

# 2024年10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：2024年11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.....	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

10月8日，文旅部发布2024年国庆节假期国内文旅市场消费数据。经文旅部数据中心测算，国庆节假日7天，全国国内出游7.65亿人次，按可比口径同比增长5.9%，较2019年同期增长10.2%。火热的背后，旅游消费纠纷也不可避免，：退款问题、霸王条款、售后服务、网络欺诈、订单问题等显著。

此外，从预售期的提前到各类优惠政策的推出，淘天、京东、拼多多、抖音电商等各大电商平台已打响争夺战。

在此背景下，2024年11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）2024年10月受理的全国93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10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**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10月网络消费投诉数据及《2024年10月数字零售十大典型投诉案例》《2024年10月数字生活十大典型投诉案例》和《2024年10月数字教育十大典型投诉案例》。

在报告公布的《2024年10月全国网络消费评级榜》中：

获“**建议下单**”的有：抖音、美团等2家；

获“**谨慎下单**”评级的有：去哪儿、智行、万师傅等4家；

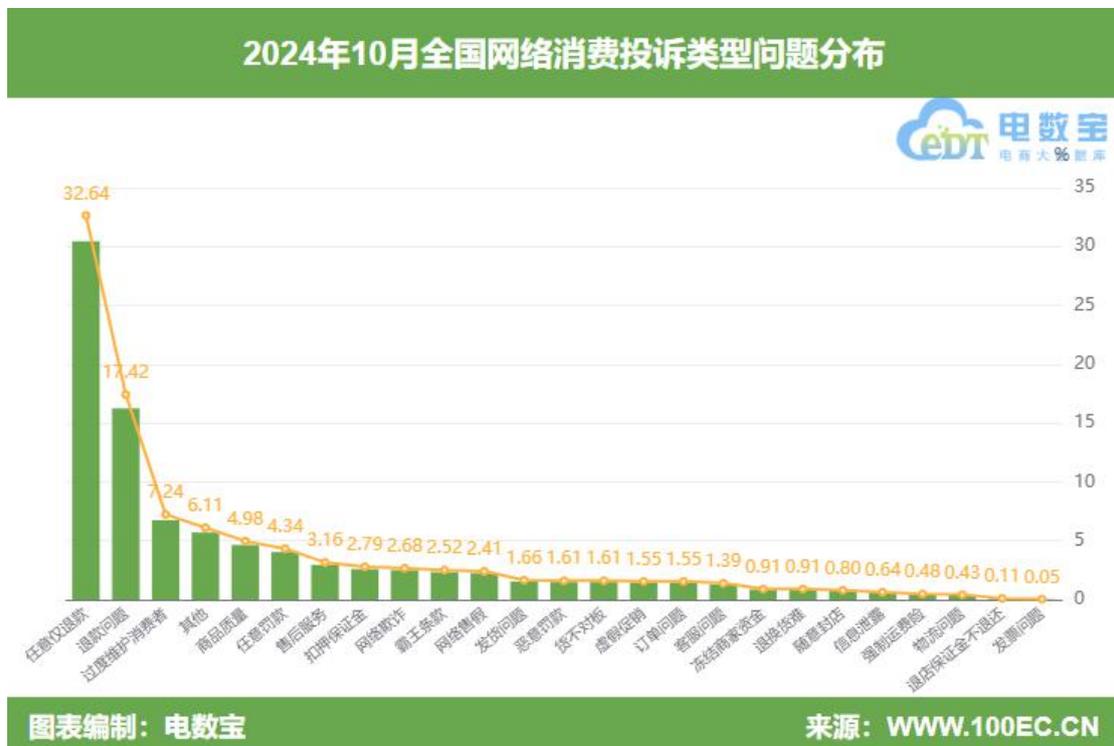
获“**不建议下单**”评级的有：飞猪、小红书、分期乐等4家；

获“**不予评级**”的有：大麦网、淘宝、1688、天猫、闲鱼、快手、阿里巴巴、微信、微信小程序购物平台、微信视频号等10家。

## 二、整体数据

### （一）投诉问题类型分布

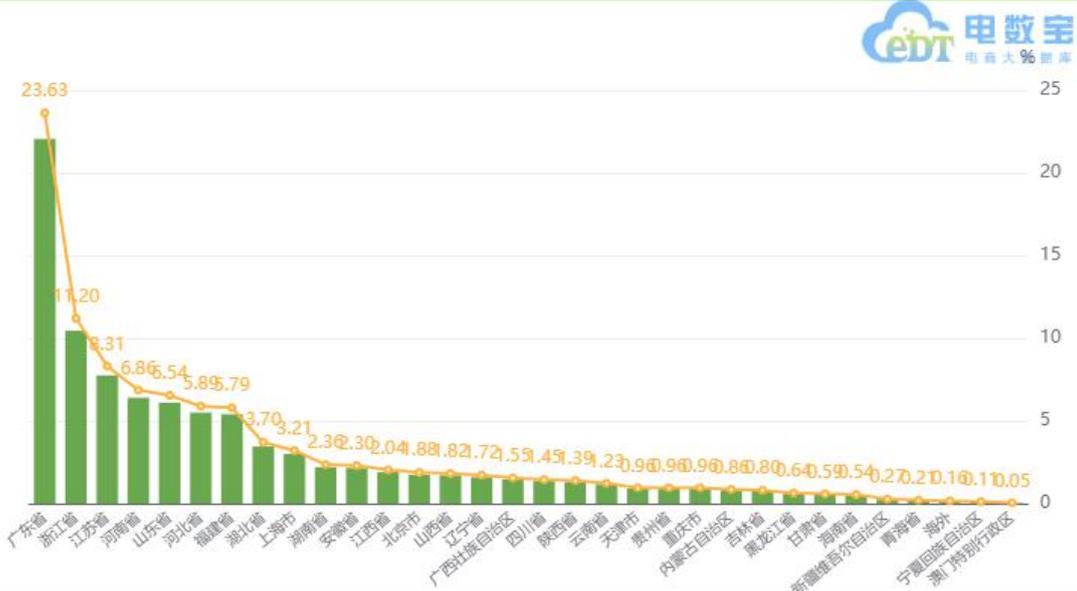
据“电诉宝”显示，2024年10月全国网络消费投诉问题类型TOP10中，任意退款问题占比高达32.64%，其余问题类型依次为：退款问题17.42%、过度维护消费者（7.23%）、商品质量（4.98%）、任意罚款（4.34%）、售后服务（3.16%）、扣押保证金（2.79%）、网络欺诈（2.68%）、霸王条款（2.52%）、网络售假（2.41%）、网络欺诈（2.68%）、霸王条款（2.52%）、网络售假（2.41%）。



