

2024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：2024年07月02日

报告编制：网经社电子商务研究中心



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.....	8
（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.....	20
四、关于我们.....	27
（一）关于电诉宝.....	27
（二）关于网经社.....	29

一、报告摘要

首个告别预售制的 618 落下帷幕，各家电商 618 战报也都公布。5 月 31 日 20 点，京东 618 全面开启，超 1 万个品牌同比增长超 5 倍；天猫 618 第二波开卖，超 37000 个品牌成交翻倍；拼多多 618 百亿补贴首周多个家电品牌销售额破 10 亿元，美妆类目销量同比增超 80%；淘宝直播垂类达人 GMV 同比增长 152%。此外，快手、小红书、什么值得买等平台也陆续发布消费数据。

在浓烈的大促氛围中，不时也会传来一些负面的声音。如京东遭遇 56 家出版机构抵制 618 大促，这触及到了供应商的利益，不过也能看出，消费者权益受到了重视。一些电商平台推出的“仅退款”政策和“自动跟价”机制等创新服务，也引发了市场的广泛讨论。网络消费纠纷调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）显示，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”。

在此背景下，2024 年 7 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）2024 年 618 期间受理的全国 82 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《2024 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 2024 年 6 月 1 日至 6 月 30 日）。

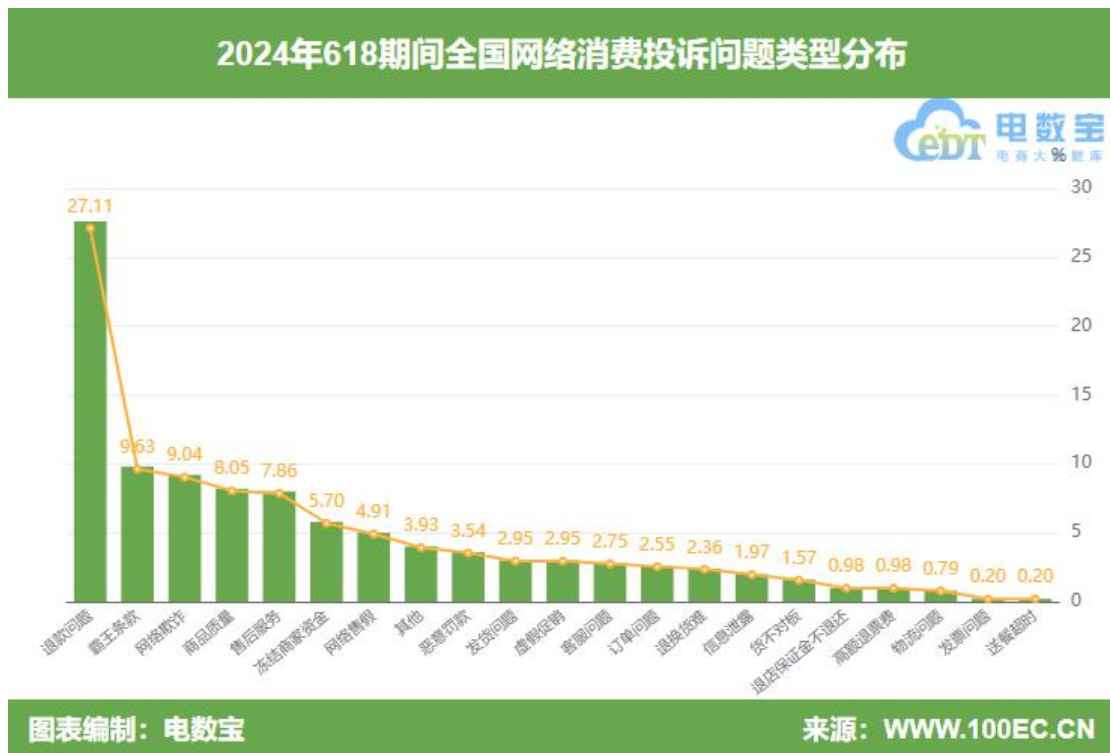
报告涉及了数字零售（主要集中在**生鲜电商、二手电商**）、数字生活（主要集中在**在线旅游、在线票务**）及数字教育、跨境电商、产业电商、金融科技、物流科技等领域。报告公布了 2024 年 618 期间网络消费投诉数据及《2024 年 618 期间数字零售十大典型投诉案例》《2024 年 618 期间数字生活十大典型投诉案例》和《2024 年 618 期间数字教育十大典型投诉案例》。

在报告公布的《2024 年 618 期间全国网络消费评级榜》中：获“**谨慎下单**”评级的有：智行、京东、美团等 4 家；获“**不建议下单**”评级的有：飞猪、小红书、分期乐、拼多多、速卖通等 5 家；获“**建议下单**”的有：去哪儿、BOSS 直聘等 2 家；获“**不予评级**”的有：大麦网、淘宝、闲鱼、中免日上等 4 家。

