

# 2023年“618” 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07月04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）数字零售数据与十大典型案例.....	8
（二）数字生活数据与十大典型案例.....	16
（三）数字教育数据与十大典型案例.....	23
四、关于我们.....	31
（一）关于电诉宝.....	31
（二）关于网经社.....	33

## 一、报告摘要

5月18日，快手平台最先开启618预售，紧接着京东、淘宝天猫等平台纷纷开启预售，一个月后，这届号称“史上投入最大”的618在各大电商平台陆续发布未披露GMV的数据战报中落下帷幕。京东、淘宝天猫、拼多多、抖音、快手等平台摘选了部分数据看点，为这个618画上了句号。

历年618大促都引发了不少消费问题，从往年的消费投诉情况来看，退款问题、网络欺诈、发货问题、商品质量、售后服务、信息泄露、霸王条款、虚假促销、网络售假等问题是投诉“重灾区”。为此，网经社在618前发布“618”网购消费预警，不过，投诉案例依然接踵而至。

**电诉宝发布618五大消费预警**

**预警一：** 直播带货成“重头戏” 当心价格误导

**预警二：** 促销方式花样多 警惕“顺手买1件”陷阱

**预警三：** 莫为凑满减无脑下单 小心买到“鸡肋”

**预警四：** 避免超前消费 注意分期陷阱

**预警五：** 树立防范意识 警惕各类诈骗

6月27日，中消协发布2023年“618”消费维权舆情分析报告。报告指出，监测发现，今年“618”期间消费维权负面信息主要集中在网络购物、演出票务、权益规则等方面。根据报告，监测期内，共收集有关“网购”类负面信息2942137条。相关信息在6月5日出现高峰。“618”期间网购相关舆情较平稳，网友集中反映的情况较少，舆情多以个案形式呈现。

在此背景下，2023年7月4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618期间受理的全国94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“618”中国电子商务用户体验与投诉数据报告》（注：“618”期间的数据样本采集时间为2023年6月1日至6月30日）。

报告涉及了数字零售（主要集中在**直播电商、二手电商**）、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618期间网络消费投诉数据及《2023年618期间数字零售十大典型投诉案例》《2023年618期间数字生活十大典型投诉案例》和《2023年618期间数字教育十大典型投诉案例》。

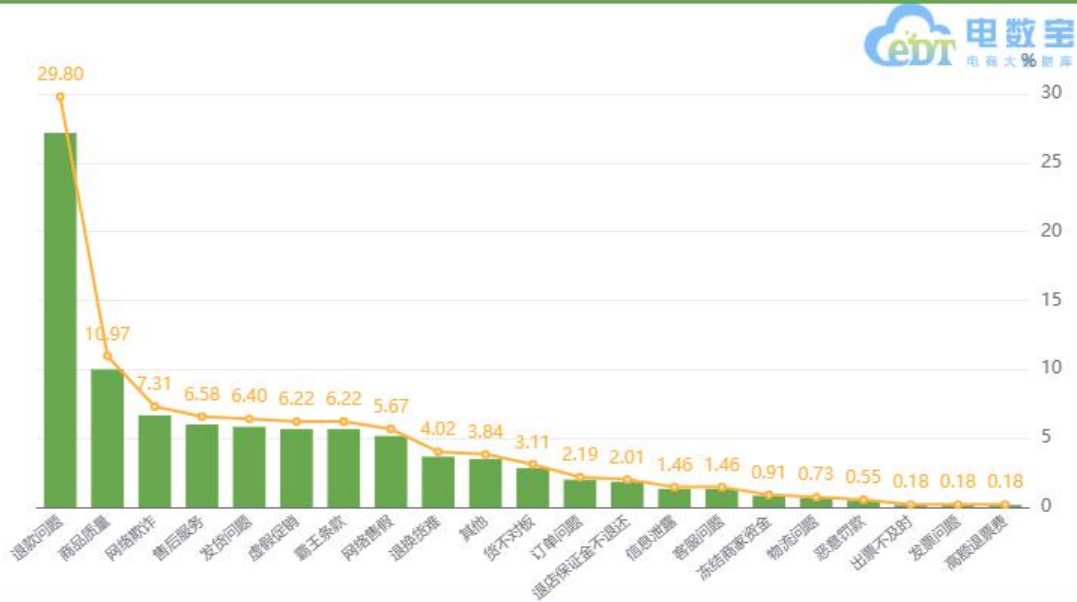
在报告公布的《2023年618期间全国网络消费评级榜》中：获“**建议下单**”评级的有：京东、苏宁易购；获“**谨慎下单**”评级的有：抖音等；获“**不建议下单**”评级的有：小红书、走着瞧旅行、联联周边游、深海教育、一只船教育等；获“**不予评级**”的有：二三良作、小年鱼、快手、闲鱼、淘宝、大麦网。

## 二、整体数据

### （一）投诉问题类型分布

据“电诉宝”显示，2023年618期间全国网络消费投诉问题类型TOP10中，**退款问题**排在首位，占比高达**29.80%**，其余问题类型依次为：**商品质量**（10.97%）、**网络欺诈**（7.31%）、**售后服务**（6.58%）、**发货问题**（6.40%）、**虚假促销**（6.22%）、**霸王条款**（6.22%）、**网络售假**（5.67%）、**退换货难**（4.02%）、**货不对板**（3.11%）。

## 2023年618期间全国网络消费投诉问题类型分布



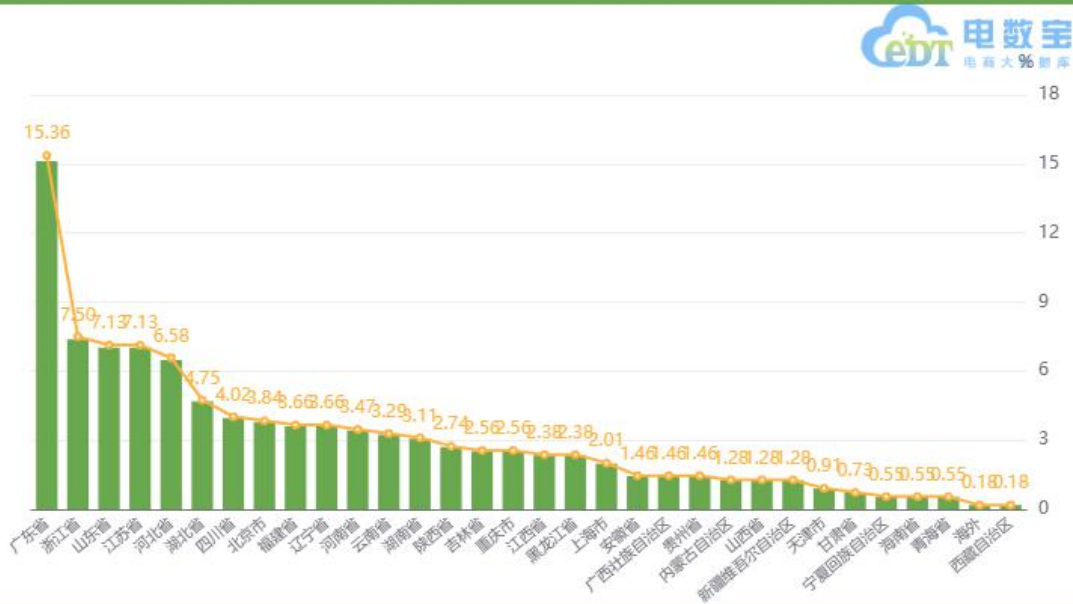
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