### （二）投诉地区分布

10月“电诉宝”受理投诉用户聚集地区TOP10依次为广东省（23.63%）、浙江省（11.20%）、江苏省（8.31%）、河南省（6.86%）、山东省（6.54%）、河北省（5.89%）、福建省（5.79%）、湖北省（3.70%）、上海市（3.21%）、湖南省（2.36%）。

### 2024年10月全国网络消费投诉地区分布



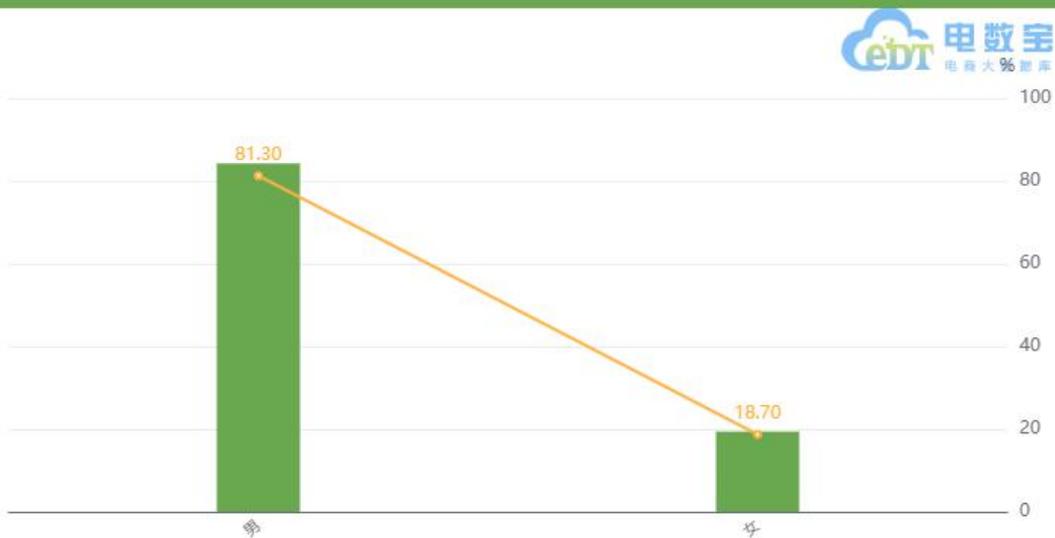
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

### (三) 投诉用户性别分布

据“电诉宝”显示，10月男性用户投诉比例为81.30%，女性用户投诉比例为18.70%。

### 2024年10月全国网络消费投诉性别分布

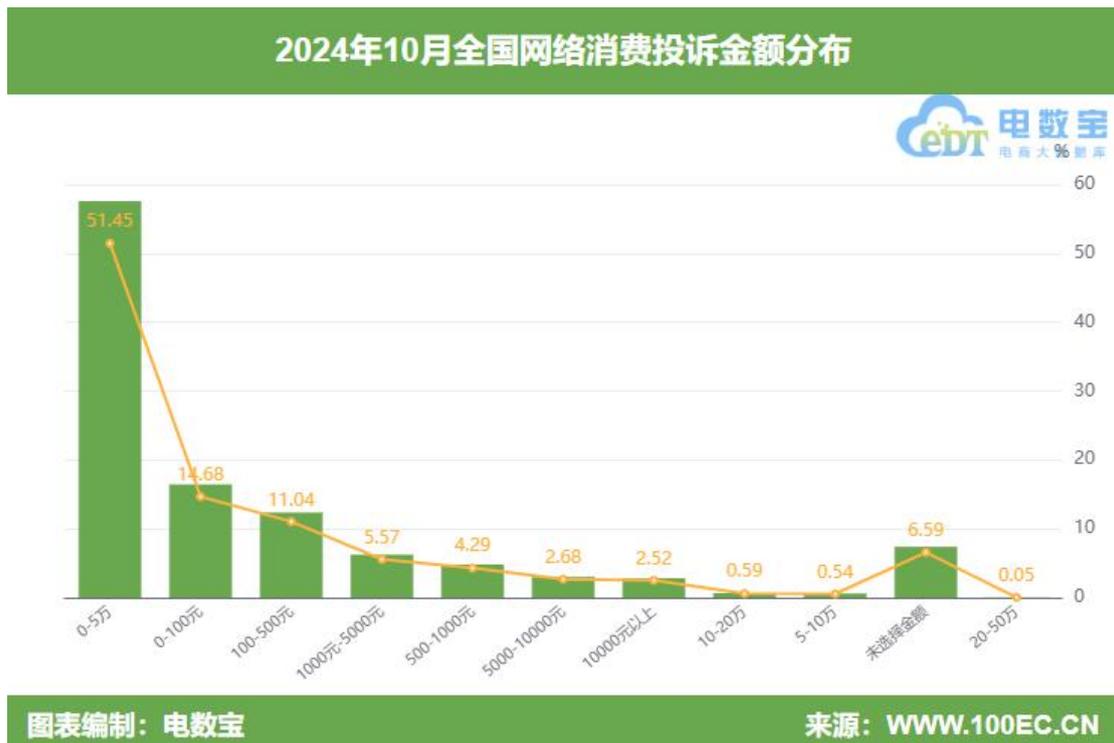


图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

#### （四）投诉金额区间分布

据“电诉宝”显示，10月投诉金额分布主要集中在0-5万（51.45%）、0-100元（14.68%）、100-500元（11.04%）、1000元-5000元（5.57%）、500-1000元（4.29%）、5000-10000元（2.68%）、10000元以上（2.52%）、10-20万（0.59%）、5-10万（0.54%）、20-50万（0.05%）。



