

# 2023年2月 中国电子商务用户体验与投诉数据报告

数据来源： 电数宝  
电商大数据库

案例来源： 电诉宝  
网络消费纠纷调解平台

发布时间：2023年3月6日

报告编制：网经社电子商务研究中心



更多报告下载

## 目录

一、报告摘要.....	3
二、整体数据.....	4
（一）投诉问题类型分布.....	4
（二）投诉地区分布.....	5
（三）投诉用户性别分布.....	6
（四）投诉金额区间分布.....	7
三、评级数据与典型案例.....	8
（一）数字零售数据与五大典型案例.....	8
（二）数字生活数据与五大典型案例.....	14
（三）数字教育数据与五大典型案例.....	20
四、关于我们.....	26
（一）关于电诉宝.....	26
（二）关于网经社.....	30

## 一、报告摘要

2023年2月，全国多地疫情感染高峰已过，经济有所回暖，网络消费、线下餐饮、旅游出行等领域的消费数据均有一定程度的提升。作为拉动我国经济增长的“第一动力”，消费升温为上下游市场复苏增添了暖意。不过，年货节、春节期间的网络消费纠纷问题仍未完全解决，消费者受困良久。

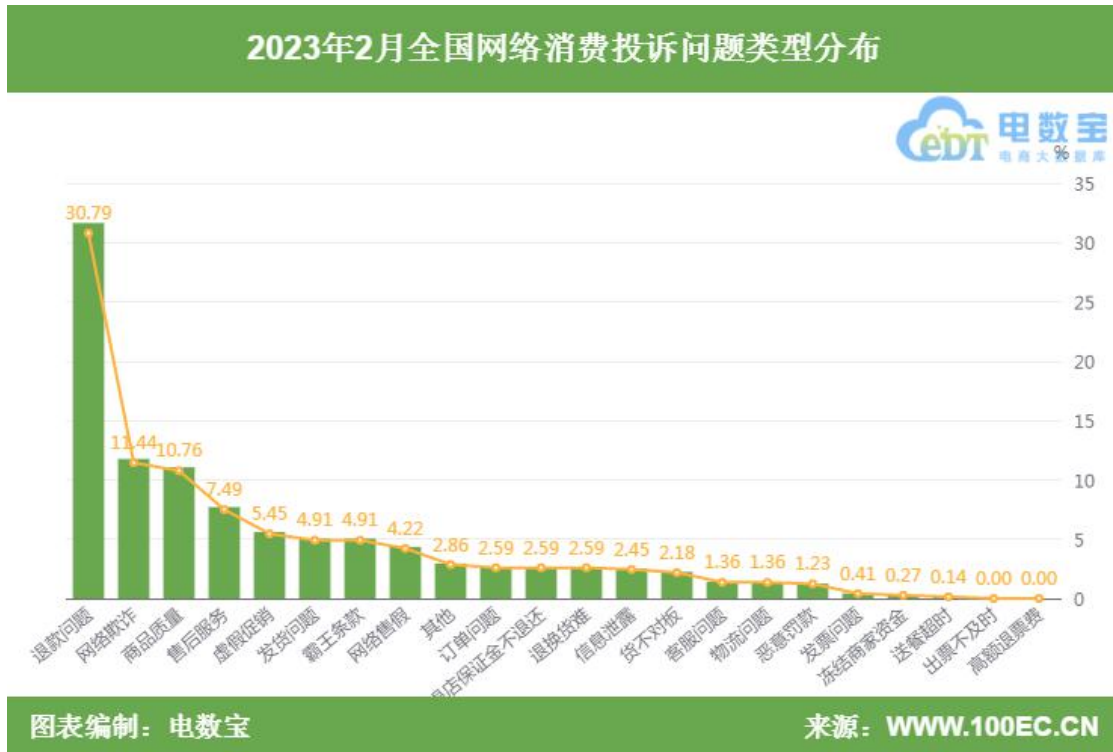
此外2月15日，中消协发布2022年受理投诉情况分析，疫情期间，网络购物成为推动经济增长的重要动能，并为消费者带来了很大的便利。与此同时，网络购物领域也呈现出新老问题交织形势，主要表现为“保价规则引误导”、“‘小程序’购物售后无保障”等五大问题。

在此背景下，2023年3月6日，依据国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）2023年2月受理的全国100家互联网消费平台纠纷大量案例数据，“一带一路”TOP10影响力社会智库网经社电子商务研究中心发布了《2023年2月电子商务用户体验与投诉数据报告》。

报告涉及了数字零售（主要集中在**生鲜电商、电商服务商**）、数字生活（主要集中在**生活服务、在线旅游**）及数字教育、跨境电商、产业电商、金融科技、物流科技等领域。报告公布了2023年2月网络消费投诉数据及《2023年2月数字零售五大典型投诉案例》《2023年2月数字生活五大典型投诉案例》和《2023年2月数字教育五大典型投诉案例》。

