

# 2023年7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08月02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.....	4
（三）投诉用户性别分布.....	5
（四）投诉金额区间分布.....	6
三、评级数据与典型案例.....	7
（一）数字零售数据与十大典型案例.....	9
（二）数字生活数据与十大典型案例.....	15
（三）数字教育数据与十大典型案例.....	23
四、关于我们.....	30
（一）关于电诉宝.....	30
（二）关于网经社.....	33

## 一、报告摘要

7月份，进入暑假，亲子游成为暑期消费新动力，去哪儿等在线旅游平台消费数据提升。此外，临近成都大运会、亚运会，运动热情也带动了消费热潮的迭起，唯品会等众多网络购物平台上体育用品销量攀升。

与此同时，消费纠纷也在发生。如昆明出租汽车管理局发布网约车平台投诉数据，“滴滴出行（花小猪）”“曹操出行”“民途出行”“滇约出行”和“阳光出行”投诉总量排名靠前。此外，四川省、上海等地消保委发布网络消费投诉信息报告，其中提到，网络直播虚假宣传等问题突出。

在此背景下，8月2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7月受理的全国88家互联网消费平台（环比下降6.8%）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7月中国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**电商服务商、二手电商**）、数字生活（主要集中于**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7月网络消费投诉数据及《2023年7月数字零售十大典型投诉案例》《2023年7月数字生活十大典型投诉案例》和《2023年7月数字教育十大典型投诉案例》。

在报告公布的《2023年7月全国网络消费评级榜》中：获“**建议下单**”评级的有：苏宁易购、去哪儿、BOSS直聘；获“**谨慎下单**”评级的有：抖音、飞猪、美团等；获“**不建议下单**”评级的有：寺库、联联周边游、一只船教育等；获“**不予评级**”的有：淘宝、店宝宝、闲鱼、快手、美团优选、微店、二三良作、大麦网、兴为教育。

## 二、整体数据

### （一）投诉问题类型分布

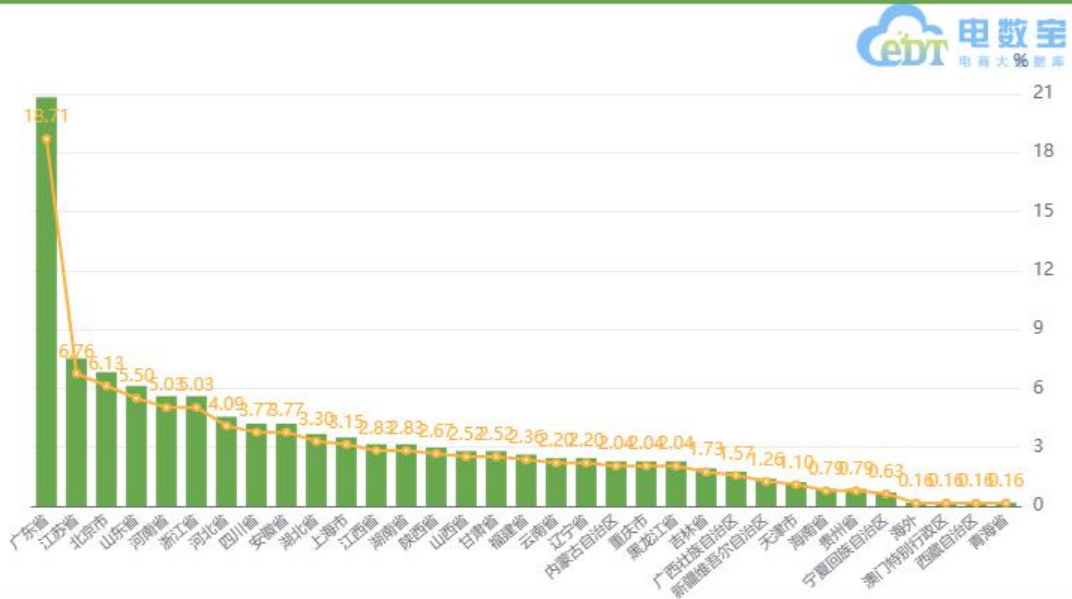
据“电诉宝”显示，2023年7月全国网络消费投诉问题类型TOP10中，退款问题排在首位，占比高达28.46%，其余问题类型依次为：商品质量（11.95%）、网络欺诈（9.91%）、售后服务（7.23%）、霸王条款（6.13%）、网络售假（5.82%）、货不对板（4.40%）、发货问题（4.09%）、虚假促销（3.46%）、退换货难（3.30%）。



### （二）投诉地区分布

7月“电诉宝”受理投诉用户聚集地区TOP10依次为广东省（18.71%）、江苏省（6.76%）、北京市（6.13%）、山东省（5.50%）、河南省（5.03%）、浙江省（5.03%）、河北省（4.09%）、四川省（3.77%）、辽宁省（3.77%）、湖北省（3.30%）、上海市（3.15%）。