### 三、评级数据与典型案例

在报告公布的《2024年10月全国网络消费评级榜》中：

获“建议下单”的有：抖音、美团等2家；

获“谨慎下单”评级的有：去哪儿、智行、万师傅等4家；

获“不建议下单”评级的有：飞猪、小红书、分期乐等4家；

获“不予评级”的有：大麦网、淘宝、1688、天猫、闲鱼、快手、阿里巴巴、微信、微信小程序购物平台、微信视频号等10家。

## 2024年10月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	抖音	95.18%	0.888	2.387	0.810	建议下单
2	美团	95.24%	0.914	0.000	0.750	建议下单
3	去哪儿	100.00%	0.800	0.000	0.740	谨慎下单
4	智行	100.00%	0.650	0.000	0.695	谨慎下单
5	万师傅	80.00%	0.660	0.000	0.598	谨慎下单
6	京东	60.71%	0.579	2.000	0.537	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	1688	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	天猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
7	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
7	快手	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
7	阿里巴巴	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
7	微信	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
7	微信小程序购...	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
7	微信视频号	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2024年10月全国数字零售评级榜中：获“建议下单”评级的有：抖音等1家；获“谨慎下单”评级的有1家；获“不建议下单”的有：小红书等2家；获“不予评级”的有：淘宝、天猫、闲鱼、快手、阿里巴巴、微信视频号等6家。

2024年10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	抖音	95.18%	0.888	2.387	0.810	建议下单
2	京东	60.71%	0.579	2.000	0.537	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	天猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
3	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
3	快手	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
3	阿里巴巴	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
3	微信视频号	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 34 家：

投诉量 TOP10 依次为：拼多多、淘宝、抖音、京东、快手、闲鱼、小红书、天猫、微信视频号、阿里巴巴；

排在第 11-20 名的是：转转、爱回收、有赞、二三良作、拍机堂、途虎养车、苏宁易购、微店、万表网、抖店；

排在第 21-34 名的是：找靓机、唯品会、当当、微拍堂、多多买菜、美团优选、蜂享家、网易、95 分球鞋交易平台、孔夫子旧书网、叮咚买菜、淘粉吧、交易猫、绿森商城。



# 电诉宝

网络消费纠纷调解平台

国内首份《电商平台“仅退款”调查报告》

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	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 ▼ 10月 ▼

1	拼多多	2	淘宝	3	抖音	4	京东
5	快手	6	闲鱼	7	小红书	8	天猫
9	微信视频号	10	阿里巴巴	11	转转	12	爱回收
13	有赞	14	二三良作	15	拍机堂	16	途虎养车
17	苏宁易购	18	微店	19	万表网	20	抖店
21	找靓机	22	唯品会	23	当当	24	微拍堂
25	多多买菜	26	美团优选	27	蜂享家	28	网易
29	95分球鞋交易平台	30	孔夫子旧书网	31	叮咚买菜	32	淘粉吧
33	交易猫	34	绿森商城				

(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投诉案例，涉及闲鱼、拍机堂、别样海外购、美国妈妈、返利网、蘑菇街、爱回收、1688、快手、分期乐。

## 2024年10月数字零售十大典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
10月10日	闲鱼	强买强卖？“闲鱼”被指购买二手电脑价超评估850% 退款遭拒
10月11日	拍机堂	用户投诉“拍机堂”售机弯曲断裂 退货遭拒称非问题
10月14日	别样海外购	“别样海外购”被指商品与描述不符 误差超5厘米 退款遭拒
10月15日	美国妈妈	“美国妈妈”被指售后缺失 退货退款遭遇困境
10月15日	返利网	虚假宣传？用户投诉“返利网”平台购买商品无法返利 没有合理解释
10月17日	蘑菇街	用户投诉“蘑菇街”发续费诈骗短信 平台否认相关业务
10月18日	爱回收	两个月不到电脑卡顿严重？用户质疑“爱回收”质检报告存疑
10月18日	1688	用户投诉“1688”平台擅自“仅退款” 商家遭遇钱货两空困境
10月29日	快手	口头告知新品？用户投诉“快手”平台所买果泥与描述不符 误导消费者
10月31日	分期乐	骚扰用户通讯录？用户投诉“分期乐”平台暴力催收 影响日常生活

图表编制：网经社

网址：WWW.100EC.CN

### 【案例一】强买强卖？“闲鱼”被指购买二手电脑价超评估 850% 退款遭拒

10月10日，广东省的廖先生向“电诉宝”投诉称其于10月8日首次在闲鱼平台上进行购物，打算购买一台二手笔记本电脑以满足办公需求。由于缺乏对电

脑型号的了解，并且出于对平台购物保障的信任，在简单对比了配置信息后便购买。

当商品送达后，廖先生发现，这台电脑竟是 10 年前的旧型号。他随后在闲鱼平台上进行了价格评估，结果显示该电脑的价值仅为 141 元。廖先生联系卖家进行退货，但遭到了卖家的坚决拒绝。卖家还启动了闲鱼的小法庭程序，并在 10 月 10 日被判定为胜诉。

廖先生认为，作为消费者，在不知情的情况下购买到了一台比评估价高出 850% 的电脑，且平台在争议中未支持其退货请求，这与强买强卖的行为无异。廖先生的诉求是希望能够实现全款退货。