## 二、整体数据

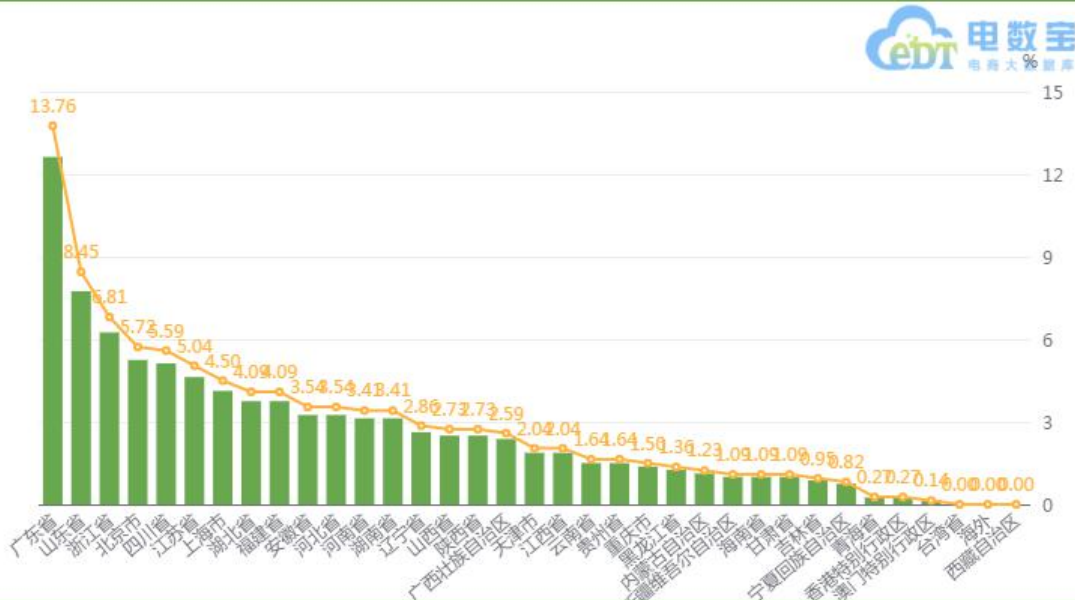
### （一）投诉问题类型分布



据“电诉宝”显示，2023年2月全国网络消费投诉问题类型中，**退款问题**排在首位，占比高达**30.79%**，其余问题类型依次为：**网络欺诈**（12.44%）、**商品质量**（10.76%）、**售后服务**（7.49%）、**虚假促销**（5.45%）、**发货问题**（4.91%）、**霸王条款**（4.91%）、**网络售假**（4.22%）、**其他**（2.86%）、**订单问题**（2.59%）、**退店保证金不退还**（2.59%）、**退换货难**（2.59%）、**信息泄露**（2.45%）、**货不对板**（2.18%）、**客服问题**（1.36%）、**物流问题**（1.36%）、**恶意罚款**（1.23%）、**发票问题**（0.41%）、**冻结商家资金**（0.27%）、**送餐超时**（0.14%）。

## (二) 投诉地区分布

2023年2月全国网络消费投诉地区分布



图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

2月“电诉宝”受理投诉用户聚集地区TOP20依次为广东省（13.76%）、山东省（8.45%）、浙江省（5.81%）、北京市（5.72%）、四川省（5.59%）、江苏省（5.04%）、上海市（4.50%）、湖北省（4.09%）、福建省（4.09%）、安徽省（3.54%）、河北省（3.54%）、河南省（3.41%）、湖南省（3.41%）、辽宁省（2.86%）、山西省（2.73%）、陕西省（2.73%）、广西壮族自治区（2.59%）、天津市（2.04%）、江西省（2.04%）、云南省（1.64%）。

### (三) 投诉用户性别分布



据“电诉宝”显示，2月女性用户投诉比例为53.68%，男性用户投诉比例为46.32%。

#### (四) 投诉金额区间分布



据“电诉宝”显示，2月投诉金额分布主要集中在1000-5000元（23.30%）、100-500元（21.12%）、0-100元（14.85%）、5000-10000元（13.90%）、500-1000元（11.17%）、10000元以上（9.13%）、未选择金额（6.54%）。

### 三、评级数据与典型案例

此外，据“电数宝”电商大数据库（DATA.100EC.CN）显示，2023年2月全国网络消费评级榜中：获“建议下单”的有：找靓机、有赞、唯品会、帮考网、BOSS直聘；获“谨慎下单”评级的有：苏宁易购、飞猪、美团、抖音；获“不建议下单”评级的有：京东、小红书、国美、分期乐、拼多多、联联周边游、学慧网、深海教育、开课吧；获“不予评级”的有：大麦网、淘宝、店宝宝、交易猫、天猫、闲鱼、快手、拍机堂、潭州教育、大鹏教育、兴为教育、微店、二三良作、高教通。

## （一）数字零售数据与五大典型案例

数字零售上榜平台有 42 家：

电诉宝 全新升级 “律”动315 直击行业乱象 为全国网络消费用户“保驾护航”

当前位置 > 投诉榜

领域：  
 总榜  
**数字零售**  
 数字生活  
 数字健康  
 数字教育  
 跨境电商  
 产业电商  
 物流科技  
 金融科技  
 其他

行业：  
**全部**  
 综合电商  
 社交电商  
 社区团购  
 农村电商  
 生鲜电商  
 奢侈品电商  
 汽车电商  
 母婴电商  
 二手电商  
 食品电商  
 服装电商  
 品牌电商  
 电商服务商  
 美妆电商  
 直播电商  
 文玩电商