二、整体数据

（一）投诉问题类型分布

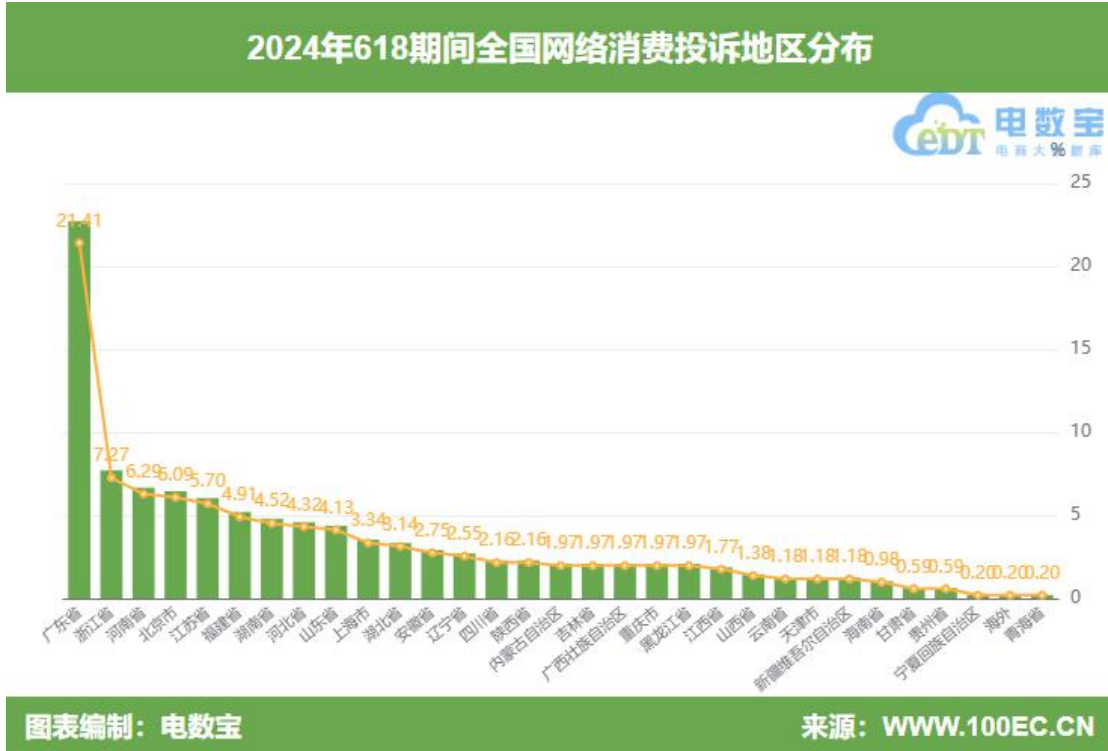
据“电诉宝”显示，2024年618期间全国网络消费投诉问题类型TOP10中，退款问题占比高达27.11%，其余问题类型依次为：霸王条款（9.63%）、网络欺诈（9.04%）、商品质量（8.05%）、售后服务（7.86%）、冻结商家资金（5.70%）、网络售假（4.91%）、其他（3.93%）、恶意罚款（3.54%）、发货问题（2.95%）、虚假促销（2.95%）、客服问题（2.75%）、订单问题（2.55%）、退换货难（2.36%）、信息泄露（1.97%）、货不对板（1.57%）、退店保证金不退还（0.98%）、高额退票费（0.98%）、物流问题（0.79%）、发票问题（0.20%）、送餐超时（0.20%）。



（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（21.41%）、浙江省（7.27%）、河南省（6.29%）、北京市（6.09%）、江苏省（5.70%）、福

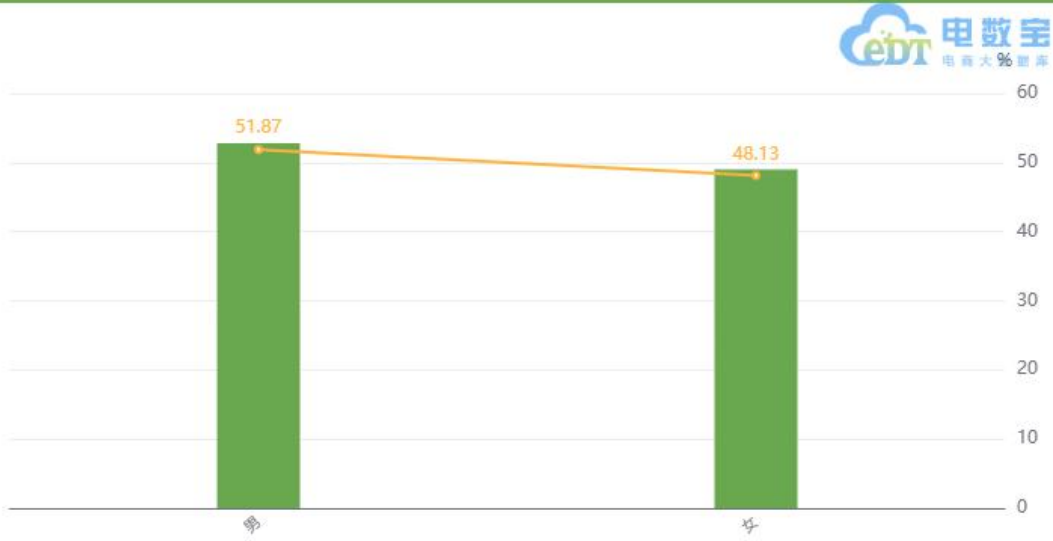
建省（4.91%）、湖南省（4.52%）、河北省（4.32%）、山东省（4.13%）、上海市（3.34%）。



（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51.87%，女性用户投诉比例为48.13%。

2024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 1000-5000 元(18.07%)、0-100 元 (15.72%)、100-500 元 (15.72%)、500-1000 元 (12.97%)、10000 元以上 (11.20%)、5000-10000 元 (9.43%)、未选择金额 (16.90%)。

2024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

在报告公布的《2024年618期间全国网络消费评级榜》中：获“谨慎下单”评级的有：智行、京东、美团等4家；获“不建议下单”评级的有：飞猪、小红书、分期乐、拼多多、速卖通等5家；获“建议下单”的有：去哪儿、BOSS直聘等2家；获“不予评级”的有：大麦网、淘宝、闲鱼、中免日上等4家。

2024年618期间全国全部消费评级榜

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	93.75%	0.973	0.000	0.792	建议下单
2	BOSS直聘	100.00%	0.900	0.000	0.770	建议下单
3	智行	100.00%	0.833	0.000	0.750	谨慎下单
4	抖音	92.59%	0.577	2.000	0.714	谨慎下单
5	京东	87.50%	0.875	0.000	0.700	谨慎下单
6	美团	81.82%	0.600	0.000	0.589	谨慎下单
7	飞猪	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
7	大麦网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
7	小红书	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
7	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
7	分期乐	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
7	拼多多	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
7	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
7	中免日上	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
7	速卖通	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∈[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