## (二) 投诉地区分布

618 期间“电诉宝”受理投诉用户聚集地区 TOP10 依次为广东省（15.36%）、浙江省（7.50%）、山东省（7.13%）、江苏省（7.13%）、河北省（6.58%）、湖北省（4.75%）、四川省（4.02%）、北京市（3.84%）、福建省（3.66%）、辽宁省（3.66%）。

### 2023年618期间全国网络消费投诉地区分布



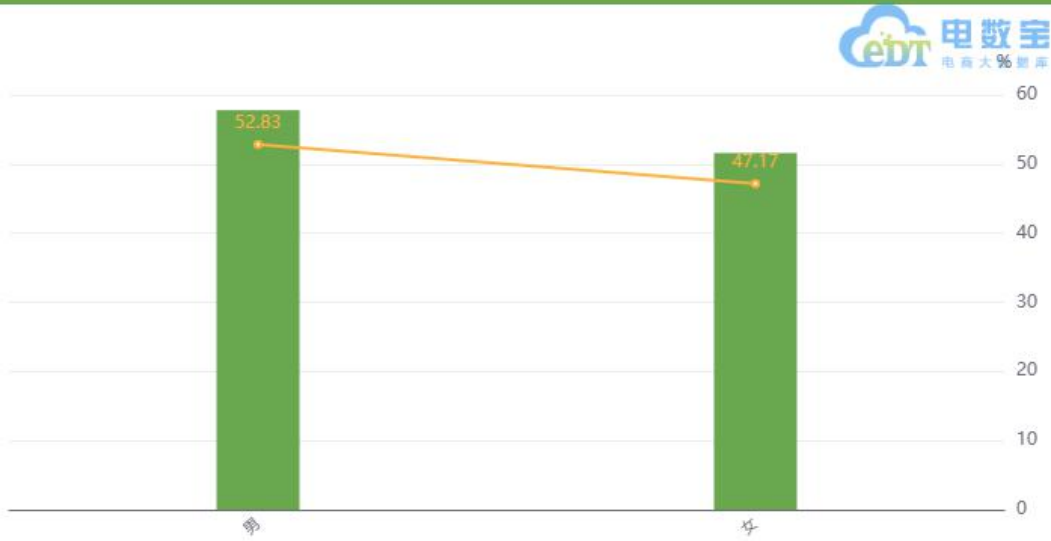
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

### (三) 投诉用户性别分布

据“电诉宝”显示，618期间男性用户投诉比例为52.83%，女性用户投诉比例为47.17%。

### 2023年618期间全国网络消费投诉性别分布



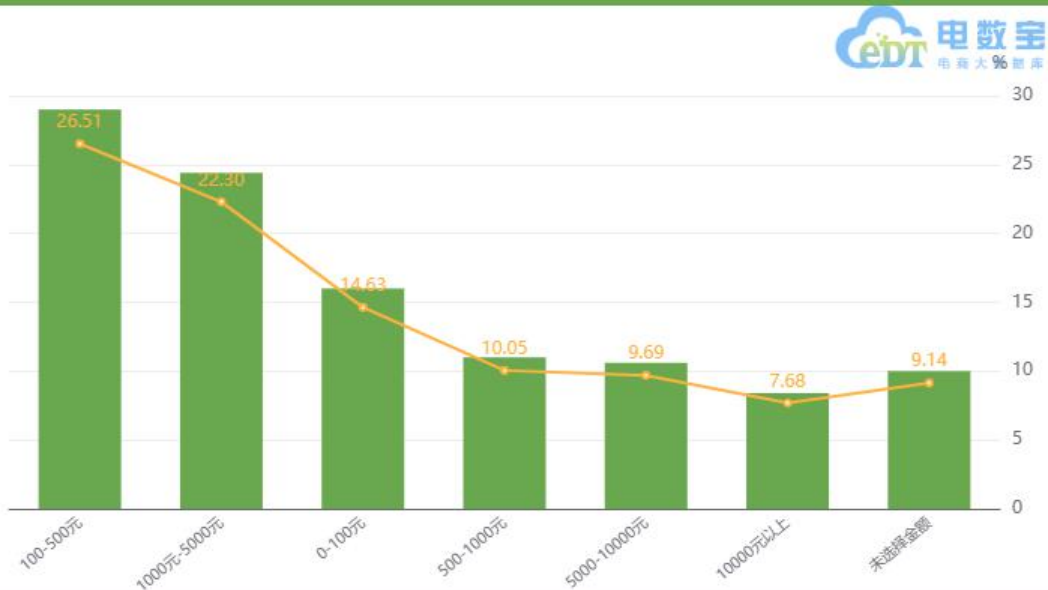
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

#### （四）投诉金额区间分布

据“电诉宝”显示，618 期间投诉金额分布主要集中在 100-500 元（26.51%）、1000-5000 元（22.30%）、0-100 元（14.63%）、500-1000 元（10.05%）、5000-10000 元（9.69%）、10000 元以上（7.68%）、未选择金额（9.14%）。

## 2023年618期间全国网络消费投诉金额分布



图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

### 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618期间全国网络消费评级榜中：获“建议下单”评级的有：京东、苏宁易购；获“谨慎下单”评级的有：抖音等；获“不建议下单”评级的有：小红书、走着瞧旅行、联联周边游、深海教育、一只船教育等；获“不予评级”的有：二三良作、小年鱼、快手、闲鱼、淘宝、大麦网。