筛选：  
 2023  
 2月

1	淘宝	2	拼多多	3	京东	4	抖音
5	二三良作	6	苏宁易购	7	闲鱼	8	店宝宝
9	有赞	10	快手	11	交易猫	12	微店
13	找靓机	14	唯品会	15	小红书	16	天猫
17	拍机堂	18	国美	19	淘特	20	途虎养车
21	转转	22	寺库	23	微拍堂	24	孔夫子旧书网
25	孩子王	26	美团电商	27	哔哩购	28	小年鱼
29	阿里巴巴	30	花礼网	31	红布林	32	当当
33	萌推	34	小米商城	35	醒购商城	36	年丰大当家
37	中粮我买网	38	蘑菇街	39	爱回收	40	百丽优购
41	盒马鲜生	42	一直娱				

投诉量 TOP10 依次为：淘宝、拼多多、京东、抖音、二三良作、苏宁易购、闲鱼、店宝宝、有赞、快手；

排在第 11-20 名的是：交易猫、微店、找靓机、唯品会、小红书、天猫、拍机堂、国美、淘特、途虎养车；



排在第 21-30 名的是：转转、寺库、微拍堂、孔夫子旧书网、孩子王、美团电商、哔哩购、小年鱼、阿里巴巴、花礼网；

排在第 31-42 名的是：红布林、当当、萌推、小米商城、醒购商城、年丰大当家、中粮我买网、蘑菇街、爱回收、百丽优购、盒马鲜生、一直娱。

在数字零售消费领域，据“电诉宝”受理用户维权案例，我们从中选取五大典型投诉案例，涉及微拍堂、小红书、拍机堂、美团电商、店宝宝。

2023年2月数字零售五大典型投诉案例		
投诉时间	投诉平台	投诉案例
2月15日	<b>店宝宝</b>	宣传与实际不符？用户投诉“店宝宝”老师转变态度快交完入门费后又交钱
2月20日	<b>二三良作</b>	“二三良作”被指售卖“三无产品”商家为逃避责任竟拒接电话？
2月21日	<b>转转</b>	一意孤行强买强卖？“转转”卖家被指违反发货规范
2月22日	<b>红布林</b>	拍错商品不同意退款？“红布林”被指客服多次推诿
2月23日	<b>微店</b>	一日之后又延三日？“微店”被指提现金额迟迟不到账
图表编制：电诉宝		数据来源：315.100EC.CN

### 【案例一】“微拍堂”被指强盗强取？恶意扣款不告知具体原因

2月15日，辽宁省周先生向“电诉宝”投诉称他于2022年10月28日入驻微拍堂售卖商品，陆续交了5000元店铺保证金，用于出售商品。2023年2月15日系统提示因为违规，扣除1000元保证金，周先生称他不知道为什么扣，并且很长时间也没在微拍堂卖出东西。他询问客服也不知道扣款的具体原因，说是系统判断。

周先生表示微拍堂拿不证据，也没有告知具体什么问题就恶意扣除商家的店铺保证金，这种行为如同强盗强取豪夺一般。周先生说，他之前听别的商家说过微拍堂会无故扣除保证金，今日算是领教了。周先生表示客服说什么引流销售，

真让他费解，并没有说服力。周先生的诉求是需要微拍堂退还扣除他的保证金。如果不是恶意扣除，如果真有问题可以先进行警告处理，在没有告知的情况下直接扣款，让人觉得就是恶意克扣商家的钱财，如同抢钱。

### **【案例二】小红书平台售卖假货？ 用户维权反遭商家辱骂和拉黑**

2月20日贵州省的张女士向“电诉宝”投诉称，她于2月8日在小红书平台购买了128元的大牌香水分装，店铺为柚子香香的店，小红书名称为柚子香香。张女士表示13日到14日一直实锤卖家，卖家提供不出正品购买记录凭证。张女士维权被骂还被拉黑，投诉小红书平台也没用。张女士的诉求是要求退款处理，假一赔三，退货运费到付。

张女士称共计三单，现已退2单，还有一单不给退，整些么蛾子就是不想退钱。张女士已经有实际对比图片，权威香水者都鉴定为假，其中一款香水她有正装，跟她手中正品不一致，卖家的香水一股廉价工业味道，真正懂香的一闻便知。张女士表示只想退钱，哪知道卖家还搞这些，要不是平台纵容这些人不会那么嚣张。

### **【案例三】“拍机堂”被指欺骗买家 部件缺失却被验为正常手机**

2月21日，广东省廖先生向“电诉宝”投诉称，其于2023年2月19日在拍机堂购买一部苹果XR手机，根据验机报告显示，前摄像头正常、面容正常、后摄相头正常。廖先生收到商品发现这些均是虚假信息，欺骗买家，（因为前后摄像头都已被拆除）。随后廖先生找客服处理，售后根据平台要求提交了相关信息，售后服务人员给出的答复是以注明主板维修为由驳回买家的诉求，对于手机缺少配件导致功能不正常只字未提。廖先生希望有关部门能让消费者的利益有所保障。

### **【案例四】“美团电商”被指缺斤少两 商家拒不退货退款**

2月22日广东省的唐先生向“电诉宝”投诉称，他于2023年2月11日在美团电商的利圣茜休闲食品店，购买湖南特产自制香辣萝卜，买一坛送一坛(共800克)。唐先生实收到货后感觉重量不够，称了一下只有600多克。唐先生称如果相差无几也就算了一样会给好评，结果期望相差太大，将近200克差不多三价一二的重量，严重侵犯了消费者权益。