（一）数字零售数据与十大典型案例

数字零售消费评级榜：

在2024年618期间全国数字零售评级榜中：获“谨慎下单”评级的有：京

东等 2 家；获“不建议下单”的有：小红书、拼多多等 2 家；获“不予评级”的有：淘宝、闲鱼等 2 家。

2024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	抖音	92.59%	0.577	2.000	0.714	谨慎下单
2	京东	87.50%	0.875	0.000	0.700	谨慎下单
3	小红书	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
3	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
3	拼多多	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
3	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

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

数字零售上榜平台有 27 家：

投诉量 TOP10 依次为：拼多多、淘宝、抖音、京东、闲鱼、小红书、爱回收、快手、有赞、找靓机；

排在第 11-20 名的是：天猫、转转、红布林、途虎养车、唯品会、拍机堂、美团优选、交易猫、店宝宝、苏宁易购；

排在第 21-27 名的是：微拍堂、蝉妈妈、微店、一直娱、孔夫子旧书网、瓜子二手车、微信视频号。

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** 综合电商 社交电商 社区团购 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 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: 2024 6月

1	拼多多	2	淘宝	3	抖音	4	京东
5	闲鱼	6	小红书	7	爱回收	8	快手
9	有赞	10	找靓机	11	天猫	12	转转
13	红布林	14	途虎养车	15	唯品会	16	拍机堂
17	美团优选	18	交易猫	19	店宝宝	20	苏宁易购
21	微拍堂	22	蝉妈妈	23	微店	24	一直娱
25	孔夫子旧书网	26	瓜子二手车	27	微信视频号		

(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，涉及美团优选、转转、找靓机、有赞、快手、抖音、小红书、分期乐、爱回收、拍机堂。

2024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
6月3日	美团优选	购30枚鲜鸡蛋坏一半？ 用户投诉“美团优选”退款遭拒疑强买强卖
6月3日	转转	用户称“转转”电脑频出故障 产品质量令人堪忧
6月5日	找靓机	用户寄回的商品既无维修结果也不返还？ “找靓机”被指欺诈
6月8日	有赞	“有赞”被指商家疑似售卖有害商品 平台无视商家欺诈行为
6月9日	快手	“挂羊头卖狗肉”？ 用户在“快手”下单的商品竟还未生产
6月10日	抖音	用户投诉“抖音”商家虚假宣传 退店无法联系
6月14日	小红书	以次充好？用户投诉“小红书” 商家态度恶劣且平台处理迟缓
6月16日	分期乐	威胁恐吓？用户投诉“分期乐” 平台暴力催收 严重影响生活
6月16日	爱回收	维权无门？用户投诉“爱回收” 手机被拆解还拒回收
6月19日	拍机堂	商品质量堪忧？ 用户投诉“拍机堂”平台拒绝退货 存在诈骗

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

【案例一】购 30 枚鲜鸡蛋坏一半？ 用户投诉“美团优选”退款遭拒疑强买强卖

6月3日，广东省的梁先生向“电诉宝”投诉称其于5月底在美团优选购入一批商品，其中包括鲜鸡蛋一板30枚，发现其中坏掉的鸡蛋居然有15个，磕开两个，发现一个居然是臭的，一个是散黄，即时拿到代收点退货(28个鸡蛋及一个臭鸡蛋壳)。梁先生表示代收点工作人员收货并安排退货事宜，后续美团优选团长以未收到货物为由，拒绝退款，申请两次均拒绝退款。

梁先生称自己申请美团客服介入，客服不能直面问题，要求自己删除退款申请，要求改成非商品质量问题才能退款，被他严词拒绝，这是典型的强买强卖土匪逻辑，建议加强监管处罚，打击不法商家，保护消费者权益。梁先生表示鸡蛋虽小，但美团优选坑蒙拐骗消费者是事实不在少数，产品质量堪忧，消费者投诉无门，特请相关部门介入。谢谢！

接到以上用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台相关人员，但截至发稿前，我们尚未收到来自被投诉平台的任何有关处理回复。

【案例二】用户称“转转”电脑频出故障 产品质量令人堪忧

6月3日，江苏省的李先生向“电诉宝”投诉称，于2024年1月12日在转转平台4000多元买了thinkpad笔记本电脑，正常使用下，在2024年2月24日无法开机，寄回维修后，在2024年6月2日又出现同样的问题，产品质量存在严重问题，反反复复，导致多日无法使用，欺骗消费者。

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，转转方反馈称：您的反馈的问题已受理，我们将在48小时内联系您处理，复杂问题，不排除回复时间延长，但是，也会尽全力第一时间解决，请您保持手机畅通，注意接听010开头的电话，耐心等待回复。

【案例三】用户寄回的商品既无维修结果也不返还？“找靓机”被指欺诈

6月5日，广东省的李先生向“电诉宝”反映称其于2024年4月23日在找靓机二手平台买了一台联想的二手台式机，使用不到一个月时间，在5月18号出现了显示器无法正常显示的问题。李先生联系找靓机平台，因为当初买的时候，显示一年承诺产品质保。

客服让李先生按照他们地址寄回去检测，李先生发了顺丰快递：单号：SF1443156286172，货物于5月26日签收，系统承诺7个工作日处理维修好。后面过了7个工作日，李先生再联系找靓机平台，客服一直推脱不主动告诉维修结果，也不返还李先生购买的商品。李先生认为，这属于欺诈行为，希望还消费者一个公道。

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，找靓机工作人员回复称：您的反馈的问题已受理，我们将在

48小时内联系您处理，复杂问题，不排除回复时间延长，但是，也会尽全力第一时间解决，请您保持手机畅通，注意接听 010 开头的电话，耐心等待回复。

【案例四】“有赞”被指商家疑似售卖有害商品 平台无视商家欺诈行为

6月8日，湖南省刘女士向“电诉宝”投诉称其于5月29日在有赞购买了一批玫瑰花蕾，收到的产品却散发着刺鼻的气味。出于对健康安全的关注，刘女士使用二氧化硫试剂进行了检测，结果显示呈阳性反应，

