间：**确认顾客眼部情况，强调以就医为先，不因资料问题拖延处理
5. **登记要素：**诉求项目（检查费 / 医药费 / 交通费 / 误工费等）、金额、发生时间、与本次购买的关联说明
6. **资料清单：**诊疗记录、费用票据、订单信息；告知顾客无关个人信息可自行遮挡
7. **禁止动作：**不要求医院开具"证明系镜片导致"这类不合理指定证明；不承诺"全赔"；也不以"已退镜片款"为由拒绝讨论其他损失
8. **移交负责人：**连同批号、同批次反馈情况、顾客材料一并移交
9. **回复口径：**说明已收到哪些材料、还需核实什么、预计何时答复、有新材料如何补充
10. **记录留档：**责任认定结果与金额、支付与到账情况分开记录

问题 18 非质量问题超过七日，仍要求退换

处理原则：先确认是个人原因、确实已经超过七日，而且店铺没有答应过更宽松的条件，再说明不能按常规退换办理。**如果顾客说的是具体质量问题，要另外了解，不能一律按"过期不退"处理。**

客服话术：

"亲，我核对了订单的签收时间，已经超出七日售后期限。您反馈的情况属于非质量问题，按照店铺常规退换规则，这笔订单无法办理退换。如果镜片本身存在明确的质量异常，或是之前有未兑现的服务承诺，您可以告诉我，我会按对应情况帮您核查跟进。"

问题 19 顾客用差评或投诉要求增加现金补偿

处理原则：顾客合理的要求继续处理，已经确认能做什么就如实说什么，不能因为对方说要差评，就临时加钱。**不要要求顾客删帖、改评价或放弃投诉。** 负责人看过后，把当前结论、原因，以及有新资料时怎么再反馈说清楚。

客服话术：

"亲，知道您希望这件事尽快有个明确结果，您的意见我会如实记录。目前核查后能够提供的是〔方案及依据〕，追加的〔具体补偿要求〕暂时没有相应依据，所以这部分没办法答应您。如果有新的相关材料，您可以继续补充；您也可以通过平台申请复核，我们会配合核实。"

问题 20 要求免退全额退款，同时再补多副或多笔赔偿

处理原则：把顾客要的退款、补发和其他费用分开记，看看是不是在为同一个问题重复要补偿。没有依据、反复叠加的要求，要温和但明确地拒绝。**如果确实是不同的实际损失，就分别查，不能全部当成重复索赔。**

客服话术：

"亲，我明白您希望这次的问题能处理妥当。退款、补发和额外费用，我会分开帮您核对。同一损失不能重复退款又重复补发，额外赠送多副的要求目前也无法安排。现在能确认的是〔具体方案〕；如果还有其他独立损失，您把对应材料发我，我再交负责人进一步评估。"

附录

附录 A 快捷话术速查表

场景	一句话话术
响应慢致歉	抱歉让您久等啦，马上为您处理～
问有没有货	帮您查了下有现货，今天 5 点前付款当天发出～
问几天到	一般 2 - 3 天，偏远地区 4 - 5 天，我帮您盯着物流～
问是不是正品	持证经营，支持国家药监局官网查询，假一赔十～
问能不能退	未拆封可退；开封后因医疗器械卫生要求不支持无理由退换，质量问题我们全责～
说戴上不舒服	先停戴，我问您几个问题帮您排查一下原因～
说颜色有偏差	方便拍张自然光下的照片吗？我帮您判断～
催发货	已帮您标记加急，今天一定发出，单号稍后发您～
要求赔偿	您的诉求我记下了，1 小时内给您明确答复～

场景	一句话话术
结束对话	还有其他可以帮您的吗？祝您生活愉快～

附录 B 客服禁语清单（建议贴工位）

错误说法	正确说法
"这是正常的，别人都没问题。"	"我帮您看看具体是什么原因。"
"您肯定是戴反了。"	"麻烦确认下镜片边缘是不是碗形？"
"不可能，我们从来没出过这种问题。"	"这种情况比较少见，我们马上核实。"
"这是您自己使用不当。"	"我们一起来排查一下原因。"
"拆了就是退不了。"	"开封产品出于卫生要求不支持无理由退换，但我给您其他补偿方案。"
"你自己去医院看看呗。"	"建议尽快到眼科就诊，如确认是产品问题相关费用我们承担。"
"这是快递的问题，不归我们。"	"不管哪个环节的问题，我们先帮您解决。"
"我不知道 / 不归我管。"	"我帮您确认一下，稍后回复您。"

附录 C 依据与注释

【1】市场监管总局《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》第 7 至 10 条——关于不适用无理由退货商品的确认义务与期限起算

【2】市场监管总局《消费者权益保护法》第 24 至 26 条——关于质量瑕疵担保责任与格式条款限制

【3】CDC《佩戴隐形眼镜后的异常症状及就医提示》——关于佩戴后异常症状的识别与就医时机

补充说明：店铺的基本售后规则由店铺提供；本手册整理的检查步骤和话术，供客服处理时参考。如果店铺的限制和适用法律、平台要求冲突，就按法律和平台要求办理。护理方法和该什么时候看医生，客服不要自己随口定统一标准。