随后唐先生直接将证据上传，想要申请退货退款，结果商家拒绝了。商家要补差价，唐先生不予接受。他表示不诚信商家的商品不值得支持。之后唐先生找到人工客服表达诉求想要退货退款，人工客服竟然支持商家补差价。唐先生的诉求很简单，要求商家退货退款，他希望消费者权益得到保护。

#### **【案例五】“店宝宝”被指引诱用户消费？导致学员“艰难度日”**

2月23日，广东省的邓先生向“电诉宝”投诉称，他于2月16日在销售导师的介绍下购买了店宝宝入门版1000元，说可以开一个淘宝店。该导师没过多久打电话给邓先生说他抽到320元的优惠券，升级精英现在只要680元可以开淘宝，拼多多微店三个店。邓先生明确表示他只想试试开一个淘宝店来当副业，目前失业再找工作，并且没弄过这些东西不熟，后面需要再升级。但在销售导师不停的诱导下，邓先生最后买了。

邓先生表示当时自己身上就1700多块，1680元交给店宝宝了，弄了两天真的弄不下去了，太繁琐了，而且铺货资源少，大部分不能铺货，能铺货的就几个，还比别人家的贵上一些。邓先生第三天生活费也没有了，之前跟亲戚借过钱，想让销售导师退一些钱给他，结果就是不退，让他再去借钱，后面好起来再还。

邓先生称这话说出的良心不痛嘛，他预算1000弄个入门版开个淘宝店试试，还有700多做生活费能撑到这个盈利，结果在导师诱导下充了1680，导致生活都过不去，还让自己等后面盈利或者跟别人借。邓先生表示签订的合同是霸王合同，签名在外面，合同在左上角里面，他的诉求是店宝宝退款。

## (二) 数字生活数据与五大典型案例

数字生活上榜平台有 17 家：

电诉宝 全新升级 运行10年，对接近千家电商  
1万+媒体采用，影响1亿+用户

当前位置 > 投诉榜

领域： 总榜 数字零售 数字生活 数字健康 数字教育 跨境电商  
产业电商 物流科技 金融科技 其他

行业： 全部 在线旅游 社区服务 在线票务 移动出行 餐饮外卖  
家政服务 美业服务 共享经济 互联网家装 在线婚恋交友 互联网维修

筛选： 2023 2月

1	美团	2	BOSS直聘	3	大麦网	4	飞猪
5	联联周边游	6	携程	7	饿了么	8	如程
9	万师傅	10	鲁班到家	11	智行	12	58同城
13	走着瞧旅行	14	去哪儿	15	侠侣亲子游	16	58到家
17	驴妈妈						

投诉量 TOP10 依次为：美团、BOSS 直聘、大麦网、飞猪、联联周边游、携程、饿了么、如程、万师傅、鲁班到家；

排在第 11-17 名的是：智行、58 同城、走着瞧旅行、去哪儿、侠侣亲子游、58 到家、驴妈妈。

在数字生活消费领域，据“电诉宝”受理用户维权案例，我们从中选取五大典型案例，涉及联联周边游、BOSS 直聘、去哪儿、Keep、大麦网。

## 2023年2月数字生活五大典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
2月1日	<b>联联周边游</b>	“随心购”无退款选项用户反映无法联系到“联联周边游”平台
2月2日	<b>Boss直聘</b>	Boss直聘无故冻结账号竟成BOSS“直斩”？
2月4日	<b>去哪儿</b>	“去哪儿”被指预定酒店却无房平台与商家互相推责回应：差价已沟通和解
2月17日	<b>Keep</b>	“骑驴游”被指拒绝退款 机器人机械回复引不满
2月19日	<b>大麦网</b>	大麦网不可退演出票遭用户投诉平台称演出门票不支持七天无理由退换

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

**【案例一】“随心购”无退款选项 用户反映无法联系到“联联周边游”平台**

2月1日，湖北省的贺女士向“电诉宝”反映称其于2023年1月31日在联联周边游团购了5张足浴票，有效期至2月28日，尚未核销使用。贺女士称，购票前显示“随心购”，告知消费者有效期内未核销可退款。但购票后，自己想退款，却根本没有退款选项。客服几天都没人回复，人工客服更是无人接听。

**【案例二】Boss直聘无故冻结账号 竟成 BOSS“直斩”？**

2月2日，辽宁省的赵先生向“电诉宝”投诉称，Boss直聘随意给他的账户冻结，不管申诉原因，一概回感谢反馈。赵先生的账号被冻结，但是账号内的钱的没有退款。赵先生表示多次申诉，向平台说明情况，哀求给机会，表达诚意均不行。Boss直聘的反馈是关联账号的环境不符，提交环境无用。赵先生称其离职半年多，在职2个月期间也被冻结。赵先生的员工去应聘几个公司都因无法使用BOSS账号被拒 BOSS“直斩”。赵先生表示 Boss直聘断企业活路，公司及个人BOSS账号被封已经半个月了，申诉无果，投诉无门。

赵先生说疫情三年，作为中小企业，存活已经非常艰难，房租、人工、公司

运营投入，几番想要放弃，现在终于熬到疫情结束，在人才作为企业血液的当下，却没理由的被 BOSS 封号断了招聘渠道，像是压倒骆驼的最后一根稻草，公司目前已陷入了经济、人才双匮乏的双重危机，即将倒闭。