刘女士联系了商家客服，希望能够得到合理的解释并申请退款退货。然而，客服态度恶劣，坚称自家商品有质量检测报告，但始终未能出示相关证据，回应中充满了不尊重和阴阳怪气的态度，不同意她的退货退款要求。

刘女士向有赞平台投诉发现商家竟然提交了一份与玫瑰花蕾无关的甘草的质量检测报告作为回应，这种张冠李戴、指鹿为马的行为有赞平台对此视而不见，没有采取任何有效的措施来解决问题，让商家继续为所欲为。刘女士的诉求是商家立即退货退款并承担退货运费。

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，“有赞”平台回复称：您好，核实到您投诉订单相关问题，是由商家提供售后服务，为了有效的解决您的问题建议您联系商家处理，感谢您的理解！

【案例五】“挂羊头卖狗肉”？用户在“快手”下单的商品竟还未生产

6月9日，吉林省代女士向“电诉宝”投诉称，其于2024年5月18日在快手电商平台购买了白色乐福鞋，收到货后发现与商家链接中的鞋完全不一样，联系商家，商家回复说链接中的那款还没生产呢。代女士认为，根据《侵害消费者权益行为处罚办法》第六条，商家的行为属于欺诈消费者，快手平台对于商家的审核不过关，还没生产怎么就上链接了？

代女士找到快手平台进行处理后无果，又找了别的投诉平台，勉强赔偿订单金额的百分之三十。代女士要求根据《中华人民共和国消费者权益保护法》第五十五条进行赔偿。

接到以上用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台相关人员，但截至发稿前，我们尚未收到来自被投诉平台的任何有关处理回复。

【案例六】用户投诉“抖音”商家虚假宣传 退店无法联系

6月10日，安徽省的黄先生向“电诉宝”投诉称其于2023年11月21日，在抖音平台直播间买监控，商家说流量终生免费，用了三个月后商家流量不送了。黄先生表示打电话给商家说系统自动充，后来发信息还是那句话。

黄先生称自己充五元三个月也不贵，过了半年黄先生打电话给商家无法接通，在抖音发系统提示商家退店了。黄先生的诉求是希望尽快处理。

接到以上用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台相关人员，但截至发稿前，我们尚未收到来自被投诉平台的任何有关处理回复。

【案例七】以次充好？用户投诉“小红书”商家态度恶劣且平台处理迟缓

6月14日，山东省王女士向电诉宝投诉称其于2024年6月5日，在小红书电商平台（店铺名：淑玉坊的店）购买和田玉戒圈，寄来时出现多处裂纹问题，并且在售前并没有告知，商家以次充好，并故意隐藏瑕疵。王女士认为侵犯了消费者权益知情权，公平交易权，并且商家应有瑕疵担保义务。

王女士的诉求是，全额退款并且由商家承担全部运输费用。王女士表示在跟商家沟通的过程中，她有完整开箱视频作为凭证，但是商家态度恶劣，对消费者有辱骂行为，颠倒黑白。小红书平台判商家胜，后来商家又开始敲竹杠，要求她少退钱，性质恶劣！

接到该用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台，但截至发稿前，我们尚未收到来自被投诉平台的任何有关处理回复。

【案例八】威胁恐吓？用户投诉“分期乐”平台暴力催收严重影响生活

6月16日，江苏省瞿先生向“电诉宝”投诉称其由于近期失业以及身体状况需要接受手术治疗，他暂时无法找到新的工作机会，这使得他债务问题爆发。瞿先生表示，尽管他一直与分期乐平台保持沟通，解释自己的困境，但分期乐的催收团队却采取了极端手段，不仅频繁地向他的通讯录好友及家人发送骚扰电话和短信，甚至寄送了律师函进行恐吓。

瞿先生表示，这种长期性的电话、短信骚扰以及违规恐吓催收行为对他的精神造成了极大的创伤，给他的心灵带来了毁灭性的打击。他强烈要求分期乐平台立即停止对他的家人进行任何形式的骚扰，并希望相关部门能够对分期乐及其第三方催收机构进行处罚，以维护消费者的合法权益。瞿先生还表示，他愿意承担自己的债务责任，并希望能够得到一定的宽限期。

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，但截至发稿前，我们尚未收到来自被投诉平台的任何有关处理回复。

【案例九】商品质量堪忧？用户投诉“拍机堂”平台拒绝退货 存在诈骗

6月19日，广东省的陈先生向“电诉宝”投诉称其于2024年6月10号在拍机堂买的15promax手机，信息显示只是换过后壳，结果陈先生发现屏幕维修过，于是申请退货。陈先生称，就是因为视频中有几秒没显示手机全部，只是在尾部一点点出了视频范围，拍机堂以此为由拒绝退货。陈先生表示，这个手机有严重维修，平台知情故意不让退货。陈先生认为平台存在诈骗行为，很恶劣，无法理解，而且平台所说签约合作商，陈先生也并不知道。

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，但截至发稿前尚未收到被投诉平台的任何有关处理回复。

【案例十】维权无门？用户投诉“爱回收”手机被拆解还拒回收

6月16日，新疆维吾尔自治区的张先生向“电诉宝”投诉称于2024年5月7日在京东平台下订单购买两部手机同时回收两部苹果14pm手机，回收后于月底5月27日对平台进行投诉，之后京东平台告知手机被拆解过，在手机发出大概有20天左右，爱回收平台未与我联系过，投诉后，平台对张先生联系称，手机开启防丢失功能不予回收。

张先生称平台以下单时说有需要会进行拆解，以此为理由不予承担责任，但是现在不予回收的理由是功能性问题，双方发生纠纷，现手机已寄回，手机属于无法开机状态，有拆解的痕迹。投诉平台，平台态度恶劣，只愿意赔偿200元解决问题。目前一直属于投诉状态。