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。

### **【案例二】鸡爪现霉变？ 用户投诉“网易严选”退货流程繁琐**

10 月 11 日，山东省的王先生向“电诉宝”投诉称其于 8 月 30 日在拍机堂平台上购买了一部 IQOO12 手机。在收到手机并进行验机时，他发现了两个显著的问题：一是手机的边框存在明显的变形；二是手机的信号隔离带处有断裂现象。王先生随即申请了售后服务，但他的退货请求遭到了拒绝，平台给出的理由是手机弯曲程度小于 2 毫米，因此不被视为问题。

王先生认为在购买该手机时，订单详情页面明确标注了“机身无弯曲”的描述，但收到的实物却与描述严重不符，存在明显的弯曲和断裂瑕疵，这种行为构成了销售欺诈，平台在销售过程中未能如实描述商品状况，误导了消费者。王先生的诉求是退货退款，并希望能够对拍机堂平台的违规不诚信行为进行惩罚。

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。

### **【案例三】“别样海外购”被指商品与描述不符 误差超 5 厘米 退款遭拒**

10 月 14 日，湖北省杨先生向“电诉宝”投诉称自己于 8 月在别样海外购的 Public Lands (Moosejaw) 店铺购买了两条相同尺码的 Patagonia Men's 裤子。在收到商品后，其中一条裤子的尺码与店铺描述存在显著差异，尺码明显偏大。

杨先生随即向商家提出了退换货，但商家拒绝了他的退货或换货请求。杨先生表示根据别样海外购平台的政策，如果商品的尺码误差超过 5 厘米，消费者是  
有权要求退货的。因此，他认为自己的退换货请求是合理且符合平台规定的。

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，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】“美国妈妈”被指售后缺失 退货退款遭遇困境**

10 月 14 日，广西壮族自治区苏女士向“电诉宝”投诉称其于 2024 年 8 月 30  
日买一箱椰子水，于 2024 年 9 月 2 日到货后，喝了喉咙发苦，于 2024 年 9 月  
5 日申请退货，经多次与官网客服和卖家客服沟通卖家同意退货，也发送了退货  
地址，待苏女士寄出商品填好订单号后，卖家拒绝退款。理由是苏女士应该改退  
款金额，扣除苏女士喝过的两瓶。

苏女士表示没有权限，要求他们自己改，多次沟通仍然不退，一直推说已经  
反馈给售后。但没有售后受理这个事。有运费险苏女士退货没有人上门取货，于  
是苏女士自行寄回，垫付 24 元运费，苏女士要求退运费 10 元，还有剩下 13 瓶  
的椰子水款 34.63 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，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】虚假宣传？用户投诉“返利网”平台购买商品无法返利 没有合 理解释**

10 月 15 日，上海市的夏女士向“电诉宝”投诉称返利网在宣传中声称用户能  
通过该平台跳转至淘宝、京东等电商平台购买商品并获得返利。但是自 2024 年  
8 月起，夏女士提交的订单无法被确认，且平台也无法记录新的订单信息，导致  
她购买的商品无法获得应得的返利。

夏女士尝试按照客服的建议通过电脑版申请解决，但问题依旧未得到解决。  
时至今日，该问题仍未被修复，且返利网未给出任何合理解释，这让夏女士质疑  
其是否存在虚假宣传或已卷款跑路。

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。

### 【案例六】用户投诉“蘑菇街”发续费诈骗短信 平台否认相关业务

10月17日，贵州省黄女士向“电诉宝”投诉称，其当天她收到来自蘑菇街的短信，告知她的会员服务仅剩2天即将到期，并表明系统将为其自动续期。短信中还提供了一个联系电话，并说明如果黄女士有任何疑问可以详询，如果拒绝续期则回复“R”。

黄女士在收到短信后，立即按照提示电话回复，表示自己从未听说过蘑菇街，也从未下载过相关应用，更没有订购过该会员服务。但接线员在电话中不仅明确指出了黄女士的本名，还告诉她有消费记录。当黄女士表示要求立即停止并不知情的会员交费时，对方接线员的态度变得恶劣并挂断了电话。

黄女士表示自己从未进行过相关交费，因此她不知道具体的单据号和费用金额。现在，黄女士提出申诉，要求蘑菇街立即停止向她发送这类恶意短信，并停止一切所谓的会员续费行为。

对此，蘑菇街平台工作人员反馈称：蘑菇街不会通过短信形式要求用户续费，也不存在会员续费这类业务，请勿向陌生号码提供一切有关信息，请勿点击任何陌生链接。若您后续仍收到相关诈骗短信可直接屏蔽，如已遭受到财产损失建议可报警处理。

### 【案例七】两个月不到电脑卡顿严重？用户质疑“爱回收”质检报告存疑

10月18日，广东省的梁女士向“电诉宝”投诉称其于2024年8月24日在爱回收平台购买的一台二手惠普笔记本，于2024年10月4日发现全选文件都全选不了，卡得一动不动的。梁女士认为是硬件问题，自己之前的笔记本用了6年都不至于这样子。

梁女士表示在购买之前查看过爱回收这台惠普笔记本的质检报告也就有些划痕而已，完全没有说到硬件有问题，要是写了，自己就不会买了，这种行为属于欺骗消费者，真的很愤怒，希望爱回收平台可以好好把事情解决，处理方式梁女士只接受退回退款，谢谢，麻烦尽快处理。

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。

### 【案例八】用户投诉“1688”平台擅自“仅退款” 商家遭遇钱货两空困境

10月18日，重庆市的冉先生向“电诉宝”投诉称其于2024年10月13日遭遇了一起不公正的仅退款事件，一位客户在2024年9月9日在冉先生所经营的店铺中购买了一台360水冷散热器，在使用该散热器接近一个月后，于10月初向店铺提出了退货退款的要求。

冉先生表示店铺按照常规的退货流程进行了处理，买家在后台提交了投诉，平台客服介入。但平台客服在买家尚未退回货物的情况下，直接做出了仅退款的决定，导致买家既保留了货款又拥有了货物。