#### （一）数字零售数据与十大典型案例

##### 数字零售消费评级榜：

在2023年618期间全国数字零售评级榜中：获“建议下单”评级的有：京东、苏宁易购；获“谨慎下单”评级的有：抖音；获“不建议下单”评级的有：



小红书等；获“不予评级”的有：二三良作、小年鱼、快手、闲鱼、淘宝。

### 2023年618期间全国数字零售消费评级榜

排名	平台名称	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
1	二三良作	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
1	小年鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
1	快手	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
1	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
1	拼多多	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
1	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
1	小红书	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
8	抖音	85.71%	0.364	2.000	0.598	谨慎下单
9	京东	90.32%	0.787	10.000	0.888	建议下单
10	苏宁易购	100.00%	1.000	10.000	1.000	建议下单

备注：

1、综合指数=平台回复率\*0.5+回复时效性\*0.3+用户满意度/10\*0.2。

1.1、平台回复率：平台移交给被投诉电商用户投诉，被投诉电商的有效回复率。

1.2、回复时效性：平台回复时间小于72小时为1.0，回复时间大于72小时且小于120小时为0.6，回复时间大于120小时为0。

1.3、用户满意度：10分满分制，数据只截取已评分的用户投诉，未评分的用户投诉将不纳入满意度数据基数的统计。

2、评级划分由综合指数高低决定，不建议下单 $\in$ [0,0.4)，谨慎下单 $\in$ [0.4,0.75)，建议下单 $\in$ [0.75,1.0]。对未入驻或未取得售后联系方式的电商平台“不予评级”。

3、由于投诉量的多少与平台的市场占有率有直接关联，故投诉量不列入评级统计范畴。

4、本榜单所有数据均由系统后台根据各网络消费平台上述行为，依据上述模型算法自动生成，不受任何人工因素影响。

图表编制：电诉宝（网络消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

### 数字零售上榜平台有 37 家：

投诉量 TOP10 依次为：淘宝、拼多多、二三良作、京东、抖音、小年鱼、闲鱼、苏宁易购、快手、小红书；

排在第 11-20 名的是：交易猫、阿里巴巴、天猫、红布林、微店、微拍堂、途虎、当当、唯品会、拍机堂；

排在第 21-30 名的是：转转、寺库、店宝宝、美团优选、云集、找靓机、有赞、万表网、淘特、美菜网；

排在第 31-37 名的是：小鹅通、网易严选、微盟、艺狐在线、美国妈妈、蘑菇街、小米商城。



在数字零售消费领域，据“电诉宝”受理用户维权案例，我们从中选取十大典型投诉案例，涉及红布林、美国妈妈、店宝宝、小红书、转转、快手、有赞、微拍堂、蘑菇街、微店。

## 2023年618期间数字零售十大典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
5月21日	红布林	寄卖估值50000元的商品贬值只剩2100元？“红布林”被指擅自回收商品
5月30日	美国妈妈	购买退换无忧保险也无法退货？“美国妈妈”商家表示使用过不支持退款
6月1日	店宝宝	用户投诉“店宝宝”涉嫌网络诈骗 骗取钱财仍未追回
6月8日	小红书	牛油果全坏商家竟不退款？ 用户申请“小红书”平台介入处理未果
6月8日	转转	用户称“转转”偏袒商家 申请退款不予接受
6月17日	快手	用户投诉“快手”商家货不对板？ 退回反倒需被扣钱
6月21日	有赞	用户在“有赞”下单“蕉下” 产品中途丢件 商家却让自行解决
6月25日	微拍堂	用户投诉“微拍堂” 商家无证售卖锯缘龟 反映平台无果
6月25日	蘑菇街	“蘑菇街”被指售卖“走着瞧旅行” 旅游商品虚假宣传 申请退款遭拒
6月29日	微店	呢大衣变短袖？ 用户投诉“微店”商家货不对板

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

### 【案例一】寄卖估值 50000 元的商品贬值只剩 2100 元？“红布林”被指擅自回收商品

5月21日，魏女士向“电诉宝”投诉称，她于2023年4月17日在红布林小程序（致美生活北京科技有限公司）面向平台用户，寄卖一只价值60000-100000元迪奥包，平台估价也近50000元，包按照流程已寄送至红布林的仓库，不在她手上。5月20日晚上，魏女士发现红布林平台在后台，擅自开始了这个包的回收流程。回收，即红布林平台而非平台用户把包买走，定价为2100元，提示她“24小时后打款”，意味着离包被买走只差最后一步！

魏女士发现异常后，点击左侧设计得极小极窄的“拒绝”按钮，发现仍然不能中断回收流程，也不能召回自己的包。魏女士表示第二天，平台客服仍然不能解决问题，也不能及时有人处理她的异常。经查询类似红布林的投诉案例，发现客服的承诺没有效用，其它用户的包也被类似霸王条款强行卖掉。

接到该用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台相关工作人员督办妥善处理。对此，红布林方反馈称：您好，用户反馈的问题已协商一致解决完毕，用户认可，后续如有其他问题可随时联系我们处理，感谢对平台的理解与支持，谢谢！

### **【案例二】购买退换无忧保险也无法退货？宝宝树旗下“美国妈妈”商家表示使用过不支持退款**

5月30日，广东省余女士向“电诉宝”投诉称，其于2023年5月24日下午15:58分在美国妈妈平台上买了一个小雅象吸奶器，26日收到商品使用了一次。余女士表示，吸奶器本身就不完善，设计各方面都不成熟，说是不用手扶支撑，但收到的吸奶器一吸奶就弄到到处都是，不好用。

余女士称，平台不能为消费者维护任何权益，商家表示使用过不支持退款，但平台没有说用了就不支持退款，而且余女士买了退换无忧保险，但商家一直不处理，平台也没有处理。余女士认为，正常情况下平台是要维护消费者权益的，但是没有。余女士还表示，在这个平台上买东西都没有教程，让消费者自己扫二维码解决，客服半天都没回复。

### **【案例三】用户投诉“店宝宝”涉嫌网络诈骗 骗取钱财仍未追回**

6月1日，广东省的许女士向“电诉宝”投诉称，她于2023年6月1日在店宝宝了解开网店，商家一直催促她让她交100的定金然后，后面再补900块的尾款，我交完了还有顾虑，跟她沟通申请退款，但是联系不到她人，她一直让我学课程，并没有解决实际性问题。许女士表示自己给她发信息打电话也联系不到人，