### 2023年7月全国网络消费投诉地区分布



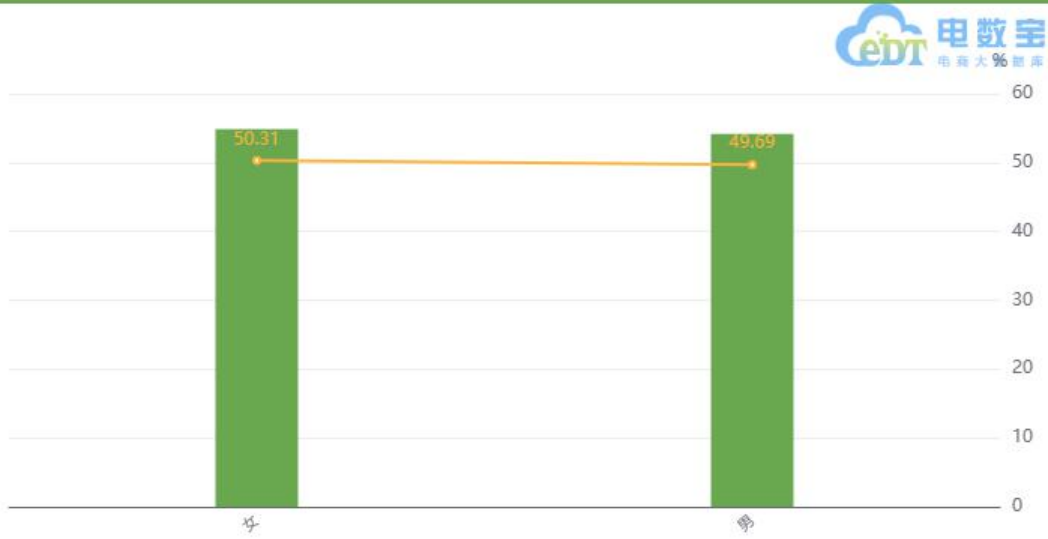
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

### (三) 投诉用户性别分布

据“电诉宝”显示，7月男性用户投诉比例为49.69%，女性用户投诉比例为50.31%。

### 2023年7月全国网络消费投诉性别分布



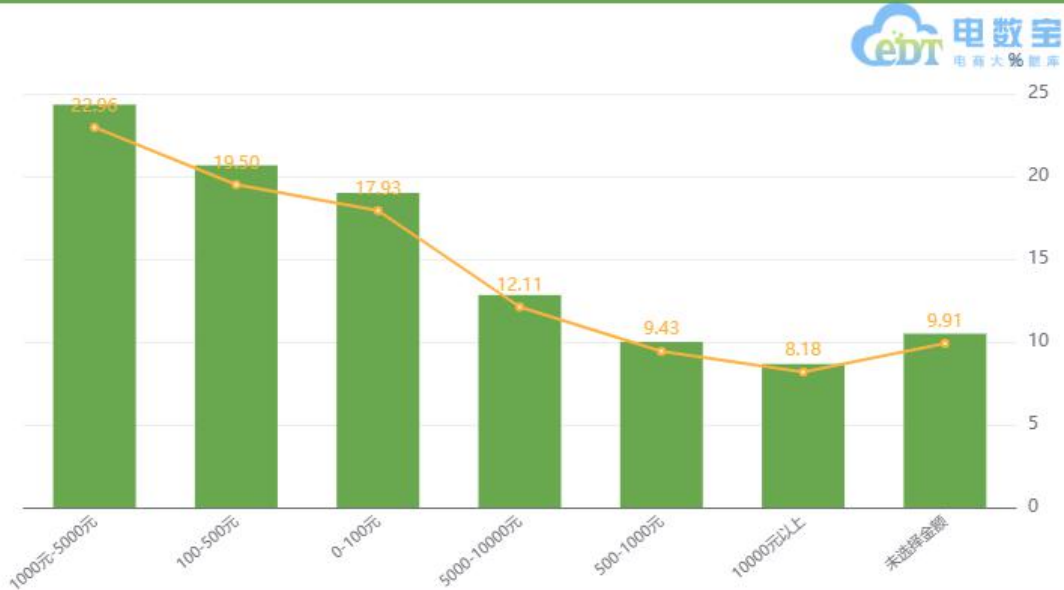
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

#### （四）投诉金额区间分布

据“电诉宝”显示，7月投诉金额分布主要集中在1000-5000元（22.96%）、100-500元（19.50%）、0-100元（17.93%）、5000-10000元（12.11%）、500-1000元（9.43%）、10000元以上（8.18%）、未选择金额（9.91%）。

## 2023年7月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7月全国网络消费评级榜中：获“**建议下单**”评级的有：苏宁易购、去哪儿、BOSS直聘；获“**谨慎下单**”评级的有：抖音、飞猪、美团等；获“**不建议下单**”评级的有：寺库、联联周边游、一只船教育等；获“**不予评级**”的有：淘宝、店宝宝、闲鱼、快手、美团优选、微店、二三良作、大麦网、兴为教育。

## 2023年7月全国网络消费评级榜

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	去哪儿	100.00%	0.818	10.000	0.945	建议下单
2	苏宁易购	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
3	BOSS直聘	100.00%	0.886	0.000	0.766	建议下单
4	飞猪	90.00%	0.400	0.000	0.570	谨慎下单
5	京东	67.74%	0.581	0.000	0.513	谨慎下单
6	美团	87.50%	0.225	0.000	0.505	谨慎下单
7	抖音	61.11%	0.333	0.000	0.406	谨慎下单
8	大麦网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
8	寺库	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
8	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
8	店宝宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
8	分期乐	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
8	拼多多	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
8	联联周边游	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
8	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
8	快手	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
8	一只船教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
8	兴为教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
8	美团优选	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
8	微店	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
8	二三良作	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

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∈[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”。

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。



## （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7月全国数字零售评级榜中：获“建议下单”评级的有：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：寺库等；获“不予评级”的有：淘宝、店宝宝、闲鱼、快手、美团优选、微店、二三良作。

2023年7月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	苏宁易购	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2	京东	67.74%	0.581	0.000	0.513	谨慎下单
3	抖音	61.11%	0.333	0.000	0.406	谨慎下单
4	寺库	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
4	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
4	店宝宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
4	拼多多	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
4	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
4	快手	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
4	美团优选	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
4	微店	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
4	二三良作	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