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，但截至发稿前尚未收到被投诉平台的任何有关处理回复。

（二）数字生活数据与十大典型案例

数字生活消费评级榜：

在2024年618期间全国数字生活评级榜中：获“谨慎下单”评级的有：智行、美团；获“不建议下单”的有：飞猪；获“建议下单”的有：去哪儿、BOSS

直聘；获“不予评级”的有：大麦网。

2024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	去哪儿	93.75%	0.973	0.000	0.792	建议下单
2	BOSS直聘	100.00%	0.900	0.000	0.770	建议下单
3	智行	100.00%	0.833	0.000	0.750	谨慎下单
4	美团	81.82%	0.600	0.000	0.589	谨慎下单
5	飞猪	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
5	大麦网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

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：哪儿、飞猪、美团、BOSS 直聘、大麦网、智行、啄木鸟维修、联联周边游、鲁班到家、饿了么；

排在第 11-18 名的是：走着瞧旅行、万师傅、58 同城、同程旅行、有票网、票牛、大河票务网、高德。



营造公平环境 激发消费活力

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
共享经济

筛选: 2024 6月

1 去哪儿	2 飞猪	3 美团	4 BOSS直聘
5 大麦网	6 智行	7 啄木鸟维修	8 联想周边游
9 鲁班到家	10 饿了么	11 走着瞧旅行	12 万师傅
13 58同城	14 同程旅行	15 有票网	16 票牛
17 大河票务网	18 高德		

(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，涉及美团民宿、Boss直聘、去哪儿、高德打车、啄木鸟家庭维修、飞猪、万师傅、智行火车票、走着瞧旅行、大河票务网。

2024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
6月1日	美团民宿	房客反映在“美团民宿”订房被中介“截胡” 房东私自取消订单惹争议
6月3日	Boss直聘	用户投诉首日注册被“Boss直聘”封禁 维权艰难
6月9日	去哪儿	用户投诉“去哪儿”取消订单遇阻 质疑“半小时取消”霸王条款
6月15日	高德打车	霸王判定？“高德打车”乘客取消订单 司机未接到乘客遭罚款
6月12日	啄木鸟家庭维修	用户投诉“啄木鸟家庭维修”售后45天即失效 保障权益何在？
6月18日	飞猪	用户投诉称在“飞猪”下错订单难退款 质疑页面误导消费者
6月22日	万师傅	“万师傅”被指双向收费 对安装师傅资质存疑
6月26日	智行火车票	用户投诉称“智行火车票”遇VIP抢票扣款问题 客服不响应
6月28日	走着瞧旅行	退款扣除60%手续费？用户投诉“走着瞧旅行”退款政策不合理
6月29日	大河票务网	“大河票务网”被指退款拖延 承诺后依旧未履行

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

【案例一】房客反映在“美团民宿”订房被中介“截胡” 房东私自取消订单惹争议

6月1日，消费者郝先生向“电诉宝”投诉称其于2024年5月27日在美团app定了一晚民宿，价格257.06元，入住日期是6月8号，但是在5月31日晚上，房东打电话联系自己，以及在团app私聊，说房子被中介给出租了出去，还私自把订单进行取消，让自己无法入住，郝先生现在的诉求是商家和美团退一赔三。

郝先生表示，按照《消费者权益保护法》第五十五条规定，经营者提供商品或者服务有欺诈行为的，应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失，增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的三倍；增加赔偿的金额不足五百元的，为五百元。法律另有规定的，依照其规定。

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，截至发稿前尚未收到该平台工作人员的回复。

【案例二】用户投诉首日注册被“Boss 直聘”封禁 维权艰难

6月3日，福建省的胡先生向“电诉宝”投诉称其在2024年6月2号新注册一家个体工商户，随后晚上在boss直聘发布了职位信息，没有添加任何求职者微信、没有在boss直聘平台讲过需要求职者提供资金，没有讲过需要求职者自己承担风险，甚至没有邀约过面试，也没有发生面试申请，但是在2024年6月3号下午被boss直聘平台直接封禁，给出的理由是在和求职者聊天的时候说过需要求职者承担风险、需要求职者自己付钱等等的话语。

胡先生表示也已经和boss直聘客服说了这是才开启一天，但是客服不理睬，而且之前自己在一家公司做股东，然后之前的公司被封禁，之后注册了一家个体工商户，但是两家公司被封禁，客服给出的理由居然一致，没有任何改变。

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。但截至发稿前，我们尚未收到来自被投诉平台的任何有关反馈。

【案例三】用户投诉“去哪儿”取消订单遇阻 质疑“半小时取消”霸王条款

6月9日，江苏省的陆先生向“电诉宝”投诉称其于2024年6月7日在去哪儿网预订了位于安吉的晓泉民宿，计划于6月9日入住。然而，由于天气预报显示当天将下雨降温，并且考虑到他的孩子之前一直有轻微的咳嗽，陆先生决定取消原计划的漂流活动，并随后试图取消酒店订单。

在尝试取消订单时，陆先生发现去哪儿网平台设置了规定，即订单在确认后的半小时内可以取消，超过这个时间则无法取消。他尝试与去哪儿网的客服以及酒店方进行沟通，希望能取消订单并获得退款，但均未得到满意的答复。

陆先生认为，根据《中华人民共和国消费者权益保护法》的相关规定，如果经营者未按约定提供商品或服务，消费者有权要求退还预付款余额，并要求依法赔偿损失。他认为去哪儿网平台设置的“半小时内可取消”的规则属于“霸王条款”，且酒店商家拒绝取消订单的做法也不合理。陆先生的诉求是取消未入住的酒店订单，并获得正常的退款。

接到用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台，但截至发稿前，我们尚未收到来自被投诉平台的任何有关处理回复。