赵先生表示，BOSS 作为龙头，葬送企业、HR、求职者现在及未来生涯的刽子手。由于冻结 6 个账号中有半年前离职人员。遂继续问到已离职人员如何解封，平台回复只解答你账号问题，追问到我如果离职，怎么解封？平台答复：无法解封。赵先生说也就是无论换到任何一家公司，账号实名都无法进行 BOSS 招聘，试问哪一家公司会用一个无法进行 BOSS 招聘的 HR？

### 【案例三】“去哪儿”被指预定酒店却无房 平台与商家互相推责 回应：差价已沟通和解

2 月 4 日，山东省的李女士向“电诉宝”投诉称，她于 2023 年 1 月 20 日在去哪儿网预定 1 月 26 日（大年初五）入住江西婺源鑫邦开元名都大酒店（后统一称呼为酒店 A）并参加游园活动，标价 399 元，成功预定并收到去哪儿的短信通知。李女士预定当日 14:00 后抵达酒店 A，酒店 A 告知她目前无房可供入住，经与去哪儿网和酒店 A 长达数小时协调后，仍无法给出解决方案。李女士认为去哪儿网平台与酒店 A 责任推诿，罔顾消费者权益与消费者保护法，后续自行预定其他酒店（当日房费变为 569 元），由李女士自行承担损失，当天她进行平台投诉。

两日后去哪儿网给出赔偿方案：赔付原平台预定房间房费（399 元）的 3 倍，李女士方拒绝并提出去哪儿网应赔付后续预定其他酒店（569 元）房费的 3 倍，去哪儿网拒绝赔偿并不再解决此次事故。本次平台运营事故导致消费者经济权益受损，身心和精神遭受冲击，平台不作为、不履行合同的行为，已违反我国消费者保护法，李女士希望可以协调处理赔偿并给予去哪儿网平台和酒店 A(江西婺源鑫邦开元名都大酒店)相应处罚。

随后去哪儿网反馈称，经核实消费者反馈无法入住要求十倍赔偿。平台核实此单消费者在 1 月 22 号申请取消，平台当天发送了申请失败的短信，但是商家

在1月23号接受了取消单导致订单被取消无法入住。但是平台因压单原因未及时通知消费者，平台此单已全额退款，考虑消费者体验三倍补偿，平台已操作赔付 $399*3=1197$ 元，消费者认可，协商成功。

#### 【案例四】keep 被用户投诉迟迟不发货 客服态度敷衍

2月17日，安徽省的钟女士向“电诉宝”投诉称，她于2022年12月9日在Keep平台购买了周棋洛「雀跃烁星」活动的奖牌，活动从一月一号开始，截止日期为1月30日，4号她完成该活动的比赛。钟女士表示一开始说十个工作日内发货，但是却未发货，问客服后来推迟成20个工作日内发货，现在一直延期到2月17号现今为止一直未发货。

钟女士称问客服就是无止境的敷衍和不确定什么时候发货，无下限延期，让她一直等待。该事件严重伤害了身为消费者钟女士的权益，一直敷衍和模糊回复的态度伤害了她的知情权和消费权。

#### 【案例五】大麦网不可退演出票遭用户投诉 平台称演出门票不支持七天无理由退换

2月19日，江苏省的周先生向“电诉宝”投诉称，他于2023年2月15日购买的张韶涵世界巡回演唱会门票，买错后第一时间与服务提供方联系沟通退货，大麦网给出的答复是基于演出票品特殊性和时效性不予退货。服务方认为演出票品不同于可循环销售的普通商品，不适合七天无理由退换。

周先生对此认为：1、服务提供方主张的特殊性不成立：该产品非消法或七天无理由暂行办法等法律法规规定的不适合七天无理由退货商品；2、服务提供方主张的时效性不成立：演出是2023.5.27，距现在还有100天。且票的状态为未出票。3、服务提供方主张演出票品不适用七天无理由退货行为违反了《网络购买商品七天无理由退货暂行办法》第十三条规定。4、服务提供方关于演出协议的主张排除限制消费者权利，违反民法典、消法等法律法规。与服务方多次协商无果后，

投诉至监督部门。周先生的诉求是要求大麦网按照法律履行退还义务。

### (三) 数字教育数据与五大典型案例

数字教育上榜平台有 26 家：

电诉宝 全新升级 运行10年, 对接近千家电商 1万+媒体采用, 影响1亿+用户

当前位置 > 投诉榜

领域：  
 总榜 数字零售 数字生活 数字健康 **数字教育** 跨境电商  
 产业电商 物流科技 金融科技 其他

行业：  
**全部** 综合类 知识付费 职业教育 早教 语言类  
 老年教育 教育服务商 高等教育 steam教育 K12 AI教育

筛选：  
 2023 2月

1	学慧网	2	兴为教育	3	大鹏教育	4	深海教育
5	帮考网	6	开课吧	7	高教通	8	潭州教育
9	腾讯课堂	10	尚德机构	11	中职通	12	一只船教育
13	恒企教育	14	有道精品课	15	聚师网	16	常青藤爸爸
17	掌门1对1	18	赛优教育	19	51Talk	20	对啊网
21	育尚未来教育	22	思鸿网校	23	高顿教育	24	平安好学
25	河小象	26	大塘小鱼				