支付宝的账号是个人的，不是她们公司的，联系客服也找不到人，手机也打不通，课程没上过一节，店铺什么也没有，申请退款也联系不到人， 被骗金额为定金 100 元，尾款 900 元。

#### **【案例四】牛油果全坏商家竟不退款？用户申请“小红书”平台介入处理未果**

6月8日，广东省郑女士向“电诉宝”投诉称，其于2023年5月29号在小红书上买了4只牛油果，共31.9元，圆通快递于6.2号签收商品。郑女士称，收到时牛油果是绿色的，果发硬，也就是还未熟。6月7日拿出来切开，发现果外表完好，切开里面发黑，布满黑丝。

郑女士发给商家，商家说退一个果的钱8元。鉴于一个坏了，郑女士继续打开第二个，发现也是里面部分发黑，部分绿色，继续打开第三个，第四个，结果发现全部都是外面完好，里面发黑，然而这个时候卖家一毛钱都不肯退了。郑女士让小红书平台介入处理，仍得不到解决。

#### **【案例五】用户称“转转”偏袒商家 申请退款不予接受**

6月8日，吉林省刘先生向“电诉宝”投诉称，其于2023年5月16日在转转平台购买一台苹果12mini256G紫色手机，商家主页标注为其他版本（其它版本代表无锁）。刘先生表示其本人收到的货物为其他版本有锁机，商家承认有锁却其它理由拒绝退货！

刘先生称转转平台对他本人提供的真实有效证据视而不见凭主观随意评判偏袒商家，后又以已经做出评判为由无法退货退款。转转欲赔偿刘先生五十元并让本人与商家协商解决此次纠纷，刘先生对此不认可。刘先生表示本次纠纷责系转转平台工作人员疏忽或恶意偏袒，责任在转转平台与本人（买家无关） 本人诉求：转转平台原价收回该有锁机。

### 【案例六】用户投诉“快手”商家货不对板？ 退回反倒需被扣钱

6月17日，河北省米先生向“电诉宝”投诉称，其于2023年6月13号在快手平台下单一款手机，后因为有质量问题手机快递回去了，但是快手方就是拖着不给退款。

米先生称手机快递到了，但是不支持电信卡，手机充电器也是坏的，手机壳还不匹配。米先生表示商家给他发了一个什么卡贴机，退回去了说不是他们责任还要扣米先生的钱，他表示答应回收还不退款，让他一直等着，不回信息不接电话！

### 【案例七】用户在“有赞”下单“蕉下”产品中途丢件 商家却让自行解决

6月21日，浙江省的李女士向“电诉宝”投诉称，她于6月9号在有赞平台蕉下小程序购入墨镜，从安徽芜湖发货，6月14日收到货，发现包裹里没有墨镜，只有赠品，联系商家，商家提供出货视频截图，提供快递中途称重减少截图，并让李女士自行联系快递。

李女士表示作为买家不理解，在该平台购物少件，卖家有证据却要买家自行联系快递，遂向有赞平台联系，希望平台解决。6月17日平台第一个电话打给李女士说会帮她联系解决，“建议”她自行联系快递，也称会帮她解决。商家6月19日又回复李女士怀疑称重让自行联系快递，且随后李女士发的消息就是未读状态，直到6月21日有赞客服再打李女士电话，直接告知按他们规定得买家联系快递，且态度不耐烦。

李女士称，质疑该规定是否真实存在，若存在也不合理，卖家不能联系快递？若一开始就需要自行联系快递，有赞平台客服为何中途又“建议”自行联系，从6月9号下单到6月21日事情一直没解决，最终还是要自己找快递，浪费时间精力，商家不负责任，平台也不解决问题。电话客服态度差。

接到该用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台相关工作人员督办妥善处理，平台回复：您好，这边查询到 E20230609074020076400001 这笔订单

商家已于 23.6.25 同意买家发起的退款申请,等待买家退货,您可以到订单维权页面查看,有问题可以建联商家进一步沟通

### 【案例八】用户投诉“微拍堂”商家无证售卖锯缘龟 反映平台无果

6月25日,湖北省的牛先生向“电诉宝”投诉称,其于2023年6月15日在微拍堂平台上的“锯缘黄额”店铺拍得锯缘龟一只,商家描述的跟给牛先生送来的不一样,而且商家卖锯缘龟没有给牛先生发营业执照,和野生水生动物养殖证明,跟购买合同等文件,存在违法行为。

牛先生向平台投诉,平台也没有管,说不在他们的管理范围。牛先生表示可以怀疑平台对消费者没有保障,也没有解决消费者问题的能力,这种商家和平台希望得到严惩,完全就是让消费者没有任何权益保障。牛先生称自己买的東西有问题退货都不行,问商家客服也不解决问题,平台客服也不解决问题。

### 【案例九】“蘑菇街”被指售卖“走着瞧旅行”旅游商品虚假宣传 申请退款遭拒

6月25日,陕西省的于女士向“电诉宝”投诉称,她于2021年6月17日,在蘑菇街电商平台,小甜心直播间购买走着瞧旅行社的“云南时光6天5晚玩转彩云之南”团购票。现在期限已满,却不及时退费问题,造成她的财产损害。

于女士表示本人不要求延长服务期限,只要求商家按照销售所述,期满按时退款。因前期销售人员所述,两年期限,如两年未预约过期全额退款。现在已满两年期约。无故拖延退款,售后及企业不负责任,以各种理由推脱责任,不能及时履行职责。于女士诉求5天内全额退款。不接受延期退款说法。

### 【案例十】呢大衣变短袖? 用户投诉“微店”商家货不对板

6月29日,广西壮族自治区的秦女士向“电诉宝”投诉称,其于2022年11

月下旬在微视频平台购买的衣服，货不对版，秦女士下单的呢子大衣，却给她发一件夏天的T恤，商家还让她自己承担了退货运费。

2022年12月5日退回，2022年12月7日商家签收了，至今一直未退款。侵害了消费者权益。秦女士表示也联系过微店平台，回复就是，已处罚了商家，督促商家退款，说商家账户没有钱，等他们充钱会督促退给我。问处理期限，说会督促，建议她直接打110报警处理。其间也联系过平台，依然是督促，至今没有退款。

## （二）数字生活数据与十大典型案例

### 数字生活消费评级榜：

在2023年618期间全国数字生活评级榜中：获“不建议下单”评级的有：走着瞧旅行、联联周边游；获“不予评级”的有：大麦网。

2023年618期间全国数字生活消费评级榜						
排名	平台名称	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
1	大麦网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
1	走着瞧旅行	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
1	联联周边游	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