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∈[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”。

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 31 家：

投诉量 TOP10 依次为：拼多多、淘宝、京东、二三良作、抖音、快手、微店、闲鱼、苏宁易购、美团优选；

排在第 11-20 名的是：寺库、店宝宝、小红书、唯品会、红布林、国美、微拍堂、有赞、拍机堂、交易猫；

排在第 21-31 名的是：海豚知道、天猫、万表网、淘特、阿里巴巴、小年鱼、网易、小鹅通、盒马鲜生、蘑菇街、转转。

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 导购电商 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 7月

1	拼多多	2	淘宝	3	京东	4	二三良作
5	抖音	6	快手	7	微店	8	闲鱼
9	苏宁易购	10	美团优选	11	寺库	12	店宝宝
13	小红书	14	唯品会	15	红布林	16	国美
17	微拍堂	18	有赞	19	拍机堂	20	交易猫
21	海豚知道	22	天猫	23	万表网	24	淘特
25	阿里巴巴	26	小年鱼	27	网易	28	小鹅通
29	盒马鲜生	30	蘑菇街	31	转转		

(以上为投诉量排行榜)

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案例，涉及小红书、店宝宝、闲鱼、红布林、万表网、微店、蘑菇街、有赞、美团优选、拍机堂。

## 2023年7月中国数字零售典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
7月4日	小红书	欺骗消费者已发货？ 用户投诉在“小红书”下单却无物流信息
7月4日	店宝宝	拒绝退款？“店宝宝” 被指诱导客户消费谎报事实真相
7月6日	闲鱼	“闲鱼”商家强收赔偿款？ 用户强烈要求退货退款却惨遭拒绝
7月13日	红布林	货不对版 没有退款渠道？ “红布林”被指商品回收价格离谱
7月17日	万表网	欺骗消费者行为？“万表网” 被指消费者权益未被保障 退款困难多
7月18日	微店	“微店”下单“一只船教育”课程 退款却多次碰壁被通知客服已辞职
7月23日	蘑菇街	用户称在“蘑菇街”购买的 “走着瞧旅行”兑换卡拖延退款 无实际行动
7月24日	有赞	用户投诉“有赞” 退费存高额退费比例 侵犯消费者权益
7月28日	美团优选	“美团优选”被指强行退款 客服态度恶劣
7月29日	拍机堂	“拍机堂”的手机货源来历不明 售后态度敷衍

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

### 【案例一】欺骗消费者已发货？用户投诉在“小红书”下单却无物流信息

7月4日，广东省的赖女士向电诉宝投诉称，她于2023年4月7日23:25:50在小红书平台购入商品，赖女士称其受到了欺骗，商家从四月份一直骗自己到六月份，至今还未收到该商品。商家期间用了很多借口，后面她去搜索单号也没有显示有该单号，也一直收不到物流信息，仅有小红书平台的一点不详细物流信息。

赖女士表示因为自己高考期间没有空，所以一直推拖她，也没有办法只能选择等待，一直到自己高考后也没有收到该商品。赖女士表示是后来才想起来有该事件因此拖的很晚，她的诉求是要求商家退还钱如果可以偿还更多最好。

### 【案例二】拒绝退款？“店宝宝”被指诱导客户消费谎报事实真相

7月4日，山西省的李先生向“电诉宝”投诉称，其于2023年6月23日在店宝宝进行了一笔消费。店宝宝的客服对李先生承诺到开店后保证会赚钱。李先生称其当时相信了客服，结果却是开店后就再也没有出现过，并且一直在微信上面诱导李先生。

李先生表示购买此产品花了1600元，发现被骗了李先生联系客服进行退款，遭到客服拒绝且态度也是模糊不清。李先生认为该产品具有诱导客户消费谎报事实真相，同时希望让客服退款要回钱。

### 【案例三】“闲鱼”商家强收赔偿款？用户强烈要求退货退款却惨遭拒绝

7月6日，江苏省的刘先生向“电诉宝”投诉称其于2023年7月1日在闲鱼平台购入了一款华为平板，后经鉴别，疑似是假冒伪劣产品。刘先生称一开始店家不承认且不同意退款，于是刘先生联系了售后，店家又同意了退货退款。

刘先生将退货商品通过顺丰快递进行退回，于7月6日显示对方已经收到了退货商品，当天下午刘先生于店家联系退款事宜时，商家却称商品有划痕需要进行80元的赔偿，否则拒绝退款。刘先生表示寄回的商品完好无损，店家的行为明显属于欺诈消费者，并提出全额退款的诉求。

### 【案例四】货不对版 没有退款渠道？“红布林”被指商品回收价格离谱

7月13日，吴女士向“电诉宝”投诉称，她于7月11号在红布林购买一只lv26洗漱包。吴女士称购买时产品主页详情页没有写明该包包口多处开裂，四角开裂，并经过开裂修复。红布林声称与中检合作，但吴女士收到的货却没有中检标。吴女士表示现收到货，货不对版，并且强烈要求退货。

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！

### 【案例五】欺骗消费者行为？“万表网”被指消费者权益未被保障 退款困难多

7月17日，安徽省牛先生向“电诉宝”投诉称自己于2023年7月12日从万表网由客服推荐买了个莫勒手表。牛先生称当时付款之前就和客服沟通说怕钢带表并不是很适合自己，客服却说先购入，收到后不喜欢可以七天无理由退货。牛先生称收到后进行了试戴了，并不合适，和平台客服沟通退货时，却说牛先生将手表上的一层薄膜去掉了不能退了，牛先生选择了九折退回，后又发现调整表带以后表扣扣不上，于是牛先生想将退货退款理由改成因质量问题退回。