冉先生认为1688平台客服在处理此事时表现出了严重的不公平性，忽视了卖家的合理诉求，过度偏向买家一方。冉先生认为在此次交易中，卖家并无过错，而是买家方面存在问题，但平台却将责任单方面强加给了卖家。冉先生的诉求是平台退回货款，或者拿回货物。

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】口头告知新品？用户投诉“快手”平台所买果泥与描述不符 误导消费者**

10月29日，重庆市的樊女士向“电诉宝”投诉称其于10月24日早上在快手平台店铺名为“柠优选”的商家处购买了两盒名为“纤姿燕果泥”的瘦身产品。当樊女士收到货物后，发现实物与商家在销售时所展示的图片存在显著差异。

樊女士随即联系了商家的客服进行咨询。客服回应称，所收到的产品是新品，并声称在购买时已经标注为新品。但樊女士经过仔细核查，发现商家在销售页面上的所有图片中均未明确标注该产品为新品，只是在收到货物后，商家才口头告知其为新品。

樊女士对商家的行为表示怀疑，认为商家可能存在故意误导消费者、侵害消费者权益的行为，并指出商家可能在线下交流中有言语引导之嫌。

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。

### **【案例十】骚扰用户通讯录？用户投诉“分期乐”平台暴力催收 影响日常生活**

10月31日，上海市的田先生向“电诉宝”投诉称其因近期遭遇诈骗，导致本月的资金周转困难，使得他无法按时偿还分期乐的账单。该账单在10月22日处于逾期状态。田先生尝试与分期乐的客服进行沟通，但客服表示没有相关的协商政策，且分期乐的催收人员在明知可以联系到他的情况下，仍然选择骚扰他的通讯录中的朋友，这一行为严重干扰了他的个人生活与工作。

田先生还表示，分期乐在催收过程中存在暴力催收的行为，并且涉嫌非法获取他的个人信息，包括个人通讯录信息，这明显违反了相关法律法规。如果分期乐继续对其进行骚扰，他将收集相关证据并报警处理。

田先生的诉求是分期乐能够立即停止这种电话骚扰行为，不要继续打扰他的工作单位以及家人和朋友，给他一个正常的工作与生活环境。

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。

## （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10月全国数字生活评级榜中：获“**建议下单**”的有：美团；获“**谨慎下单**”评级的有：去哪儿、智行、万师傅；获“**不建议下单**”的有：飞猪；获“**不予评级**”的有：大麦网。

## 2024年10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	美团	95.24%	0.914	0.000	0.750	建议下单
2	去哪儿	100.00%	0.800	0.000	0.740	谨慎下单
3	智行	100.00%	0.650	0.000	0.695	谨慎下单
4	万师傅	80.00%	0.660	0.000	0.598	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：

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 18 家：

投诉量 TOP10 依次为：美团、去哪儿、飞猪、万师傅、大麦网、智行、BOSS直聘、智联招聘、啄木鸟维修、大众点评；

排在第 11-18 名的是：鲁班到家、猫眼电影、滴滴出行、携程、秀动、途家、票牛、饿了么。



## 近3000商家 消费者投票调查 反映大

- 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 10月

1 美团	2 去哪儿	3 飞猪	4 万师傅
5 大麦网	6 智行	7 BOSS直聘	8 智联招聘
9 啄木鸟维修	10 大众点评	11 鲁班到家	12 猫眼电影
13 滴滴出行	14 携程	15 秀动	16 途家
17 票牛	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，涉及途虎养车、万师傅、美团外卖、旅划算、走着瞧旅行、猫眼、BOSS直聘、keep、58同城、飞猪。

## 2024年10月数字生活十大典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
10月4日	途虎养车	用户质疑“途虎养车”霸王条款 拒赔爆胎损失 回应：已协商
10月9日	万师傅	“万师傅”被指安装环境不符致产品破损 反被索高额赔偿 平台回应：无法协商达成一致
10月10日	美团外卖	用户投诉“美团外卖”平台监管不严 商家售卖过期食品 回应：和解失败
10月16日	旅划算	消费者权益受损？“旅划算”被指电影票未看未兑 且平台拒退款
10月17日	走着瞧旅行	“走着瞧旅行”被指疫情导致无法出行 旅游券延期后退款仍受阻
10月20日	猫眼	强买强卖？用户投诉“猫眼”拒退演唱会票 客服态度恶劣
10月22日	BOSS直聘	用户投诉“BOSS直聘”无故封禁账号 企业诉求解封及赔偿损失 回应：已安排处理
10月22日	keep	“keep”被指奖牌活动发货慢 客服回应引不满
10月24日	58同城	“58同城”被指商家欺诈 平台不作为
10月30日	飞猪	用户投诉“飞猪”长隆快捷通道订单遭拒退 商家态度恶劣

图表编制：网经社

网址：WWW.100EC.CN

### 【案例一】用户质疑“途虎养车”霸王条款 拒赔爆胎损失 回应：已协商

10月4日，广东省刘先生向“电诉宝”投诉称其于2024年6月19日通过途虎养车APP购买了两条优科豪马轮胎，总价627.9元，并于6月26日完成安装。10月3日，刘先生在上班途中遭遇右后轮胎内侧穿孔爆胎，所幸未造成其他伤害。

随后，刘先生向平台提交轮胎服务保障申请，但被系统两分钟内驳回。平台规定非人为原因导致的爆胎一年内可申请购置价 80%的补贴，但该申请被拒绝。刘先生认为轮胎质量有问题，要求途虎按约定补贴或补胎，但平台未予满足。

接到该用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台，途虎养车工作人员向“电诉宝”发来反馈称：尊敬的虎友您好，经核实已有专员与您沟通达成了一致方案，故申请平台完结，感谢您的支持与理解，感谢平台，也祝客户生活愉快。