备注：

- 综合指数=平台回复率\*0.5+回复时效性\*0.3+用户满意度/10\*0.2。
  - 平台回复率：平台移交给被投诉电商用户投诉，被投诉电商的有效回复率。
  - 回复时效性：平台回复时间小于72小时为1.0，回复时间大于72小时且小于120小时为0.6，回复时间大于120小时为0。
  - 用户满意度：10分满分制，数据只截取已评分的用户投诉，未评分的用户投诉将不纳入满意度数据基数的统计。
- 评级划分由综合指数高低决定，不建议下单∈[0,0.4)，谨慎下单∈[0.4,0.75)，建议下单∈[0.75,1.0]。对未入驻或未取得售后联系方式的电商平台“不予评级”。
- 由于投诉量的多少与平台的市场占有率有直接关联，故投诉量不列入评级统计范畴。
- 本榜单所有数据均由系统后台根据各网络消费平台上述行为，依据上述模型算法自动生成，不受任何人工因素影响。

图表编制：电诉宝（网络消费纠纷调解平台）数据来源：WWW.100EC.CN



## 数字生活上榜平台有 18 家：

投诉量 TOP10 依次为：大麦网、走着瞧旅行、联联周边游、飞猪、去哪儿、BOSS 直聘、美团、鲁班到家、58 到家、智行；

排在第 11-18 名的是：万师傅、携程、同程旅行、大众点评、骑驴游、如程、猪八戒网、饿了么。

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 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 6月

1 大麦网	2 走着瞧旅行	3 联联周边游	4 飞猪
5 去哪儿	6 BOSS直聘	7 美团	8 鲁班到家
9 58到家	10 智行	11 万师傅	12 携程
13 同程旅行	14 大众点评	15 骑驴游	16 如程
17 猪八戒网	18 饿了么		

(以上为投诉量排行榜)

在数字生活消费领域，据“电诉宝”受理用户维权案例，我们从中选取十大典型案例，涉及鲁班到家、BOSS 直聘、联联周边游、骑驴游、智行、万师傅、饿了么、如程、走着瞧旅行、大麦网。

## 2023年618期间数字生活十大典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
5月25日	鲁班到家	“鲁班到家”被指用户投诉不成反被罚 平台回应已解决
5月30日	BOSS直聘	店大欺客? “BOSS直聘”被指恶意封号 拒不提供相关证据
6月5日	联联周边游	商家可退“联联周边游”拒绝退款 客服直言无法解决打电话也是浪费话费
6月8日	骑驴游	用户称“骑驴游”严重侵害消费者利益 找理由拒绝退款
6月9日	智行	“智行”乘机人信息有误致无法登记 回应: 补偿100元现金
6月16日	万师傅	霸王条款? 师傅投诉“万师傅”平台处罚不公
6月18日	饿了么	“饿了么”未履行赔付责任? 商家要求赔偿损失
6月29日	如程	“如程”被指小程序无法登录 用户消费记录消失
6月29日	走着瞧旅行	“走着瞧旅行”被指退款仅退40% 活动卡转让无果
6月30日	大麦网	用户投诉“大麦网”不通过退票申请 无法维护个人权益

图表编制: 电诉宝

数据来源: 315.100EC.CN

### 【案例一】“鲁班到家”被指用户投诉不成反被罚 平台回应已解决

5月25日, 辽宁省的周先生向“电诉宝”投诉称联系鲁班到家的师傅无法接通, 且拒绝二次上门, 按照平台规定是要罚款30扣一分的。但是却没有商家投诉, 没有违规, 且拒绝二次上门进行处罚, 申诉还不予通过, 强制性罚款。

周先生表示打鲁班到家电话没人接听, 联系都是机器人, 要不就是不予理睬, 都好几天了, 一找就是推拖, 要不就是有专员和你联系, 之后就没有动静了, 也没人联系我, 再找还是这些话, 周先生的诉求是投诉鲁班到家, 是希望得到赔礼道歉, 撤销处罚, 改变自己的服务态度。

接到该用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台相关工作人员督办妥善处理，对此，“鲁班到家”工作人员发来回复称：感谢您的反馈，因安装配件不齐，安装的家具存在隐患，需师傅二次上门处理，多次联系无果，系统判定处理，现已为师傅撤销处罚。

### **【案例二】店大欺客？“BOSS 直聘”被指恶意封号 拒不提供相关证据**

5月30日，上海的徐女士向“电诉宝”反映称自己公司于2023年2月开始重新使用BOSS直聘，4月28日开通销售助理岗位，五一节日期间Boss公司账号被封，账号涉及违规，永久封。

徐女士表示随后进行邮箱申诉后，但显示个人手机已解，入职新公司才可以继续使用BOSS，多次询问400客服后表示，因涉嫌发布色情性暗示内容职位导致账号被封，联系Boss直聘客服提供相关证据，拒不提供，且48小时无回访电话。徐女士认为在无证据的情况下判定岗位有问题，请求监管部门对此进行监管。徐女士的诉求是立即解封公司账号。

接到该用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台相关工作人员督办妥善处理，对此，“BOSS直聘”工作人员回复：您好，接到您的投诉，平台非常重视您反馈的问题，我们将为您跟进核实，存在电话沟通的情况，请保持电话畅通。

### **【案例三】商家可退“联联周边游”拒绝退款 客服直言无法解决打电话也是浪费话费**

6月5日，重庆市的屈女士向“电诉宝”投诉称其于2023年3月购买的团购票，身体不适且未消费不预退款，平台客服8191号态度恶劣，不管怎么样就是不退款，说就算生病了无法使用也不能退款，提交材料也无法退款，还说无法解决打电话也是浪费话费，说和商家联系过商家不退，但是本人联系了商家，商家说可以退款未消费就可以退。

屈女士表示，平台我行我素，侵害消费者权益。根据 2012 年 3 月发布的《关于加强网络团购经营活动管理的意见》(工商市字(2012)39 号)，团购网站经营者应当遵守《消费者权益保护法》中关于退货、退款的相关规定，不得排除消费者依法拥有的退货、退款权利。