牛先生称快递发到后，平台没有签收却说查看过了，是牛先生佩戴不正确，直接在后台操作拒收让快递给我退回。牛先生称之后接到平台的电话通知时便说九折退回吧，却被再次通知没有此退款选项。牛先生表示这是欺骗消费者的行为，并在没有确认收货前提下货款自动转了过去。

### 【案例六】“微店”下单“一只船教育”课程 退款却多次碰壁被通知客服已辞职

7月18日，江苏省展女士向“电诉宝”投诉称其于2021年7月15日通过抖音推送一只船宣传视频在线报名了一只船教育，后一只船教育工作人员电话联系通过微店下单了消防工程师培训学习。

展女士称同年9月中旬电话联系由于个人原因无法参与学习要求退费，12月通过微信小程序后台再次申请退款却不了了之。展女士表示再联系时，对方告知已不再单位，让联系售后电话，多次拨打无人接通。2023年初再次提起退款申请，多次拨打12345催促退款，工作人员说进行申请，却又再次联系对方联系不上。

**【案例七】**用户称在“蘑菇街”购买的“走着瞧旅行”兑换卡拖延退款 无实际行动

7月23日，内蒙古自治区赵女士向“电诉宝”投诉称其于2020年11月10日在蘑菇街平台瑜儿主播直播间购买的走着瞧旅行两张出行云南的兑换卡，这两年一直没有时间预约出行，前段时间联系走着瞧旅行退款，对方会联系退款。刚开始说六月中旬给退，后来时间到了也没有退，赵女士就又联系，一直到现在都过去好几个月了，也没有人联系过赵女士。赵女士表示，他们一直拖着不给退，老是让等，没有实际行动。

**【案例八】**用户投诉“有赞”退费存高额退费比例 侵犯消费者权益

7月24日，广东省的肖女士向“电诉宝”投诉称，她于2019年8月31日在有赞电商平台云南时光店铺购买了2张六天五晚大理丽江轻奢之旅单人体验卡，共计1198元。之前因疫情一直延期，未能出行，且此产品用户反馈与产品信息不符，故想取消此次行程。但取消行程，退款需扣除60%的费用。

肖女士认为未能出行，仅产生制卡费及邮寄费，未产生其他费用，有赞平台扣除金额比例过高，侵害了消费者的权益。肖女士的诉求是取消此次行程，退回款项。可以接受扣除10%-20%的费用，但不能接受扣除60%的费用。

**【案例九】**“美团优选”被指强行退款 客服态度恶劣

7月28日，安徽省的陈先生向“电诉宝”投诉称其于2023年7月27日在美团优选上购买今麦郎1.5倍番茄牛肉面商品，在陈先生不知情未授权的情况下，强行退款，违反了中华人民共和国消费者权益保护法第15条和第39条，该过程中陈先生也尝试了与客服进行协商，并未取得满意的答复。

陈先生称，在和客服交流过程中，客服告知没有达到与美团专员联系的级别，

一直重复话术，不去解决问题，已知违反中华人民共和国消费者权益保护法的情况下告知，只能赔付三元优惠券，且态度恶劣。陈先生的诉求是赔礼道歉，赔偿损失。

### 【案例十】“拍机堂”的手机货源来历不明 售后态度敷衍

7月29日，河北省的曾先生向“电诉宝”投诉称其于2023年7月25日在拍机堂购买一台苹果7，收到货发现不能恢复出厂设置，查询后显示 iCloud 已开启，该平台的验机报告上明确标注手机可还原，并标注手机 iCloud 已注销。曾先生曾两次申请售后均以拆袋视频不规范为由被拒绝，联系客服说已反馈48小时内会有电话联系，可却没接到任何有关拍机堂平台的联系。

曾先生表示拍机堂并没有出具质检视频，并出售带有开启 iCloud 的苹果手机与验机报告不符，因此其怀疑手机来源。曾先生希望可以因欺骗消费者退一罚三，并称可以将该来源不明的手机退回。

## （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7月全国数字生活评级榜中：获“建议下单”评级的有：去哪儿、BOSS直聘；获“谨慎下单”评级的有：飞猪、美团；获“不建议下单”评级的有：联联周边游；获“不予评级”的有：大麦网。

## 2023年7月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	去哪儿	100.00%	0.818	10.000	0.945	建议下单
2	BOSS直聘	100.00%	0.886	0.000	0.766	建议下单
3	飞猪	90.00%	0.400	0.000	0.570	谨慎下单
4	美团	87.50%	0.225	0.000	0.505	谨慎下单
5	大麦网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
5	联联周边游	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

### 数字生活上榜平台有 23 家：

投诉量 TOP10 依次为：大麦网、去哪儿、飞猪、美团、BOSS 直聘、联联周边游、万师傅、携程、走着瞧旅行、58 同城；

排在第 11-23 名的是：同程旅行、侠侣亲子游、鲁班到家、黄河票务、曹操出行、饿了么、旅划算、骑驴游、有票网、智行、猫眼电影、京东到家、倍电科技。





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”

- 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** 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** **7月**

1	大麦网	2	去哪儿	3	飞猪	4	美团
5	BOSS直聘	6	联联周边游	7	万师傅	8	携程
9	走着瞧旅行	10	58同城	11	同程旅行	12	侠侣亲子游
13	鲁班到家	14	黄河票务	15	曹操出行	16	饿了么
17	旅划算	18	骑驴游	19	有票网	20	智行app
21	猫眼电影	22	京东到家	23	倍电科技		