### **【案例二】“万师傅”被指安装环境不符致产品破损 反被索高额赔偿 平台回应:无法协商达成一致**

10月9日，辽宁省的丁先生向“电诉宝”投诉称其于2024年9月24日的商家订单，因为安装环境不符合，多次现场与商家沟通说没办法安装，商家非要安装，导致产品台面边角破损。商家让赔付600多，并且两次上门安装的取消了。丁先生表示白白安装，并且在多次说明环境不符合的情况下还让丁先生安装，坏了让丁先生赔付高额的产品钱，实际产品也不应该值这个价格。

丁先生表示万师傅平台直接扣款，但是破损的台面却不归丁先生，买家说商家让她把台面随便处理。买家就送人了。导致丁先生这个安装工赔付600的情况下还得不到产品。平台处理有失公道，并且不合理。在产品没有归属丁先生的情况下直接扣款。丁先生要求平台赔付一半的产品钱。

接到该用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台，万师傅工作人员向“电诉宝”发来反馈称：卫浴|安装（卫浴家具-浴室柜+镜柜组合\*1套）用户投诉师傅造成商品货客户家物品损失，经平台介入核实，师傅服务过程中造成台面损坏，导致用户重新补发后续指派新师傅上门，产品价值2859，用户补发成本以及运费损失900元，平台考虑与师傅是合作关系，帮忙承担了部分，让师傅赔付630元，师傅认为赔偿费用就应该得到东西，因损坏台盆客户已经处理，无法给到师傅，多次解释师傅无法接受，非常抱歉无法协商一致。

### **【案例三】用户投诉“美团外卖”平台监管不严 商家售卖过期食品 回应：和解失败**

10月10日，广东省梁先生向“电诉宝”称于9月18日在美团平台上的邻小虎宠物用品店（该店铺位于海沧渐美村，注册商家为厦门万萌优选商贸有限公司）购买了两包蒙贝宠物零食酸奶。在给自己的宠物喂食后，梁先生发现所购商品的

生产日期标记为 2023 年 11 月，且保质期为 180 天。据此推算，该商品在出售时已经超过其保质期长达 4 个月。

梁先生认为，商家在明知商品已过保质期的情况下仍然进行销售，这一行为严重违反了相关法律法规。同时，他也指出美团平台在此案中应承担监管责任，并认为平台应当为商家的违法销售行为承担相应的赔偿责任。

接到该用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台，“美团外卖”工作人员向“电诉宝”发来反馈称：我司已于 2024-10-02 21:55:38 沟通用户，联系用户安抚解释，目前方案商家 28.5 余额+平台 50 余额，用户不认可方案。

#### **【案例四】消费者权益受损？“旅划算”被指电影票未看未兑 且平台拒退款**

10 月 16 日，陕西省王女士向“电诉宝”投诉称其于我于 2024 年 7 月 20 日，在旅划算平台购买了电影票，没到时间，联系平台退款，可是平台没有任何客服回复，电话也打不通，第二天，联系上要退款，客服告知不可以退款，电影票没有看，也没有兑换，凭什么不能退款，提前联系了商家，联系不上，属于王女士的责任吗，平台不回信息，要投诉平台，违反了消费者权益。

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】“走着瞧旅行”被指疫情导致无法出行 旅游券延期后退款仍受阻**

10 月 17 日，张女士向“电诉宝”投诉称其于 2019 年底买了两张去云南，价值  $599 \times 2 = 1198$  元的券，因为疫情不能出行，商家不退款，给延期到 2024 年，后协商退款只退 40%，提供账号后，又要退款不需要的东西，不给退款，要求至少 80% 退款。

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，尚未收到走着瞧旅行工作人员回复。

#### **【案例六】强买强卖？用户投诉“猫眼”拒退演唱会票 客服态度恶劣**

10 月 20 日，浙江省的林女士向“电诉宝”投诉称其于 10 月 19 日通过猫眼平台购买了华晨宇杭州演唱会的门票，由于突发急事，林无法前往观看演唱会，因

此她希望猫眼平台能够为她办理退票手续，但猫眼平台拒绝了她的退票请求，且客服态度强硬、不予退票。

林女士认为自己作为一位未成年人，权益受到了侵害，无法理解为何平台不能为她提供退票服务。林女士的诉求是希望能够成功退票。

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人员处理，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】用户投诉“BOSS 直聘”无故封禁账号 企业诉求解封及赔偿损失回应：已安排处理**

10月22日，消费者侯先生向“电诉宝”投诉称其于2024年10月15日在BOSS平台充值会员，但账号于10月22日被平台无故封禁。侯先生联系客服无果，要求提供证据也被拒绝。侯先生表示未涉及违规行为，诉求是解除封禁并赔偿名誉和精神损失费。

接到用户投诉后，我们第一时间将相关投诉转交给平台，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。如您需要帮助，可以拨打客服热线400-065-5799，感谢您的支持，祝您生活愉快。

### **【案例八】“keep”被指奖牌活动发货慢 客服回应引不满**

10月22日，重庆市李先生向“电诉宝”投诉称其于2024年7月28号在keep上参加了一个奖牌活动，活动开始第二天李先生就完成了。结果给拖到现在9月19号还没发货，去问客服，客服敷衍了事一直说在时效期内。

李先生表示就一个奖牌和一些小物件，两个月还没做好，又不是用什么稀缺材料做的，客服也不管事，从八月初打电话问客服，跟李先生说加急，后面连着打了好多次都说在加急，到现在九月份了还在说加急，李先生表示不知道这群人说的加急到哪去了，客服回电还说什么有零件还没做好，不是两个月了什么零件还没做好。

接到用户投诉后，我们第一时间将相关投诉转交给平台，对此，“keep”工作人员回复：亲爱的 Keeper 您好，您参与的星穹铁道赛事活动奖牌在完赛后50个工作日内发货，目前仍在发货时效内，如有其他问题请联系在线客服咨询，感谢您的理解与支持。