【案例四】霸王判定？“高德打车”乘客取消订单 司机未接到乘客遭罚款

6月15日，陕西省的王先生向“电诉宝”投诉称其作为网约车司机，在2024年6月11日接到一笔订单，在前往接载乘客的途中，乘客却取消了订单。然而高德平台在后续处理中判定王先生为有责方，理由是他未接乘客。王先生表示是乘客主动取消了订单，于是向平台提出了申诉，但他的申诉并未得到平台的认可，平台维持了原有的判定，并对王先生处以10元的罚款和24小时的停运处罚。

王先生认为这样的处罚措施和判定标准存在严重的不合理性和不公平性，为“霸王条款”。他质疑高德平台是否有权对司机进行罚款，以及这种罚款行为是否合法合规。

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，但截至发稿前，我们尚未收到来自被投诉平台的任何有关处理回复。

【案例五】用户投诉“啄木鸟家庭维修”售后45天即失效 保障权益何在？

6月12日，广西壮族自治区的林先生向“电诉宝”投诉称其于2024年4月27日在啄木鸟家庭维修购买龙头安装、维修服务，时间仅仅过去45天，原维修部件再次出现漏水问题，平台以超过保修时间为由拒绝提供售后服务，该平台售后时间过短，侵害了我的服务售后保障权益。

林先生述求是：在原有维修部件重新修整，消除隐患，解决问题，如再次维修仍存在短期内反复出现相同故障，则认定该平台维修能力较低，不足以完成维修任务，应退回维修费用。如果平台选择不再解决该问题应退回维修费用。

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。但截至发稿前，尚未收到啄木鸟家庭维修的工作人员回复。

【案例六】用户投诉称在“飞猪”下错订单难退款 质疑页面误导消费者

6月18日，河南省的赵女士向“电诉宝”投诉称其在六月十一号晚上在淘宝上下了一单名为飞猪度假官方海外旗舰店的冲绳美丽海水族馆三张票，用支付宝花呗付的款，一共801块钱，下错了，希望商家退下款，联系客服说不退，赵女士说是下错了，希望平台退下款，飞猪客服一直说已出票不能退款。

赵女士表示不能退款为什么页面上还着申请退款，这不是欺负消费者吗？飞猪度假官方海外旗舰店没有任何人出面调解这问题。

接到以上用户投诉后，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，但截至发稿前，尚未收到相关平台工作人员的反馈。

【案例七】“万师傅”被指双向收费 对安装师傅资质存疑

6月22日，湖南省的莫女士向“电诉宝”投诉称其买了台净水器，自己安装好之后，发现水质有问题，不知道哪里出错，于是在万师傅平台花100找师傅进行查看哪里安装出了问题，并提示师傅带水质检测笔。莫女士表示师傅上门时没有带净水器检测笔，也没有拆开机器检查，就简单把纯水与净水的的水管进行了简单调换。莫女士发现水质问题仍没有得到解决。

莫女士后来在网上买了滤芯，自己拆开机器后，才知道自己当初的ro膜滤芯装反。莫女士装好后净水问题还是没有得到解决，也不知道有没有其他地方安装错误师傅。再次电话联系师傅，师傅要自己重新再换台净水器回来。莫女士认为万师傅平台双向收取客户与师傅服务费，没有做到监管的服务，对安装师傅资质也没有审核，这是对客户极度的不负责的行为。

接到以上用户投诉后，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，但截至发稿前，我们尚未收到来自被投诉平台的任何有关处理回复。

【案例八】用户投诉称“智行火车票”遇VIP抢票扣款问题 客服不响应

6月26日，海南省的石先生向“电诉宝”投诉称其于在2024年6月25日在智行火车票平台使用抢票服务，中断抢票后出现一笔购买vip抢票的支付扣款，这

侵害石先生的消费者权益，在不知情的情况下侵害消费者知情权（并且智行火车票中根本无法查询该订单，如果不及时查看支付记录根本无法发现）。

石先生表示在智行火车票 app 里找不到人工客服的选项，无法人工服务，在支付宝平台投诉无果，智行火车票使用冷处理的方法导致扣款无法追回，石先生的诉求是智行火车票 app 退还给我 36 元。

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，智行的工作人员向“电诉宝”发来反馈称：您好，关于您反馈的订单事宜，我们已为您协调沟通处理退款事宜，感谢您对我们工作的理解和支持。祝您生活愉快！

【案例九】退款扣除 60% 手续费？ 用户投诉“走着瞧旅行”退款政策不合理

6 月 28 日，海南省的黄先生向“电诉宝”投诉称 2021 年 10 月 28 日 22 点 16 分通过微信平台购买了走着瞧旅行社的八张海岛游旅行卡，并支付了 5992 元。作为老客户，李先生享受了 400 元的优惠，实际支付金额为 5592 元。然而，由于疫情的影响，李先生一直未能出行使用这些旅行卡。

黄先生表示自己找他们退款，他们客服说可以延长卡片使用期限为永久，就暂时没退。22 年初黄先生搬家到海口，就不再需要他们的旅行服务。今天申请退款，客服回复说需要扣除 60% 的费用才能退款。黄先生并未使用走着瞧的旅游卡，也未确定具体出行日期，更未通过旅行社预订机票酒店等服务，对旅行社未产生实质性成本，收取如此高的违约金非常不合理。黄先生请求电诉宝帮忙跟进，帮他追回退款。

接到以上用户投诉后，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，但截至发稿前，我们尚未收到来自被投诉平台的任何有关处理回复。

【案例十】“大河票务网”被指退款拖延 承诺后依旧未履行

6 月 29 日，北京市的白女士向“电诉宝”投诉称其于 2024 年 4 月 26 日于大河票务网公众号里 APP 预订了一张北京国家体育场-鸟巢站。订单编号:DHP26908111444900 5 月 4 日周六的凤凰传奇演唱会门票，票价为 480 元 II