(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投诉案例，涉及智行、黄河票务网、旅划算、BOSS直聘、58同城、美团、飞猪、大麦网、万师傅、有票。

## 2023年7月中国数字生活典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
7月3日	<b>智行</b>	不许任何理由取消订单？ 用户投诉“智行”霸王条款
7月3日	<b>黄河票务网</b>	“黄河票务网”竟一年都未退费？ 用户称已超过最长期限
7月5日	<b>旅划算</b>	用户投诉“旅划算”出票不及时 诚信极差
7月14日	<b>BOSS直聘</b>	账号永久冻结？“BOSS直聘” 被指“连坐制”永久封禁个人账号
7月14日	<b>58同城</b>	“58同城”被指引导用户充钱消费 刻意冻结账户非法集资
7月16日	<b>美团</b>	“美团”食品吃坏肚子？ 平台称是用户个人原因与商家没关系
7月16日	<b>飞猪</b>	“飞猪”被指欺骗消费者 机票信息错误造成巨大损失
7月25日	<b>大麦网</b>	未成年人意外购买门票 “大麦网”被指不予退款
7月25日	<b>万师傅</b>	用户投诉“万师傅” 平台无故封锁账号进行罚款 回应：已停止合作
7月28日	<b>有票</b>	霸王条款？“有票”被指售空票 并且无法退票

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

### 【案例一】不许任何理由取消订单？用户投诉“智行”霸王条款

7月3日，广东省的王女士向“电诉宝”投诉称其于6月25日在智行火车票app上订购了7月2日香港皇悦卓越的酒店，金额为505元，当天因为身体原因加上证件丢失，在早上入住时间前向平台申请取消订单，被告知没有凭证并且理由不被接受。

王女士表示当时因为是突发的身体状况需要就医，挂号和就医都需要时间，无法立刻出示诊断书，所以就在上午11点让平台先协商是否能取消，平台协商的时间非常漫长，并承诺过在13:45前答复，结果一直拖到下午两点多，过了入住的时间，自己主动问起他们才回复我，告知不可以取消，又等了一个多小时再

次协商，等自己一系列检查，到确诊以后提交诊断书，依旧被拒绝，说不允许任何理由取消。

王女士打电话给酒店，酒店告知在入住前申请他们是可以处理的，过了入住时间就无法处理了。王女士认为在入住前因特殊原因突发状况无法取消是不合理的，入住前取消酒店方面是没有损失的，并且平台也承诺过在入住前给予答复却失约，导致自己没有时间在入住时间前去尝试其他办法，平台根本不维护消费者，一直说会协商，拖了很长时间，也不尝试协商其他解决方案，导致自己损失惨重。王女士表示平台应该承担起责任，全额补偿 505 元。

### 【案例二】“黄河票务网”竟一年都未退费？用户称已超过最长期限

7月3日，宁夏回族自治区袁先生向“电诉宝”投诉称其于2022年5月24日购买宁夏银川举办的2022痛仰乐队银川演唱会，通过黄河票务网站进行抢票，随后黄河票务未抢到票进行退款，客服表示可以退票，但时长需要“15至60个正常工作日”，也就是说最长需要等待两个多月。

后期袁先生一直联系黄河票务官方询问退款情况，都是待审核中，直至今日，已经时隔一年之久，远超当初承诺的退款最长期限仍未收到退款，目前黄河票务订单信息依旧显示退款审核状态至今未退款，拨打官方客服电话出现无人接听。

### 【案例三】用户投诉“旅划算”出票不及时 诚信极差

7月5日，江苏省王女士向“电诉宝”反映称其于2023年7月4日在抖音平台下单迪士尼两大两小三天两晚住宿加门票共2489元，购买成功后王女士就开始预约酒店，在线补差价1226元，付款以后一直联系不上旅划算客服。

王女士曾多次联系索要迪士尼门票，可旅划算客服联系不上。君澜别院电话簿上显示的也是上海某电器公司电话，王女士严重怀疑其诚信问题，和抖音客服联系上以后提出诉求，要求退款，旅划算出票不及时，诚信极差，王女士要求全额退款。

#### 【案例四】账号永久冻结？“BOSS 直聘”被指“连坐制”永久封禁个人账号

7月14日，河北的许女士向“电诉宝”反映称自己是一名普普通通的公司招聘人员，一直使用 boss 账号进行招聘。在 2022 年突然任职公司被投诉，公司账号冻结，导致自己账号也被连带永久冻结。

许女士称 BOSS 直聘审核人员只是告知公司被投诉，导致自己账号无法使用，经过多次协调不予解封，具体原因情况也不予告知，导致账号一直不能使用。后本人就把账号注销，于 2023 年 2 月离职，重新找到新工作，就重新使用另外手机号注册，但是登陆本人信息，账号就被锁定无法登陆。

许女士表示目前本人不能登陆重新注册 boss 直聘账号，无法使用 BOSS 直聘进行招聘，连自己找工作也不能用，且 BOSS 直聘客服态度强硬，不给出合理解释，无故的封禁账号，许女士认为 BOSS 直聘的使用属于个人行为，不应该出现连带，导致公司内部员工全部被封。

许女士的诉求是希望解封自己 BOSS 直聘的账号，BOSS 直聘霸王条款已经严重影响到了自己后续的工作，希望有关部门管理一下。

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，平台非常重视您的问题，小编已经将您的信息反馈给相关工作人员跟进，稍后工作人员将为您致电沟通，请您保持手机畅通哦。