### 【案例九】“58 同城”被指商家欺诈 平台不作为

10 月 24 日，广东省吴女士向“电诉宝”投诉称其于 7.13 号在 58 同城上以搜索排名选定此空调维修及服务商家，电话咨询后对方加微信依移机要求商谈费用 200，其派了一个安装师傅，晚上近 9 点才到，师傅看过现场后说管不够，需要 4 米管，商定回收原机的管后 400 元费用收取，双方均同意。

吴女士称在移机过程中，发现师傅很不专业，1、机身，满墙都是黑印 2、外机移机后，看着拿了两颗膨胀螺丝，只打了一个，3、外机的管未包全，还没移完，就催促付款，但发现其用的管不足够 4 米，才说到是 3 米的管，扯皮付了 300，4、问是否移好后，安装师傅让开机试，当时开机，五分钟都无制冷凉感，回复换的新管，需个多小时，经任何测试，就收东西走人。

吴女士到 7 月 14 号发现还是不制冷，一直打电话微信沟通，均是应付，电话直接被拉黑，无奈投诉至 58 让平台介入，一直和稀泥，无奈选择再购新机，拆机师傅发现原装的铜管被无良安装人员替换成铝管，根本达不到制冷及后续有很严重的安全隐患，都已提供佐证资料给 58 平台，已基本认定的事实，商家态度傲慢，恶劣，没有诚意解决问题，7/21 号接 152\*\*\*电话号码，通话 6 分钟，尽是谩骂，恐吓，人身威胁，平台和稀泥，维权无进度，移机损失 2062 元，吴女士的诉求赔偿损失。

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】用户投诉“飞猪”长隆快捷通道订单遭拒退 商家态度恶劣

10 月 30 日，广东省邹女士向“电诉宝”投诉称其于 2024 年 10 月 19 日在飞猪平台下单长隆园区快捷通道票，但下单后无人联系。邹女士到达园区后，发现订单需二次确认，联系客服无果。邹女士致电商家时，遭对方恶劣对待并被挂断电话。邹女士选择退款，但遭商家拒绝，商家和平台的态度让她十分不满。

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人员处理，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

数字教育上榜平台有 16 家：

投诉量 TOP10 依次为：中安建培教育、一只船教育、赛优教育、常青藤爸爸、尚德机构、中职通、帮考网、学慧网、中安建培、嗨学网；

排在第 11-16 名的是：网易云课堂、对啊网、叽里呱啦、小叶子陪练、大鹏教育、恒企教育。



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，涉及尚德机构、中安建培、中公教育、一只船教育、网易云课堂、高顿教育、大鹏教育、深海教育、赛优教育、学慧网。

## 2024年10月数字教育十大典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
10月9日	尚德机构	用户投诉“尚德机构”未如约报名 退学退费遭拒
10月10日	中安建培	“中安建培”被指涉嫌欺诈 二级消防考证未开考拒绝退费
10月14日	中公教育	“中公教育”被指协议班退款久拖不予解决
10月17日	一只船教育	“一只船教育”被指诱导报名消防工程师VIP班 涉嫌欺诈 拒退费态度恶劣
10月21日	网易云课堂	“网易云课堂”又被投诉 网经社企业风险评级系统显示：目前所处高风险
10月21日	高顿教育	用户投诉“高顿教育”课程退款难 商品质量服务差 回应：已安排处理
10月28日	大鹏教育	“大鹏教育”被指交齐费用后 无法登录学习平台
10月29日	深海教育	“深海教育”被指包过承诺落空 9480元学费打水漂
10月29日	赛优教育	“赛优教育”被指捆绑消费 催费影响个人生活
10月31日	学慧网	用户投诉“学慧网”课程缴费后无人理 涉嫌虚假宣传

图表编制：网经社

网址：WWW.100EC.CN

### 【案例一】用户投诉“尚德机构”未如约报名 退学退费遭拒

10月9日，福建省的项先生向“电诉宝”投诉称其于2021年12月17日在尚德机构APP购买了国开专科精品班，约定2022年3月报名，但未成功。后推迟至2022年7月，仍未能报名。

项先生表示经多次沟通，报名被延至2023年3月，但再次未果。期间服务体验不佳，沟通困难。项先生于2023年提出退学退费申请，但尚德机构拒绝，侵害了其财产权益。

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。

### 【案例二】“中安建培”被指涉嫌欺诈 二级消防考证未开考拒绝退费

10月10日，山西省的张女士向“电诉宝”投诉称2024年8月7日，其在网上搜索注册安全工程师信息后，接到河南中安建培教育田凯老师的电话。尽管张女士没有安全工作经历，田老师仍以测试申报条件为由要求其缴纳500元，并承诺不符合条件即退款。田老师还利用教考改革、报名即将截止、名额有限等理由催促缴费，并夸大通过率和高薪挂靠等好处进行诱导。

张女士最终缴纳了500元测试费和7480元学费。然而，8号中午张女士意识到问题并要求退款，但遭到各种推辞，后转交售后处理。售后初时不同意退款，后态度强硬，最终同意签订退款协议并承诺全额退款，但至今仍未到账。

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。

### 【案例三】“中公教育”被指协议班退款久拖不予解决

10月14日，河北省齐女士向“电诉宝”投诉称其于2022年，3月份报名中公教育为期一年公务员考试，协议班39000，未考试按照时间，45个工作日还款，未解决，找寻相关部门，刚开始有回应但后续没结果，未有工作人员进行联系，欠钱不还，至今过去好长时间。

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。

### 【案例四】“一只船教育”被指诱导报名消防工程师VIP班 涉嫌欺诈 拒退费态度恶劣

10月17日，河北省的刘女士向“电诉宝”投诉称其于2021年通过网上一只船教育报名一级消防工程师VIP班，缴纳了17900元费用。机构承诺考试通过后挂靠单位年收入可达10万以上。由于疫情原因，刘女士未参加2021年、2022年及2022年补考。刘女士联系退费时，机构要求必须参加3次考试才能退费，但合同上并未提及此规定。