看台，4月26日上午8点和朋友一起下了单，4月30号收到短信说无票已售空，只好申请退款，平台承诺30个工作日内退款，至今2个月过去了，联系在线客服，客服承诺6月25号给退，直至6月26号拨打电话400客服，改到7月15号给退。

白女士表示客服一直找理由拖延不予退款，希望尽快退款！让白女士生气的事，和她同一天买票的朋友昨天已收到退款，她比自己晚半天支付的，先给她退了，自己为什么没不退？白女士希望赶快给她原路退款到位，太让她失望了。

接到以上用户投诉后，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，但截至发稿前，我们尚未收到来自被投诉平台的任何有关处理回复。

（三）数字教育数据与十大典型案例

数字教育消费评级榜：

在2024年618期间全国数字教育评级榜中：获“不予评级”的有潭州教育。

2024年5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	潭州教育	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		

数字教育上榜平台有18家：

投诉量TOP10依次为：一只船教育、中公教育、帮考网、对啊网、尚德机构、

学慧网、网易云课堂、赛优教育、VIPKID、兴为教育；

排在第 11-18 名的是：平安好学、小叶子陪练、常青藤爸爸、大鹏教育、恒企教育、潭州教育、聚师网、嗨学网。



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案例投诉案例，涉及尚德机构、一只船教育、VIPKID、中公教育、帮考网、对啊网、网易云课堂、兴为教育、小叶子智能陪练、潭州教育。

2024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4日	尚德机构	课程退款无门 “尚德机构” 疑涉霸王条款与虚假宣传
6月11日	一只船教育	购买后未使用 用户投诉 “一只船教育” 售后客服失联
6月13日	VIPKID	用户投诉 “VIPKID” 服务差 申请退款遭拖延
6月14日	中公教育	“中公教育” 被指退款难 武汉分公司收取培训费后 承诺退款却成空谈
6月15日	帮考网	疑陷 “试听陷阱”？用户投诉 “帮考网” 课程退费难 回复：在协商处理中
6月21日	对啊网	课程复杂难学？ 用户投诉 “对啊网” 诱导报名 要求退费遭拒
6月21日	网易云课堂	“网易云课堂” 涉嫌欺诈 0基础学员被误导
6月26日	兴为教育	“兴为教育” 被指倒闭 承诺专升本三年无果
6月29日	小叶子智能陪练	用户投诉 “小叶子智能陪练” 退款需扣除25%违约金 疑涉霸王条款
6月30日	潭州教育	“潭州教育” 被指疑诱导贷款买课 信息泄露再遭诈骗

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

【案例一】课程退款无门 “尚德机构” 疑涉霸王条款与虚假宣传

6月4日，北京市的郑女士向“电诉宝”投诉称其于21年在尚德机构报了4000多元的本科课程，23年1月被原班主任诱导花6000本科直通研究生课程，承诺本科没考完可以冻结研究生的课，考完本科再解冻，以及承诺去云南旅游等福利。郑女士表示之后和新班主任沟通得知本科和研究生是一个订单不能冻结，导致自己的服务期是到24年10月结束无法看课。

郑女士认为尚德机构涉嫌霸王条款，不开发票，虚假宣传，欺骗消费者，不告知协议内容等违法行为。研究生的课未开课，23年12月申请售后联系沟通不给退费，服务协议条款当时没有告知我，疑似霸王条款，涉及虚假宣传，目的是盈利获利，最后给出看重播课方案，没办法只得勉强接受。

郑女士表示24年6月反应过来24年和25年考研内容不同，她已和该机构售后服务人员沟通，24年她听过10节课可扣款，申请售后退款，协商无果，不予解决。郑女士要求该机构立即退还课程费用6000元，如本次协商未果，她将联合其他学员继续维权，必要情况会采取法律诉讼。

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，但截至发稿前，我们尚未收到来自被投诉平台的任何有关处理回复。

【案例二】购买后未使用 用户投诉“一只船教育”售后客服失联

6月11日，山东省冷女士向“电诉宝”投诉称其于2021年1月11日，于15:38分通过支付宝花呗支付了6980元，用于购买一只船教育的网课。

冷女士表示自从购买之后，她既未参与过任何课程，也未进行过相关考试。现在，冷女士希望能退还这笔费用，但一只船的老师并未回复她的信息。

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。但截至发稿前，尚未收到一只船教育工作人员回复。

【案例三】用户投诉“VIPKID”服务差 申请退款遭拖延

6月13日，于女士向“电诉宝”投诉称其于2024年1月31日通过微信购买了vipkid的一对一口语课，共支出12244.10元，购买72节外教课。于女士表示共上课10次后，由于班主任老师对课程服务不关心，而是发送大量广告，服务体验差、上课效果不好。于女士于4月3日提出退费，要求退回剩余62节课的费用（约10543元），客服同意，并让于女士联系班主任老师，班主任4.8说已经发起退费流程，要30个工作日左右，直到6月4日，仍没有任何进展，联系客服和班主任，仅回复好的，仍没有任何进展。

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。但截至发稿前，尚未收到一只船教育工作人员回复。

【案例四】“中公教育”被指退款难 武汉分公司收取培训费后 承诺退款却成空谈

6月14日，湖北省的关女士向“电诉宝”投诉称其于2024年1月29日向北京中公教育科技有限公司武汉分公司支付培训费14300元，当时签订的协议是笔试或者面试不过退10500元。

关女士申请退费时，推诿至总部，即北京中公教育科技有限公司，一直联系未果，至今一分钱未退。北京中公教育宜昌分公司的售后老师开始不回复任何消息，且关女士付钱以后也不开发票，钱是转给武汉分公司。推诿，一副死猪不怕开水烫的样子。期间，明明协议版有线下课程，被临时告知上不了，后期退费完全毫无希望！