#### 【案例五】“58 同城”被指引导用户充钱消费 刻意冻结账户非法集资

7月14日，广东省陈先生向“电诉宝”称其于 2023.04.04 号在 58 同城平台花费 10500 元购买了一批账号，签约时间为一年。而在 2023.06.13 号当天无故被封号，使用时长为两个月。陈先生称其使用期间无任何违规发帖行为，经过申诉，而 58 同城平台也提供不出任何实际证据，就随意冻结用户资源。强行毁约已经

造成违法，严重损害公司进度。

期间陈先生多次致电客服人员，都是闪烁其词，极其拖脱责任，说 1-3 工作日处理问题，而目前已经一个月了，还是没有解决，严重超时，把用户的权益彻底损害。陈先生严重怀疑 58 同城通过引导用户充钱消费，继而刻意冻结账户来进行非法集资，因为网络上现实生活中，他这样的例子只是冰山一角。希望通过投诉解决问题，并且让很多人看到，以防被骗。

### 【案例六】“美团”食品吃坏肚子？平台称是用户个人原因与商家没关系

7 月 16 日，安徽省王女士向“电诉宝”投诉称其于 9 号在美团平台下单，食用后呕吐，王女士当时没在意，后来持续了一天还是呕吐，直到 11 号的时候越来越严重了，导致发烧。王女士去医院检查发现属于吃坏了东西导致的，美团给的结果就是过了时间无法理赔医药费。

王女士称，美团不做处理，说赔偿 200 元，通知王女士让她自己考虑然后完结工单，可提供就医凭证。王女士的诉求是报销医药费赔偿精神损失费，餐品就是有问题的，美团还指责是她自己肠胃不好，跟商家没关系，不听客户解释。来来回回一直拖了好几天不解决问题，必须要个处理结果。

### 【案例七】“飞猪”被指欺骗消费者 机票信息错误造成巨大损失

7 月 16 日，广东省华先生向“电诉宝”投诉称其于 7 月 2 日在飞猪平台购买 7 月 8 日早上 6 点 15 分广州到郑州的机票，7 月 8 日早上到机场取票直奔登机口，工作人员告知飞机票是 7 月 8 日晚上 6 点广州到郑州的机票，华先生联系飞猪客服被告知要去值机柜台取票，而柜台此时已经停止值机，再次联系客服，客服要求他们乘坐错误的机票前往郑州并支付相应的机票款。

华先生认为飞猪态度极其恶劣，欺骗消费者，强买强卖，因行程较紧，华先生买了当日上午 9 点全价票前往郑州，因飞猪的错误耽误行程，造成工作上的损失，且又买了机票，对其身心造成巨大的恶性影响，华先生要求飞猪平台退还原

机票钱 2000 元，再次购买的机票钱 4000 元，精神损失费十万元，并对飞猪平台处以顶格行政处罚三十万元以上。

### 【案例八】未成年人意外购买门票 “大麦网”被指不予退款

7 月 25 日，山东省朱女士向“电诉宝”投诉称其于 24 日中午在大麦平台准备抢购 tfboys 的十周年演唱会票，抢购失败后，朱女士的弟弟在她不知情的情况下购买了 2 张其他歌手的演唱会门票，朱女士本人在他购买前并不知情，也不同意其购买门票。

朱女士称自己只是一名普通上班族，并不是黄牛，也不会做转售门票赚差价的事情。并且《民法典》第十八条至第二十条也规定了，未成年购买演唱会门票在家长不同意的情况下，是无效行为，平台应予以退款处理。而且这张票九月份才开演，距离开始还有相当长的一段时间，朱女士发现家里孩子购票也比较及时，也没有长时间拖延，第一时间与大麦平台客服联系，并且也根据平台要求提交了家庭户口本等信息，但平台最终回复仍然拒绝给我退款。朱女士认为这属于霸王条款，门票并不是在其自主意愿下购买的，1578 元说不退就不退，对于她来说是半个多月的工资，一个多月的生活费。她的诉求仅仅是退票，希望可以尽快得到处理。

### 【案例九】用户投诉“万师傅”平台无故封锁账号进行罚款 回应：已停止合作

7 月 25 日，甘肃省的刘先生向“电诉宝”投诉称其是平台的安装师傅，于 2023 年 7 月 21 日接到万师傅客服电话称接到客户投诉其在四月左右安装的一台晾衣架只打了四个螺丝就离开，并要求刘先生退还平台 70 元的安装费用。刘先生并未同意，并称其安装时确定安装完成并能正常运行。其次，平台让刘先生退还全部的 70 元，可刘先生当时一共收款只有 60 元。该平台在刘先生拒绝要求后罚了刘先生 300 元并且在刘先生的平台账户中还有一千多元的情况下将其平台

账号封锁。刘先生表示希望可以对万师傅进行处罚，赔偿经济损失 200 元，并重新开通刘先生的账号。

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，“万师傅”工作人员发来回复称：晾衣架|安装-电动晾衣架\*1 台，用户反馈师傅未进行服务就提交完工，导致用户不满要求退回费用，经平台介入，师傅一直表示自己忘记该订单的情况，平台核实第二位师傅和客户，师傅未服务完成就提交完工涉及违规投诉判定处罚师傅，多次联系师傅解释仍旧不接受，最终平台修改投诉结果，由于师傅无法达到平台优质师傅的标准，故跟师傅取消合作关系。