投诉量 TOP10 依次为：学慧网、兴为教育、大鹏教育、深海教育、帮考网、开课吧、高教通、潭州教育、腾讯课堂、尚德机构；

排在第 11-26 名的是：中职通、一只船教育、恒企教育、有道精品课、聚师网、常青藤爸爸、掌门 1 对 1、赛优教育、51Talk、对啊网、遇尚未来教育、思鸿网校、高顿教育、平安好学、河小象、大塘小鱼。



在数字教育消费领域，据“电诉宝”受理用户维权案例，我们从中选取五大典型投诉案例，涉及兴为教育、对啊网、尚德机构、有道精品课、开课吧。

2023年2月数字教育五大典型投诉案例		
投诉时间	投诉平台	投诉案例
2月1日	<b>兴为教育</b>	清空所有朋友圈？“兴为教育”被指老师失联 客服态度恶劣
2月5日	<b>对啊网</b>	用户投诉“对啊网”强买强卖未开课想退款遭拒
2月9日	<b>尚德机构</b>	尚德机构诱导学员非法参加考试？泄露学员信息不予退款
2月21日	<b>有道精品课</b>	“有道精品课”竟擅自篡改课程有效期用户要求退费
2月27日	<b>开课吧</b>	“开课吧”被指频繁更换老师用户要求退费以公司困难为由予以拒绝

图表编制：电诉宝 数据来源：315.100EC.CN

### 【案例一】清空所有朋友圈？“兴为教育”被指老师失联 客服态度恶劣

2月1日，山东省吕女士向“电诉宝”投诉称自己于2022年11月3日在兴为网校花费19800元报考了药师高效无忧班，后申请退款。现在半个月过去，客服态度恶劣，班主任老师联系不上，并且清空所有朋友圈，更改了在兴为教育APP里所签合约的价格，所有老师都无法联系，承诺给的售后也并没有联系自己。

找到当时的招生老师，询问原因也不回复了，借口就是有的老师请假了。从出成绩到现在半个月过去，一直没上班，出成绩前基本随时都在。包括考完试后也都可以联系上，除了成绩后就找不到任何人了。

### 【案例二】用户投诉“对啊网”强买强卖 未开课想退款遭拒

2月5日，内蒙古自治区林女士向“电诉宝”投诉称自己于2022年10月17日，在对啊网淘宝官方店买了一个2023年6月开始的网课，因未开课，不想要这个网课了，想退款。未开课也不涉及学了课时什么的，自己也没享受到权益，

退款也是理所应当。

林女士表示，商家各种理由不给退款，自己一共花了 616 元，现在强烈要求退款，网课没有开课，没有享受应有的权益，退款也是理所应当，对啊网这样强买强卖。淘宝店家就告诉林女士此货物不支持 7 天无理由，那别人家的网课都能退，对啊网咋就不行。

### 【案例三】尚德机构诱导学员非法参加考试？泄露学员信息 不予退款

2 月 9 日，福建省的吕先生向“电诉宝”投诉称，他于 2021 年 03 月 21 号晚上 22 点 07 分 58 秒在尚德机构购买百度钱包定金系统【福建建筑工程管理成考专行政管理自考本】尚进强国保障班 21 期。

吕先生表示出现退款却申请不了，由于他本人初中学历，遂平台诱导吕先生可以同时报名专科和本科的考试，称简单易学容易拿证，还叫他办假高中毕业证可以报名参加考试。尚德机构诱导吕先生在网络上消费，并且泄露他的信息。吕先生的诉求是赔偿我精神赔偿损失和退款。

### 【案例四】“有道精品课”竟擅自篡改课程有效期 用户要求退费

2 月 21 日，海南省的赵女士向“电诉宝”投诉称，她于 2020 年 1 月 19 日同北京网易有道计算机系统有限公司签订了英语课程服务协议，共计缴费 4030 元。赵女士表示她于 2020 年 1 月 19 日缴费 4030 元报名了被告的高考英语全程旗舰联报班六期并签订了课程服务协议，但机构从未如实告知过该课程的有效期限，也未详细为她解析过合同。赵女士报名课程后，受当地疫情爆发的影响，她只上了三节课程（机构未告知时长）期间该机构从未主动提醒过我学习，也从未通知过注意事项，一直持续到 2022 年中旬。

2022 年 9 月，赵女士联系了工作人员，被通知该课程已经过了有效期，无法学习无法退款，该机构称课程有效期是 2019 年 12 月至 2020 年 7 月，她对于该机构错乱、不专业的回答非常震惊（因为赵女士本人 2020 年 1 月才报名的课

程，有效期却从 2019 年 12 月开始)。赵女士对该机构当初隐瞒重要事实、未事先告知她就诱导其签订了课程协议比较不满，对机构服务期间未主动通知、告知课程的有效期限一事颇有异议，该机构负有不可推卸的责任。根据《合同法》第四十二条第二项规定，机构故意隐瞒与订立合同有关的重要事实或者提供虚假情况，给赵女士造成损失的，应承担赔偿或者退回责任。该机构未履行通知、告知责任义务，应当退回所有学费。