#### **【案例四】用户称“骑驴游”严重侵害消费者利益 找理由拒绝退款**

6 月 8 日，广东省的方女士于 2023 年 05 月 29 日在骑驴游平台上购买了一张美的鹭湖年卡套票，当时详情页有写明几天特殊日期加收费用但并未开放预约；2023 年 06 月 08 日方女士打开页面发现全部房型已开放预约且并非商家承诺的只有特殊日期加收，而是在特殊日期整个月都需要加收且加收费也与详情页上不一致。详情页写明特殊日期周一至周五加收 150，周末加收 200；开放后周末加收 400。

方女士称，同时期朋友一起购买的套票当天已申请退款，遂联系平台客服说明情况并申请退款；客服一直不同意并且各种找理由，方女士也说明了朋友同时期购买的也申请到了退款，客服表示不予退款；并且客服表示如果她们一次都预约不上也不会退款。方女士认为，骑驴游平台以上行为严重侵害消费者利益，诉求申请退款。

#### **【案例五】“智行”乘机人信息有误致无法登记 回应：补偿 100 元现金**

6 月 9 日，辽宁省的刘女士向“电诉宝”投诉称其于 5 月份购买沈阳飞往重庆的飞机票，6.3 日当天去兑换机票，被告知机票名字和名字不匹配，因为我在购买票的时候，智行显示信息和名字不匹配，就改回了自己的曾用名，结果航司也不给改，只能让重新订票买票。损失让自己承担。

刘女士表示，等了一个多星期，说给答复，然后回复说自己承担费用跟他们平台没有关系，然后今天订机票就不显示名字和信息不符了。刘女士表示他们平台怎么这么会推卸责任，说的还理直气壮的。

接到该用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台相关工作人员督办妥善处理。对此，智行工作人员向“电诉宝”发来反馈称：已联系客户解释预定机票所遇到的问题，客户退票损失 434 元，考虑服务感受补偿 100 元现金，客户接受无异议。

### 【案例六】霸王条款？师傅投诉“万师傅”平台处罚不公

6 月 16 日，福建省罗先生向“电诉宝”投诉称其于 2023 年 05 月 07 日在万师傅受到了霸王条款，卫浴|维修-浴室柜+镜柜组合\*3 处,用户反馈师傅存在不合理要求增加费用，如果不合理当时可以不要同意 导致因此不满对师傅发起投诉，经平台介入，订单以外的工作师傅可自主沟通协商增加费用，但师傅异常情况并未反馈直接进行服务涉及违规，当时有联系卖家卖家也同意，投诉正常判定处理处罚师傅。

罗先生认为这个处罚属于霸王条款，为什么要么平台要他退 178 安装费给商家，现在变成不用退钱转换成罚款 100 元了。罗先生称，作为平台也不容易，但是平台也是相当于是第三方，罗先生认为平台这一回做事不够公平，公正，公开，可能确实有存在处罚不公。罗先生称，平台也是他的衣食父母，但是这回罗先生感觉平台处理有点太过于片面。

### 【案例七】“饿了么”未履行赔付责任？商家要求赔偿损失

6 月 18 日，广东省余先生在饿了么购买了商家权益，在饿了么上开设店铺出售餐饮商品，饿了么收取了服务费，余先生为饿了么针对商家端的消费者。2023 年 5 月 17 日，余先生的店于 14:12 分在饿了么平台接到一笔价值 309.99 元的 11 号订单，按照规定完成所有出餐，等待饿了么到店取餐，该骑手于 14:17 分接单，于 14:25 点已到店，但直到 15:40 都未来店取餐，门店工作人员多次致电骑手，但是骑手无人接听电话，于是致电饿了么平台客服，客服告知门店这种情况的话等客人取消订单就可以申请赔付。

顾客等待时间太久于 16:00 取消订单，因骑手原因导致门店已出餐造成损失和收入减少，平台之后竟然判责说该订单是由于受到天气影响没办法完成配送原因，不可以赔付，但是同时间段所有外卖订单都没有受到所谓的天气影响正常配送，而骑手也并没有联系过门店解释为什么点已到店却一个小时不来。余先生要求饿了么平台履行承诺的赔付责任，赔偿 309 元的损失。

### 【案例八】“如程”被指小程序无法登录 用户消费记录消失

6 月 29 日，福建省王先生向“电诉宝”投诉称其在 2020 年买了两张如程畅享会员，于 2022 年 1 月入住如程的酒店民宿后，有几次入住押金 19000 多未退还。现在小程序已查不到账号及相关记录。

王先生多次联系，客服一直都是各种推脱，至今尚未退还预定保证金，现在更是无法联系上，一直都是投诉无门。王先生称，平台承诺三个工作日退款，去年 4 月陆续退押金。但联系客服一直得不到回应，现在小程序已无法登录，无法找到购买记录和押金记录。去年年初无法退还押金，王先生就根据平台提示兑换了部分房券，但现在平台小程序已无法登录，合作的民宿都已下线，房券记录因为无法登录程序而丢失。

### 【案例九】“走着瞧旅行”被指退款仅退 40% 活动卡转让无果

6 月 29 日，秦女士向“电诉宝”投诉称其于 2021 年 1 月份在走着瞧平台购买三张 599 云南 6 天 5 晚出行卡，因为疫情未能出行。期间申请退费，仅退 40%，给延期两年。平台仅支持转让，但秦女士转让操作时看到太多负面评价，本卡根本转让不出去。

秦女士期间进行了多次沟通，平台始终强调活动卡，退费仅退 40%。延期后，秦女士一直在关注相关行程替换和转让，没有比退费更合适的选择。并且到目前，时间过去太久，已经没有相关出行计划，平台仍坚持仅退费 40%。秦女士希望全额退费，或可支付相关卡片费用。

### 【案例十】用户投诉“大麦网”不通过退票申请 无法维护个人权益

6月30日，福建省黄女士向“电诉宝”投诉称其于2023年9月29日在大麦网购买了两张鼓浪屿VIP票，但是因为个人原因无法到场，所以申请退票。但是大麦网不让退票，黄女士一共花费了796元，申请退票，想要回自己的钱，希望能申请退款成功。

黄女士称这些钱对她来说很重要，所以希望大麦网能够将钱原路返回账户，毕竟售票还没有售完，而且距离音乐节开始还有半个多月的时间，不应该不支持售票。黄女士希望大麦网能够通过退票申请，维护个人权益财产。

## （三）数字教育数据与十大典型案例

### 数字教育消费评级榜：

在2023年618期间全国数字教育评级榜中：获“不建议下单”评级的有：深海教育、一只船教育。

## 2023年618期间全国数字教育消费评级榜

排名	平台名称	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
1	深海教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
1	一只船教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