### 【案例十】霸王条款？“有票”被指售空票 并且无法退票

7 月 28 日，广东省谭女士向“电诉宝”投诉称其于 2023 年 6 月 27 日在有票 app 购入 2 张 7 月 28 蔡健雅广州演唱会门票。商家一直不发货配票，等待一个月仍未任何配票进度！谭女士寻求平台客服帮助，客服回复需自行与商家协商，客服形同虚设，且平台明确标示霸王条款不能退票。

谭女士称，商家由交易至今从未准确回复有票，一直让等待，明天就是演出当天，难以不怀疑是售空票，极大侵害了消费者权益。谭女士的诉求是平台帮助退票赔付，并整改 app 不合理规定。对于演唱会不能退票，法律不会支持。经营者强制消费者不得退票的条款排除了消费者的权利，属于霸王条款。

## （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 7 月全国数字教育评级榜中：获“不建议下单”评级的有：一只船教育；获“不予评级”的有：兴为教育。

## 2023年7月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	一只船教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
1	兴为教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

**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：平台移交或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 22 家：

**投诉量 TOP10 依次为：**一只船教育、兴为教育、中职通、潭州教育、赛优教育、高教通、对啊网、有道精品课、帮考网、VIPKID；

**排在第 11-22 名的是：**学慧网、中安建培、小叶子陪练、网易云课堂、思鸿网校、常青藤爸爸、大鹏教育、恒企教育、师大教育、芸学教育、大塘小鱼。





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



- 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** 7月

1	一只船教育	2	兴为教育	3	中职通	4	潭州教育
5	赛优教育	6	高教通	7	对啊网	8	有道精品课
9	帮考网	10	VIPKID	11	学慧网	12	中安建培
13	小叶子陪练	14	网易云课堂	15	思鸿网校	16	环球网校
17	常青藤爸爸	18	大鹏教育	19	恒企教育	20	师大教育
21	芸学教育	22	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，涉及高教通、VIPKID、小叶子陪练、有道精品课、恒企教育、兴为教育、一只船教育、帮考网、潭州教育、赛优教育。

## 2023年7月中国数字教育典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
7月2日	<b>高教通</b>	伪装官方院校招生？“高教通”被指诱导宣传
7月8日	<b>vipkid</b>	屡屡失联？“vipkid”被指退款难
7月10日	<b>小叶子陪练</b>	用户投诉与“小叶子陪练” 客服沟通无果 退款无门
7月11日	<b>有道精品课</b>	五天未退款？“有道精品课” 被指客服敷衍说辞 推脱退款
7月17日	<b>恒企教育</b>	“恒企教育”证书就职所有公司都认可？ 用户反映退款被拒
7月18日	<b>兴为教育</b>	考试在即 “兴为教育” 天猫旗舰店相关课程未上传不予解决
7月19日	<b>一只船教育</b>	“一只船教育”被指诱导欺骗 申请退款联系不到人
7月25日	<b>帮考网</b>	“帮考网”被指夸大宣传 拖延三年仍未退费
7月27日	<b>潭州教育</b>	用户称“潭州教育” 说法前后不一 没有尽告知义务
7月29日	<b>赛优教育</b>	申请退款需扣30%运营成本？ “赛优教育”被指诱导消费

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

### 【案例一】伪装官方院校招生？“高教通”被指诱导宣传

7月2日，湖南省沈女士向“电诉宝”投诉称其于2022年10月14日通过微信公众号推文添加到自称是社会办学单位的工作人员微信。工作人员借用国家政府补贴政策，两年内拿本科证后，交的学费会全部返还，相当于免费，提升误导沈女士报名。并一直催促沈女士，声称报名通道即将关闭，目前报名优惠还有最后名额和优惠名额欺骗报名。

沈女士当日添加对方微信后，并另外通过扫描对方的二维码支付七千九百八十元的培训课程用于学历提升。付款后得知对方并非政府学校招生老师而是属于高教通负责招生的工作人员，所交学费只是高教通提供的网课费用和资料费用，

并未提前告知。

沈女士称，高教通将自己塑造为政府官方院校招生办形象，涉嫌欺诈。并且报名后除了提供一个 app 让学员自行学习并未提供其他任何服务。报名后也不能查询任何学员以及学校报考信息，并涉嫌贩卖所谓的“绝密资料”帮助考生通过考试。而且在武汉市市场监督管理局对武汉鹰视思维教育科技有限公司（与高教通是同一家公司，爱企查可查）作出行政处罚公示期间内，依然进行诱导宣传。与高教通工作人员商量联系退款后并未得到任何回复。

### 【案例二】屡屡失联？“vipkid”被指退款难

7月8日，上海市倪女士向“电诉宝”投诉称其于2023年4月11日从vipkid推销员（他们称为班主任）那儿购买了价格10189元，60节家庭外教口语课，附赠两节课，共62节课。购买时承诺每周会在固定时间约好课，但仅仅一个多月，这位班主任忘记约课两次，每次微信问她问题总要隔一两天回复，甚至不回复，后来既不约课，也不回复，打电话关机了。

于是倪女士打VIPkid平台客服电话要求退款，但是客服总是以48小时内有专员对接为说辞，始终不办理退款，后来经过几天的投诉才在6.16同意退款，办理退款时承诺7-14个工作日会退款到账，但是三个多星期过去了，始终没有退款，打过很多次电话，又是48小时专员对接，但很多个48小时过去了，始终无人联系，也不退款。

### 【案例三】用户投诉与“小叶子陪练”客服沟通无果 退款无门

7月10日，姜女士向“电诉宝”投诉称其于2022年5月19日购买了小叶子陪练的课程包，花费9999元，当时承诺不满意可以退款，课程包未开启，可以全额退款。姜女士因个人计划有变，课程包从未开启，先申请退款，与客服沟通多次，无果。始终告知让姜女士等工作人员电话，每次都说两个工作日内与她联系，姜女士一直没有等到工作人员电话，始终无人与她联系。