刘女士表示售后服务态度恶劣，拒绝退费。此外，报名过程中先后有艾欧、滨玖两个机构提供服务，但一只船教育后来拒不承认，属于诱导消费者行为。刘女士要求机构履行承诺，尽快处理退费问题。

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】“网易云课堂”又被投诉 网经社企业风险评级系统显示：目前所处高风险**

10月21日，广东省的刘女士向“电诉宝”投诉称其于2023年8月24日在网易云课堂购买公共营养师课程，今日登录网易云课堂APP发现课程已过期且无法观看，购买课程的时候产品订单里也没有说明是一年的有效期，去问了学管老师，才被告知是一年有效期，要续费的话1899元一年。

刘女士表示在报名之前，助教老师在一段话中提过一次“【2580元】包含课程培训，教材费，课时费以及一年服务答疑服务”，说的是一年的答疑服务，从助教老师开始对后面报名，没有明确提过课程观看有效期是一年的，报名的时候说有活动赠送健康管理师课程，刘女士问了这个赠送课程是不是学习完也可以报名考试，当时说是，只要报名的时候交考试报名费，到后面说要报名考试的时候就考这个需要什么条件，就不符合。

报完名是学管老师对接，也没有一开始就说明课程是一年的有效观看期，再去翻记录，发现只有两次发大长段话的时候后面有带说明是一年有效期。还有考三级实操科目的时候，跟老师公开课时说的不一样，老师说完成规定课时通过率98%以上，说三级技能考试内容有：选择题+判断题+简答题，而刘女士考的时候只有简答题，而且有的题都没见过，所以这科没考好，后面补考了一次。刘女士不要求退钱什么的，要所购买课程的观看权就得了。

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，“网易云课堂”工作人员回复：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~

### **【案例六】用户投诉“高顿教育”课程退款难 商品质量服务差 回应：已安排处理**

10月21日，福建省的刘女士向“电诉宝”投诉称其于2024年10月6日晚购买了课程，并于10月15日早上提出退课。退款原因包括认为商品质量和服务较差，且课程难度超出其接受范围。

期间，刘女士上过一两次网课并收到电子讲义。刘女士认为退款不会影响销售，并质疑销售存在欺诈行为，价格过高且服务态度懒散。已向高顿投诉，得到的反馈是处理退款的专员最迟在10月24日前提供解决方案，但截至21日仍未收到消息。刘女士要求全额退款，并寻求协助以协商达成全额退款。

接到用户投诉后，我们第一时间将相关投诉转交给平台，对此，“高顿教育”工作人员回复：同学您好，您反馈的问题我们已收到，将尽快安排专人跟进处理，如有补充或疑问可联系客服热线400-600-8011，感谢您的理解和配合！

### 【案例七】“大鹏教育”被指交齐费用后 无法登录学习平台

10月28日，新疆维吾尔自治区的严先生向“电诉宝”投诉称其于2022年6月10号。通过快手在北京知金大鹏教育科技有限公司。购买学习课程，之前想的是在平台上学习到有用的知识，严先生称刚开始的时候都好好的差不多有一个礼拜左右，所有的东西就都登不上了但是等费用交齐之后，软件是所有的都登不上了。受到了诈骗。想追回已经交过的学习费用。

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对方工作人员的回复。

### 【案例八】“深海教育”被指包过承诺落空 9480元学费打水漂

10月29日，广东省罗女士向“电诉宝”投诉称其于2021年3月24日购买深海教育中级经济师HRM职业炼成班3980元，2021年因上次考试不过，对方打电话让罗女士追加购买VIP督学班5500元，合计9480元，说包过。但还是没过。

罗女士称现在App无法启动，学习官网和App使用不了，联系班主任自23年10月找不到人，说如果通过不了就全额退款，但是现在退款无门，找人也找不到，上课时老师也不负责任。这是罗女士上班想通过考试的血汗钱，通过投诉退费维权。罗女士希望全额退还教育学费。

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，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】“赛优教育”被指捆绑消费 催费影响个人生活

10月29日，山东省的刘女士向“电诉宝”投诉称其于2024年10月13日，通过抖音平台了解到赛优教育，并微信沟通确认只需交一次费用即可考出证件，无二次推销收费。交费后，刘女士发现课程仅十几节且未学完，工作人员便开始推销其他考证，与宣传严重不符，涉嫌捆绑消费。此外，课程质量不佳，工作人员频繁催缴费，影响个人工作生活。刘女士向赛优平台投诉要求退费，但未得到处理。刘女士诉求为要求退费。

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，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】用户投诉“学慧网”课程缴费后无人理 涉嫌虚假宣传

10月31日，浙江省的李女士向“电诉宝”投诉称其于2022年7月11日在京东购买了北京学慧网的课程，缴费后却无人联系和提供售后服务，且存在虚假宣传的情况，学慧网的老师也联系不上。

同样的情况再次发生在7月22日，李女士再次在京东购买学慧网课程后依然遭遇无人理睬的状况。现在，李女士要求全额退款，并指出学慧网存在虚假宣传、交钱后无人管理的问题，且没有任何有效的联系方式。李女士诉求为要求退费。

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，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](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9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。

法律 | 调查 | 曝光 | 电商

首页 | 投诉榜 | 评级榜 | 律师团 | 报道 | 专题

请输入平台名称搜索 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

**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他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：在线旅游 类型：网络售假

详情>

**河南省**  
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>

**广东省**  
2020-07-30 18:01:06

**拼多多平台**

虚假发货 明明没有发货却说发货了，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 明明没有发货却说发货了，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  
O.C.S.100EC.CN

电商投诉，就上“电诉宝”  
高效解决消费纠纷

投诉榜

1 淘宝	2 拼多多
3 京东	4 联联周边游
5 唯学网	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 10 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：2024年11月4日**

官方公众号 ID: i100EC

(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))

(18 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)