备注：

1、综合指数=平台回复率\*0.5+回复时效性\*0.3+用户满意度/10\*0.2。

1.1、平台回复率：平台移交给被投诉电商用户投诉，被投诉电商的有效回复率。

1.2、回复时效性：平台回复时间小于72小时为1.0，回复时间大于72小时且小于120小时为0.6，回复时间大于120小时为0。

1.3、用户满意度：10分满分制，数据只截取已评分的用户投诉，未评分的用户投诉将不纳入满意度数据基数的统计。

2、评级划分由综合指数高低决定，不建议下单 $\in$ [0,0.4)，谨慎下单 $\in$ [0.4,0.75)，建议下单 $\in$ [0.75,1.0]。对未入驻或未取得售后联系方式的电商平台“不予评级”。

3、由于投诉量的多少与平台的市场占有率有直接关联，故投诉量不列入评级统计范畴。

4、本榜单所有数据均由系统后台根据各网络消费平台上述行为，依据上述模型算法自动生成，不受任何人工因素影响。

图表编制：电诉宝（网络消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

**数字教育上榜平台有 25 家：**

**投诉量 TOP10 依次为：**一只船教育、深海教育、兴为教育、潭州教育、中职通、高教通、VIPKID、小叶子陪练、常青藤爸爸、帮考教育；

**排在第 11-25 名的是：**嗨学网、中安建培、聚师网、腾讯课堂、帮考网、育尚未来教育、大鹏教育、恒企教育、高顿教育、升学教育、对啊网、尚德机构、阿卡索外教网、大塘小鱼。





- 首页
- 投诉榜
- 评级榜
- 律师团
- 报道
- 专题

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** 6月

1	一只船教育	2	深海教育	3	兴为教育	4	潭州教育
5	中职通	6	高教通	7	VIPKID	8	小叶子陪练
9	常青藤爸爸	10	帮考教育	11	嗨学网	12	中安建培
13	聚师网	14	腾讯课堂	15	帮考网	16	环球网校
17	育尚未来教育	18	大鹏教育	19	恒企教育	20	高顿教育
21	升学教育	22	对啊网	23	尚德机构	24	阿卡索外教网
25	大塘小鱼						

(以上为投诉量排行榜)

在数字教育消费领域，据“电诉宝”受理用户维权案例，我们从中选取十大典型投诉案例，涉及帮考网、深海教育、尚德机构、常青藤爸爸、VIPKID、一只船教育、大塘小鱼、兴为教育、中职通、恒企教育。

## 2023年618期间数字教育十大典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
6月2日	帮考网	“帮考网”客服前后说法不一 拖拖拉拉拒不退款被指不合理
6月5日	深海教育	因疫情原因未能在有效期通过考试 “深海教育”停用账号造损失
6月6日	尚德机构	报名学习好找工作好找对象？ 用户投诉“尚德机构”恶意欺诈
6月6日	常青藤爸爸	欺骗消费者？用户投诉“常青藤爸爸” 完成打卡不返现 客服敷衍了事
6月9日	VIPKID	“VIPKID”未按合同退款 多次催促未处理
6月10日	一只船教育	用户投诉“一只船教育” 泄露个人信息 报名后多次接不明电话
6月12日	大塘小鱼	用户投诉“大塘小鱼”课程未按承诺 不限时间 联系各科老师均不回应
6月20日	兴为教育	贩卖焦虑？用户反映“兴为教育” 推荐各种贷款让缴费
6月21日	中职通	虚假宣传？大学生控诉 “中职通”诱导网贷退款难
6月25日	恒企教育	“恒企教育”被指存诈骗行为 退款设置“门槛”不提前告知

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

### 【案例一】“帮考网”客服前后说法不一 拖拖拉拉拒不退款被指不合理

6月2日，山东省的侯女士向“电诉宝”投诉称已经投诉过两次帮考网，帮考网客服拖拖拉拉拒不退款。订单2020050911161977509429是订单2020041711245562669202的补充，两个订单均是在帮考网不属实的狂轰滥炸下交费的，而且订单是借呗分期付款，当时承诺返还借呗利息，但是利息一直没有返还。

侯女士称投诉到电诉宝之后，帮考网也与自己联系过，但是每次都是要么打个招呼就失踪了，要么不正儿八经说正事解决问题。刚开始是坚决不给退，后来

又说给延长一年课时（实际只有半年），今天微信客服又说可以退款五千多，聊着聊着又变成三千多，可见他们根本没有完善的管理和制度，只是不想给消费者退款，一而再再而三的拖延不给解决，还胡搅蛮缠举不切实际的例子。

侯女士表示，没有说要全额退款，可以按照课时或者不过退款 90%，订单加上借呗利息加起来两万多，按照整数两万算也得退一万八，因为是个个人不可抗拒的原因无法上课，再扣除 5% 的管理费，都能接受，但是目前帮考网的做法很不合理。

### 【案例二】因疫情原因未能在有效期通过考试 “深海教育”停用账号造损失

6月5日，辽宁省的郝女士向“电诉宝”投诉称其于2020年7月1日在深海教育缴费3100元参加中级经济师培训，期间经历疫情等情况，未能在有效期参加考试并通过考试。今年想继续观看学习内容，点击后发现用户账号已被停用，多放联系没有结果，不给延期，也不给退费。

郝女士表示，在此期间，深海的老师以“私教点题班”为由收取2000元，并未能通过考试，还有心理咨询课程，人力资源高级管理师等资格认证，缴纳1680元，2080元，共3760元，累计金额总额为8860元，申请全额退费。

### 【案例三】报名学习好找工作好找对象？用户投诉“尚德机构”恶意欺诈

6月6日，陕西省的黄先生向“电诉宝”投诉称其在2018年在广告上看到学历提升，就点进去看了下，准备了解下，然后就是他们销售不停的推荐，经过他们多次推销，就在2018年11月购买尚德机构成人课程专升本16800元。

黄先生表示刚开始没想报名，说没钱，他们销售老师就诱导贷款，还说报名学习了拿证好找工作，好找对象，包拿证包过。学习一段时间发现并没他们说的那样好，不想学，要求退费退学，长时间不给办理，后面就没人管，无人理，一直拖到现在。黄先生投诉其存在恶意欺诈，霸王条款，消费贷。