### **【案例五】“开课吧”被指频繁更换老师 用户要求退费以公司困难为由予以拒绝**

2 月 27 日，湖北省的张女士向“电诉宝”投诉称，她于 2022 年 10 月 14 日在北京开课吧科技有限公司报名管理类联考名校笔试权益班（领跑计划）班 学费 13620 元。张女士称该机构虚假宣传，违规经营，不具有授课资质，超范围经营。张女士表示前期宣传的老师课程讲的很好，于是她就报名了，交款前机构老师诱导她可以分期购买课程，但报名后老师就不是当时的老师，之前承诺是名师世勋老师的关门弟子，有任何讲课可以有问题随时提问，前期老师还会每周发送要练习的题，后来只服务了两个月就一直换老师，再后来世勋老师也联系不上了，上了几节课就一直换老师，建了一个群说可以解答学习问题，然后就解答了一个问题，再问问题就没有回答了

张女士说现在因为机构内部原因关闭了，现在机构的老师都联系不上了，机构的老师也是频繁的更换。因此她提出退费，该机构一直不予理会，信息不回，电话不接，机构一直不予退费。直至 2 月份联系老师，老师以公司困难为由，拒绝退费。后又直接关闭录播课程，导致无法学习，费用也没退款。

## 四、关于我们

### （一）关于电诉宝

国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）运行10余年来，与全国近千家网络消费平台建立对接，影响1亿+网络消费用户，新系统实现一键投诉、24h在线、自助维权、同步直达、实时处理、进度查询、评价体系、法律求助、大数据分析等诸多功能。目前，平台“绿色通道”服务向广大网络消费平台开放，各平台可自主申请入驻，实时受理、反馈和查询用户满意度评价。为了更好地营造公开、透明、健康的网络消费投诉环境，“电诉宝”公开版已正式上线，新增用户投诉实时受理动态、月度平台投诉量TOP10、热点投诉地区、投诉榜（依据投诉量排行）等模块，让投诉过程透明化，一手掌握信息动态。

“电诉宝”（网络消费纠纷调解平台；[315.100EC.CN](http://315.100EC.CN)）运行十余年，与全国数百家电商建立对接，致力于为广大电商用户解决网络消费纠纷，帮助广大电商提升用户购物体验与售后服务，以自身独有的客观公正性、中立性、权威性，稳居全国影响力与公信力前列的“第三方电商投诉维权服务平台”，并有20余名电商行业资深律师常年开展坐镇咨询与维权服务，平台投诉纠纷解决率在80%以上，深受全国各地网购用户信赖。

根据平台受理的客诉“大数据”和真实案例，每月度、季度、半年度、年度公开发布客观用户体验报告和相关榜单，已连续十余年发布，被业内视为“电商315风向标”，被全国广大用户、企业、媒体、政府所认可和引用。

新平台于2018年315前夕正式上线运行。新系统实现“一键投诉”、24h在线、自助维权、同步直达、实时处理、进度查询、满意度评价、律师坐堂法律求助，还有大数据分析功能，真正实现了“天天315”，成为千千万万电商用户的“网购维权神器”。

此外，为了更好地帮助电商平台更好的处理投诉。平台“绿色通道”服务向广大电商平台开放，电商可自主申请入驻，实时受理、反馈和查询用户满意度评价。



在线投诉	进度查询	平台登录	
真实姓名*	姓名 <input type="text"/>	年龄* <input type="text"/>	性别* <input type="text"/>
所在地*	<input type="text"/>	邮箱* <input type="text" value="example@qq.com"/>	投诉对象* <input type="text" value="电商平台如淘宝、京东、..."/>

为了更好地营造公开、透明、健康的电商消费投诉环境，“电诉宝”公开版于2020年7月1日正式上线，新增用户投诉实时受理动态、月度平台投诉量TOP10、热点投诉地区等模块，让投诉过程透明化，一手掌握信息动态。



电诉宝 全新升级 投诉过程透明化  
信息动态一手掌握

法律 | 调查 | 曝光 | 电商

首页 投诉榜 评级榜 律师团 报道 专题

当前位置 > 首页

最新投诉 已移交 已受理 已评价

**福建省** 未审核  
2020-07-31 09:49:37

**联联周边游电商平台福州君豪酒店499套餐虚假产品，根本无法使用，拒不退款**

本人2020.7.29在联联周边游电商平台购买一款福州君豪酒店499套餐，后发现平台无法完成预约，联系酒店，酒店表示必须平台预约并且她们目前没有和这家平台合作过。这个是一个虚假产品，电话客服从来无人接听，在线客服一直打太极。而且虚假产品，还不让我们退款。可恶至极。

[投诉对象] 联联周边游 领域：在线差旅 类型：网络售假 详情>

我要投诉

电商入驻

投诉指南

电诉宝  
网络消费纠纷调解平台

电商投诉，就上“电诉宝”  
高效解决消费纠纷

**河南省** 未审核  
2020-07-31 09:48:45

**以设置价格错位为由取消订单**

我与2020年七月21买的婴儿奶瓶，商家以设置价格错误为由私自取消订单。

[投诉对象] 当当网 领域：商家纠纷 类型：订单问题 详情>

投诉榜 更多

总榜	零售	服务	金融	物流	产业
1 淘宝	2 拼多多				
3 京东	4 联联周边游				
5 腾学网	6 天猫				
7 绿森商城	8 洋码头				
9 飞猪	10 微信商家				
11 大塘小鱼	12 有赞				
13 小红书	14 旅划算				
15 苏宁易购	16 闲鱼				
17 当当	18 微拍堂				