姜女士多次给客服打电话问工作人员或负责退款部门联系电话，均不告知，统一答复让她等人联系。

#### **【案例四】五天未退款？“有道精品课”被指客服敷衍说辞 推脱退款**

7月11日，浙江省的黄先生向“电诉宝”投诉称其于2023年7月2号晚上购买网易有道精品课，总计三门数学，物理，化学网课直播间课程，每门6000课程，优惠后共计11400，后学校通知要上暑托课程，因跟学校里的时间冲突，没法上课，所以在7月4号申请电话退款。

黄先生表示客服刚开始说可以退款，后来说可以改时间，在8月份上课，但因为孩子8月份学校里有军训安排，且后续还有其他安排，所以没法上直播课。后客服又告知资料已经寄出，要扣除资料费。黄先生认为可以扣掉资料费的费用，但扣除后得全额退款，又告知要五个工作日，从7月4日申请到现在已经五个工作日了，黄先生的诉求是全额退款。

#### **【案例五】“恒企教育”证书就职所有公司都认可？用户反映退款被拒**

7月17日，四川省的陈先生向“电诉宝”投诉称其于2019年2月19号，在网络上被恒企教育骗了，他们说报名就可以拿证有答案还骗自己说他们证书所有公司都认可的，但是在了解之后他们的证件没什么公司认可，他们还在学习APP上面安插合同证书，并且他们没有说过自己还以为是验证就签了自己的名字，后来找他们退钱他们还不退。

陈先生表示，在跟他们主任说了这些事情之后，他们主任说这是自己活该不看清楚怪不到他们。陈先生称知道自己肯定有责任确实是没有看清楚，但是他们工作人员应该提醒一下让认真确认看看行不行再签，毕竟是在手机什么操作的字太小了没有看清楚，还说什么没有特殊情况不能退钱就是必须要残疾或者死亡才行。

### 【案例六】考试在即 “兴为教育”天猫旗舰店相关课程未上传不予解决

7月18日，浙江省的袁先生向“电诉宝”投诉称其于2021年8月13日在兴为教育天猫旗舰店购买北京兴为科技教育有限公司中级注册安全工程师课程，约定为课程有效期为4年，然后23年的化工实务精讲课一直没有上传，联系老师联系不上，从百度上搜到的信息说公司出现问题了。

袁先生表示，23年的考试10月底要考了，希望兴为教育公司能拿出解决办法，要么课程转到别的学校，要么做部分退费处理，离考试时间越来越近了，希望能尽快解决，以便自己能够顺利通过考试。

### 【案例七】“一只船教育”被指诱导欺骗 申请退款联系不到人

7月19日，吉林省刘先生向“电诉宝”投诉称其于2021年7月13日在一只船诱导欺骗下报名学习消防工程师，说取证后可以挂靠，有10多万的收入。刘先生称由于当时受蒙蔽诱导没多想报了7980的无忧VIP班，后来因疫情和工作一直没学习，想要退款一直联系不到人，之前的销售也换账号了联系不上，目前虽然能联系到人，也是推脱说再联系。刘先生前阵子又收到了一个消息，说可以退费，而一只船老师说是诈骗不可信。

### 【案例八】“帮考网”被指夸大宣传 拖延三年仍未退费

7月25日，山东省侯先生向“电诉宝”投诉称，帮考网当时电话联系说可以报考一级消防工程师，不过退费，当时侯先生明确跟他说学历不够，没有大专学历，他说没事都可以参考，夸大宣传让侯先生成功报考 还让他报考了私教班，后期也没有人跟侯先生对接。

侯先生想退费，对方跟他说没有学习不退，考试完了然后还得学习，进度条要达到一定的数值才能退费90%。现在已经过去3年了，仍然没有解决。

### 【案例九】用户称“潭州教育”说法前后不一 没有尽告知义务

7月27日，广东省伍先生向“电诉宝”投诉称其于2020年7月26日在潭州教育报了UI设计网络课，课程总金额6880，预付订金200。担心质量，伍先生只开通一阶段，课程费用2300+200。由于生活变动，申请了长假，至今只上了一部分的课，但到现在课没上完，老师联系不上，多次联系客服那边依然无人联系。

伍先生称，三个月前投诉老师回复过一次，要退款，对方却用开通课程权限，已经过了服务期限为由不能退（但订单和合同都没说服务期限是多少）。订金200却说是考试注册费已交不能退，报名时明明说是预报名费。售前说随时可以退，售后却说不能，前后不一。伍先生表示，现在老师联系不上，对方并没有尽告知的义务，故意隐瞒，服务不符，客服态度差，要求退款。

### 【案例十】申请退款需扣30%运营成本？“赛优教育”被指诱导消费

7月29日，江苏省胡女士向“电诉宝”投诉称其于2023年7月25日在网上了解心理咨询师相关考试，随机点到了赛优教育，后接到电话推销课程，诱导消费，说心理咨询师考试即将有大的政策变化，以后需要面试评审等等话术，然后可以申请一千五的优惠让下单，填写预报名信息，还要问带下单时间的快递编号。

胡女士全程没有看过一节课，软件都没登录，纸质版书发货很快，胡女士当下退款都给她发过来，然后售后跟她说要扣除30%的各种运营成本，但合同之类胡女士也没签。

## 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 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"/>
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。



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 7 月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8月2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)