#### **【案例四】 欺骗消费者？用户投诉“常青藤爸爸”完成打卡不返现 客服敷衍了事**

6月6日，江苏省陆女士向“电诉宝”投诉称其在2021年4月12日在习惯熊平台购买了常青藤爸爸的小古文打卡返现活动，在366天内打卡240次即可返现，当自己完成打卡2022年2月11日后就申请了返现，当时一直显示39028人在排队，自己没有在意就耐心等待，过了半年后，看了下还显示39028人在排队，和我一起购买了两个同事也是这个情况。

陆女士，当时觉得这个活动有欺骗消费者行为，就联系了常青藤爸爸的客服，客服给出的处理方案就是等，等过了一年看了下还是39028在排队，自己的两个同事和我一样也是一直在排队中，明显就是欺骗消费者，望尽快处理，谢谢。

#### **【案例五】“VIPKID”未按合同退款 多次催促未处理**

6月9日，苏女士向“电诉宝”投诉称其于2022年5月1日在VIPKID购买了价值6200元的课程包，但是由于之前还剩很多课时所以至今课包未使用到，于2023年4月初和班主任老师沟通要求退款之后4月20日管理退费的老师打电话核实后给申请了退费，并说15个工作日退费到账（合同条款里也写了发生退费申请后15个工作日到账）。

苏女士表示，但至今一个多月了多次催促一直未给予处理，他们的电话也打不通，联系线上客服回复就是他们处理不了，帮忙催促。

#### **【案例六】 用户投诉“一只船教育”泄露个人信息 报名后多次接不明电话**

6月10日，四川省申先生向“电诉宝”投诉称其于2021年12月5日通过抖音平台上看到一只船消防学习，预留了电话后于是他们给我联系讲考试后回报率每年有十多万元，于是自己报了名交了三千多元，2022年4月因身体原因视力

下降不能学习也联系了老师，老师叫我养好后也学。

本人在 2023 年 6 月 9 日联系老师是否可以退费，同时也给老师讲明了原因，老师把我的事反馈到售后，6 月 9 日下午一位女士打电话给自己讲说自己的学时已过期，自己反问她自己又没参加考试，又没人提醒是怎么过期的，自己现在不学了考虑这个学校是否可靠，去年报名后接了很多不明电话，自己的信息是否被泄露。

### **【案例七】用户投诉“大塘小鱼”课程未按承诺不限时间 联系各科老师均不回应**

6 月 12 日，山西省张女士向“电诉宝”投诉称自己于 2017 年左右开始在大塘小鱼购买了长达六年的课程，并且是承诺不限时间，长期可以回放，想着二宝也可以看，没想到 2020 年直接就打不开了，后面一直联系各科老师，均不回应，要求大塘小鱼赔偿我的全部损失。

张女士表示自己是俞敏洪的忠实粉丝，是基于对新东方的名气，所以接触到旗下大塘小鱼就毫不犹豫的给孩子报名了，没有想到带来的不好的体验和对俞敏洪的失望，这么大的新东方没有售后服务工作，直接甩了，而自己不幸是其中一个。

### **【案例八】贩卖焦虑？用户反映“兴为教育”推荐各种贷款让缴费**

6 月 20 日，辽宁省的宗女士向“电诉宝”投诉称其于 2021 年 12 月 27 日通过北京兴为科技集团有限公司在微信上报名考研培训班花费 6940 元，在此期间，并没有得到相应的考研服务，而且公司老师对个人进行洗脑，让各种缴费，还给推荐各种贷款，让缴费，不止一次的威胁说如果不交的话，就考不上研，考不上研就改变不了命运，贩卖焦虑。

宗女士表示，在考研这两年里考研班主任老师已经离职，导致考研计划落空难以进行下去，而且公司并没有对接新的考研班主任老师，宗女士要求北京兴为

科技集团有限公司退还考研报名费 6940 元。

### 【案例九】虚假宣传？大学生控诉“中职通”诱导网贷退款难

6 月 21 日，内蒙古自治区的张女士向“电诉宝”投诉称其于 2022 年 3 月 24 日在网上看到了中职通（广州）教育科技有限公司的播音配音兼职的广告，点进去以后联系到了课程销售老师，说学一个月就能接单赚钱，就鬼迷心窍交了 300 元定金，销售老师还让隐瞒学生的身份，填写虚假信息来申请分期，分期的金额为 7980 元。

张女士称过了两三天觉得分期压力大，效果也不好，就提出了退课、解除合同的申请，但是死活不给办理。

### 【案例十】“恒企教育”被指存诈骗行为 退款设置“门槛”不提前告知

6 月 25 日，广西壮族自治区的胡女士向“电诉宝”投诉称其于 2023 年 4 月 25 号在恒企教育机构购买了一个为初级会计协议班，考不上就退款的网课课程，现在考不上要求退款该公司以达不到协议条款不予退款。

胡女士表示，电话咨询时全程并未告知协议条款内容（有电话录音为证），购买后的 26 号能上课了才知道只有几节课是能上的，查询才知道本课程在 3 月 17 号已经开课了到现在了，课程已经接近尾声，咨询时也未告知消费者（有电话录音为证）。

5 月 7 号课程结束，有 50 节课每节课 2.5 小时，算下来每天都要学 13 个小时才能把课程学习完咨询时也未知课程安排，6 月 16 号成绩单出来，咨询时说的考不上就全额退款，现在考不上也不退款，沟通几次也不理。综上所述：1. 违反消费者知情权，2. 消费者公平交易权 3. 诱导消费存在诈骗行为。现在该公司踢皮球方式未联系处理事情。

## 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。



**电诉宝**  
**315.100EC.CN**  
 电商维权直通车

投诉案例 | 曝光台 | 案例解读 | 法律求助 | 电商预警 | 微信投诉 | 自媒体爆料

**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

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"/>	平台登录 <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。



首页 投诉榜 评级榜 律师团 报道 专题 请输入平台名搜索 如：淘宝

当前位置 > 首页

最新投诉 已移交 已受理 已评价

福建省 2020-07-31 09:49:37 未审核

**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>

河南省 2020-07-31 09:48:45 未审核

**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>

广东省 2020-07-30 18:01:06 未审核

**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 2020-07-30 17:22:34 未审核

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

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 嗨学网	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				

## (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“618”中国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7月4日**

官方公众号 ID: i100EC

网购投诉平台 ID: DSWQ315

(近 40 万电商人都在看!)

(在线网购投诉)



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

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

(16 年沉淀 100 万+条数据覆盖 4000+平台)

(我要投诉)



视频号 (视频号搜网经社曹叔)

抖音号 (抖音搜网经社)



网经社小程序码 (微信小程序搜网经社)