**广东省** 未审核  
2020-07-30 18:01:06

**拼多多平台**

虚假发货 明明没有发货硬说发货了，结果一个星期都没有物流显示，欺骗消费者，辛辛苦苦等了一个星期，快递和商家联合起来扫描出中转物流信息，引导消费者误以为发货了，其实根本没有发货，只是快递公司给商家做物流信息考核，如此行为，可恶至极，要求平台严格处罚次行为。 虚假发货 明明没有发货硬说发货了，结果一个星期都没有物流显示，欺骗消费者，辛辛苦苦等了一个星期，快递和商家联合起来扫描出中转物流信息，引导消费者误以为发货了，其实根本没有发货，只是快递公司给商家做物流信息考核，如此行为，可恶至极，要求平台严格处罚次行为

[投诉对象] 丽质睡衣店 领域：国内网购 类型：发货问题 详情>

**浙江省** 未审核  
2020-07-30 17:22:34

## (二) 关于网经社

浙江网经社信息科技有限公司拥有 16 年历史，旗下运营：网经社(数字经济服务商)、网经社电子商务研究中心(智库)、“电数宝”(大数据)、“电融宝”(FA)、“电诉宝”(C 端)、网盛消费品电商供应链金融服务中心(金融)等系列子品牌/平台/产品，提供媒体、研究、数据、融资、营销、顾问等服务，并致力于打造大数据驱动的“领先的数字经济服务商”。

网经社网站(WWW.100EC.CN)旗下拥有 100 多个细分台、频道、平台、分站，365 天/12 小时滚动发布国内外数字经济资讯，为全国乃至全球用户提供全面、及时、专业的靠谱资讯，是国内首屈一指的数字经济服务商。

公司总部位于杭州，系国内唯一拥有 A 股上市公司背景的数字媒体、智库和平台，母公司在全国拥有 30 个分支机构，员工 1000 余人，实力雄厚，是我

国电数字经济行业的见证者与推动者。

2022年11月23日，国内领先的数字经济服务商“浙江网经社信息科技有限公司”宣布成立“消费品电商供应链金融服务中心”，并发布消费品电商供应链金融解决方案，此举旨在破解消费品流通企业融资难题。



具体服务包括：向平台企业基于网经社数字经济门户、自媒体&社群矩阵、媒公宝（3000人记者库）提供媒体传播业务为核心的品牌服务；向政府机构基于互联网行业内唯一一家国家发改委认定的“一带一路”TOP10影响力社会智库“网经社电子商务研究中心”提供研究资讯为核心的智库服务；向消费品供应链企业基于“网盛消费品电商供应链金融服务中心”提供供应链金融解决方案；向创业公司基于“电融宝”20000+投资者库提供FA服务。

网经社在工信部、公安机关网站合法备案运行，服务客户覆盖各大互联网上市公司、独角兽，以及国家和各地政府部门，有口皆碑。



### 数据墙：

拥有 100+专业频道，为全国用户提供全面、及时、专业的资讯，是国内领先的数字经济门户。

平均每年有 5000 余家海内外媒体，超过 10 万篇新闻报道中引用我们的数据、报告、分析、榜单等从中央到地方，为超过 200 家各级政府部门提供了相关服务。

超过 20000 家公司在海内外及投融资时，参考使用我们数据分析。

平均每年，超过 10 万人参加我们主办或协办、演讲的数字经济论坛、沙龙活动，覆盖人群规模超百万。

国内上百家券商/基金/投行/机构在投资研究中参考我们的数据和推荐



超过 1000+家电商、10000+家数字经济企业依靠我们的信息、服务和解决方案不同程度提升了他们的经营业绩。

• **版权声明：**

1、本报告相关知识产权归网经社电子商务研究中心所有，任何部门、企业、机构、媒体等单位引用本报告数据、内容，均请注明：“根据网经社电子商务研究中心发布的《2023年2月电子商务用户体验与投诉数据报告》”。

2、本报告仅为参考研究资料，不构成投资、决策等任何建议，由此带来的风险请慎重考虑，网经社电子商务研究中心不承担因使用本报告信息而产生的任何责任。

3、报告涉及金额单位除特殊标注外，均默认为人民币（元）；本报告数据除特殊说明外，一般不含港澳台。

除参与上述报告合作外，我们欢迎也各电商平台及相关公司，基于各自平台大数据，开展个性化定制，包括但不限于：平台年度用户画像与大数据报告、公司案例研究专题研究报告、公司与竞对研究分析投资价值、平台合规性审查报告，以及公司所在细分行业关于平台模式、物流网络、金融科技、用户体验、财务分析、投融资、行业影响力、舆情口碑、用户体验评测、平台界面与功能服务评测等细分角度切入的行业性报告。

**报告发布：网经社电子商务研究中心**

**发布时间：2023年3月6日**



官方公众号 ID: i100EC

(近 40 万电商人都在看!)



电数宝 ([DATA.100EC.CN](http://DATA.100EC.CN))

(16 年沉淀 100 万+条数据覆盖 4000+平台)



网购投诉平台 ID: DSWQ315

(在线网购投诉)



电诉宝 ([315.100EC.CN](http://315.100EC.CN))

(我要投诉)



网经社小程序码 (微信小程序搜网经社)