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。但截至发稿前，尚未收到一只船教育工作人员回复。

【案例五】疑陷“试听陷阱”？用户投诉“帮考网”课程退费难 回复：在协商处理中

6月15日，新疆维吾尔自治区的王女士向“电诉宝”投诉称其于2020年7月30日，通过帮考网电销购买了注会课程，因为之前报过别的班，没考过回复押题失误。王女士表示这次不想报名，但客服说班型不一样，且有限时优惠（12680元，其实价格一直一样）。王女士表示帮考网客服称可以先占名额，试听一下，如果不行再退课，但是并未强调试听时长。

王女士称因为有试听，交钱签协议她并没有仔细看签署协议内容，后期联系客服以已经过了试用时长为由拒绝退费，要求学够时长并且参加考试未通过，才能退费，经多次投诉协商，帮考网说客服没有强调试听时长为什么王女士不与他们确定？为什么王女士在电销时不大脑清楚理智不仔细读协议？

对此王女士非常气愤，她表示难道我国被电信诈骗的老百姓，去公安机关报案，都要被说为什么大脑不清楚，电话里要根据别人单位提示操作？活该？多次投诉无果，浪费王女士几年时间，现要求退费！

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，平台反馈称：收到用户投诉后，我们非常重视，第一时间与用户取得联系，并积极协商处理方案，目前还在协商处理中，有结果将第一时间回复。

【案例六】课程复杂难学？用户投诉“对啊网”诱导报名 要求退费遭拒

6月21日，河南省的杨女士向“电诉宝”投诉称其于2018年通过微信结识了一位对啊网的老师，该老师强烈推荐她报考自考大专课程，并强调该流程简易。在老师不断的推销和限时优惠的催促下，杨女士最终决定报名。面对资金压力，老师提出了在淘宝店铺分期支付且无利息的建议，杨女士便支付了全额学费。

然而，在实际学习过程中，杨女士发现课程内容远比试听时复杂得多。除了选择题，还包括大量的问答题、论述题，并且需要背诵多达20课的课文以及翻译文言文。对于杨女士这位既要工作又要照顾孩子的宝妈来说，无疑是项艰巨的挑战。尽管如此，她还是在一年的时间内努力学习了两门课程。

由于工作繁忙，杨女士难以继续投入足够的时间进行学习。更让她担忧的是，她发现录播课程的有效期只有两年，并且过期后将无法继续观看。于是，她联系了对啊网的客服，希望能退回部分学费，即便自己愿意承担部分损失，也希望能至少退回80%的费用。然而，客服却坚持建议她继续学习，并未同意她的退费请求。

接到以上用户投诉后，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，但截至发稿前，我们尚未收到来自被投诉平台的任何有关处理回复。

【案例七】“网易云课堂”涉嫌欺诈 0基础学员被误导

6月21日，河北省的陈女士向“电诉宝”投诉称其于2022年3月23日，被网易云网络销售，欺骗，他们声称0基础入学，有专业老师教学，有带班老师解疑答惑，督促督导学习，并且称2年没考过就退学费，并没有出具发票，正规票据，一直两年无人问津。然后告知打包课程，对0基础学员，没有任何理睬。删除，退群，不教，直接强至行的发布课程。

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，平台反馈称：尊敬的用户您好，关于您反馈的问题已有安排我司售后专员致电联系您为您处理，还请您以专员的回复为准即可，感谢您的支持，祝您

学业有成，生活愉快~

【案例八】“兴为教育”被指倒闭 承诺专升本三年无果

6月21日，青海省的谢先生向“电诉宝”投诉称其于2021年11月购买了兴为教育提供的专升本课程，并支付了相应的费用。当时，兴为教育承诺在三年后为其颁发毕业证书。然而，时至今日，谢先生并未收到所承诺的毕业证书，而且最近发现兴为教育已经倒闭。谢先生望平台给予帮助。

接到以上用户投诉后，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，但截至发稿前，我们尚未收到来自被投诉平台的任何有关处理回复。

【案例九】用户投诉“小叶子智能陪练”退款需扣除25%违约金 疑涉霸王条款

6月29日，河南省的丁女士向“电诉宝”投诉称其于2023年8月6日购买小叶子智能陪练，3000块钱4年，到今天差不多一年时间，因孩子不喜欢，需要退费，小叶子客服打来电话告知，计算退费金额是几百块钱，还说要扣除百分之25的违约金，丁女士想问问合理吗？

丁女士表示另外客服还吓唬自己说，如果不同意，就不退费，一直到丁女士同意的那天给她重新计算退费。有这么霸王的商家吗？丁女士想说什么违约金她压根不知道，商家强硬说当初发给自己了，一切都是商家说了算对不对，违约金是商家制定的，有法律效益吗？这样欺诈消费者你们不管管吗？

接到以上用户投诉后，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，但截至发稿前，我们尚未收到来自被投诉平台的任何有关处理回复。

【案例十】“潭州教育”被指疑诱导贷款买课 信息泄露再遭诈骗

6月30日，云南省的邢女士向“电诉宝”投诉称其于2021年因广告宣传课程，诱导邢女士签订贷款买网课学习原画。在花言巧语下签订了分期乐，还要求邢女士修改真实职业和年龄，发现课程与宣传不符，不是直播而是录播，并且课程内容还是从网上扒下来的，要求退费。邢女士联系官方客服，却让邢女士再交一次钱。投诉报警也没用 2024年又把邢女士信息透漏给电诈平台，利用快递打着

12315 的旗号，说可以退费让邢女士加 q，还想再骗一次。邢女士网络搜索发现不止她一个人被骗，希望能得到赔偿或者退款。

接到以上用户投诉后，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，但截至发稿前，我们尚未收到来自被投诉平台的任何有关处理回复。

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）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* <input type="text" value="姓名"/>	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。

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弊物流信息考核，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弊物流信息考核，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 17 年历史，旗下运营：网经社(数字经济新媒体)、网经社电子商务研究中心(智库)、“电数宝”(大数据)、“投融资中心”(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“网经社投融资中心”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《2024 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：2024年7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)

电诉宝 (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)

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)

