

2023年“双11”期间 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12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.....	10
（二）数字生活数据与十大典型案例.....	18
（三）数字教育数据与十大典型案例.....	25
四、关于我们.....	32
（一）关于电诉宝.....	32
（二）关于网经社.....	34

一、报告摘要

网络消费年度盛宴“双11”落幕，双11当天，综合电商平台销售总额为2777亿元，直播电商平台GMV为2150.67亿元。整个双11期间，京东、天猫、淘宝、拼多多等平台“大招”不断，直播间内也是异彩纷呈。

不过，往往大促期间伴随的便是大量投诉。就在双11大促第一天，AMIRO觅光美容仪被曝“阴阳售价”，线上线下同款商品价格相差1500以上。这让本想借双11“薅一波羊毛”的消费者们炸了锅，没想到竟被商家利用“信息差”反“割韭菜”。可想而知，还有多少消费陷阱尚未浮出水面。此外，双11正式开卖后，“尾款未付，快递先至”的情况竟也离奇出现，“李佳琦直播间疑为冲销量未付先送”冲上热搜。

因此，双11期间，“电诉宝”特发布“双11”网购消费预警，包括：防止冲动消费 警惕为“凑满减”疯狂加购；关注价格波动 拒绝“先涨后降”；莫“薅”低价“羊毛” 谨防假冒伪劣；多平台比价 杜绝“阴阳售价”；做好财务规划 尽量避免“超前消费”，提醒消费者理性购物，谨防陷阱。（详见：**【电商预警】五大双11消费预警发布：警惕“薅羊毛”骗局**
<https://www.100ec.cn/detail--6633278.html>）

11月22日，中国消费者协会发布2023年“双11”消费维权舆情分析报告，监测期间，有关“直播带货”负面信息1565203条，占吐槽类信息的47.99%，日均信息量55900条。价格垄断、低俗带货、虚假宣传等问题较为突出。此外，“人民投诉”平台也发布“双11”消费维权数据报告，“会员权益”“活动虚假”等成为维权热词。与此同时，围绕各类网络消费平台的投诉也接踵而至。

在此背景下，12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“双11”期间受理的全国72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“双11”期间中国电子商务用户体验与投诉数据报告》（注：“双11”期间的样本采集时间为2023年11月1日至11月30日）。

报告涉及了数字零售（主要集中在二手电商、直播电商）、数字生活（主要集中于在线旅游）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“双11”期间网络消费投诉数据及《2023年“双11”期间数字零售十大典型投诉案例》《2023年“双11”期间数字生活十大典型投诉案例》和《2023年“双11”期间数字教育十大典型投诉案例》。

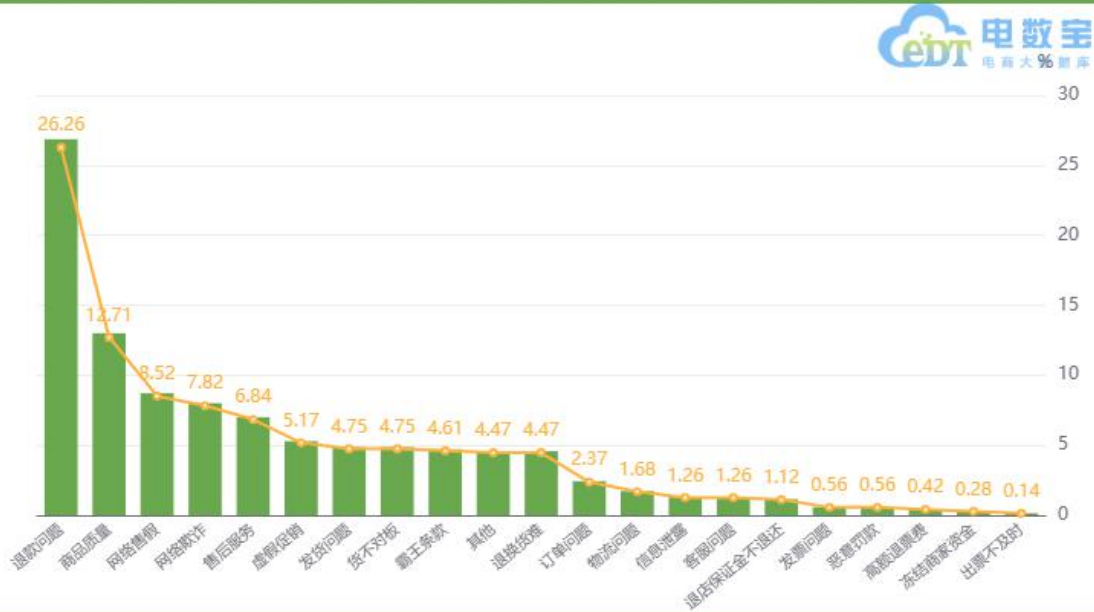
在报告公布的《2023年“双11”期间全国网络消费评级榜》中：获“**建议下单**”评级的有：唯品会、红布林、苏宁易购、去哪儿、抖音；获“**谨慎下单**”评级的有：美团、BOSS直聘；获“**不建议下单**”评级的有：飞猪、小红书、走着瞧旅行、分期乐、洋码头、一只船教育等；获“**不予评级**”的有：大麦网、淘宝、天猫、闲鱼、快手、中免日上、微店、二三良作。

二、整体数据

（一）投诉问题类型分布

据“电诉宝”显示，2023年“双11”期间全国网络消费投诉问题类型TOP10为：**退款问题**（26.26%）、**商品质量**（12.71%）、**网络售假**（8.52%）、**网络欺诈**（7.82%）、**售后服务**（6.84%）、**虚假促销**（5.17%）、**发货问题**（4.75%）、**货不对板**（4.75%）、**霸王条款**（4.61%）、**退换货难**（4.47%）。其中，网络售假排名从上月的第六上升至第三，可见“双11”期间售假现象苗头重现。此外，虚假促销、货不对板等问题类型占比环比均有所上升。

2023年“双11”期间全国网络消费投诉问题类型分布



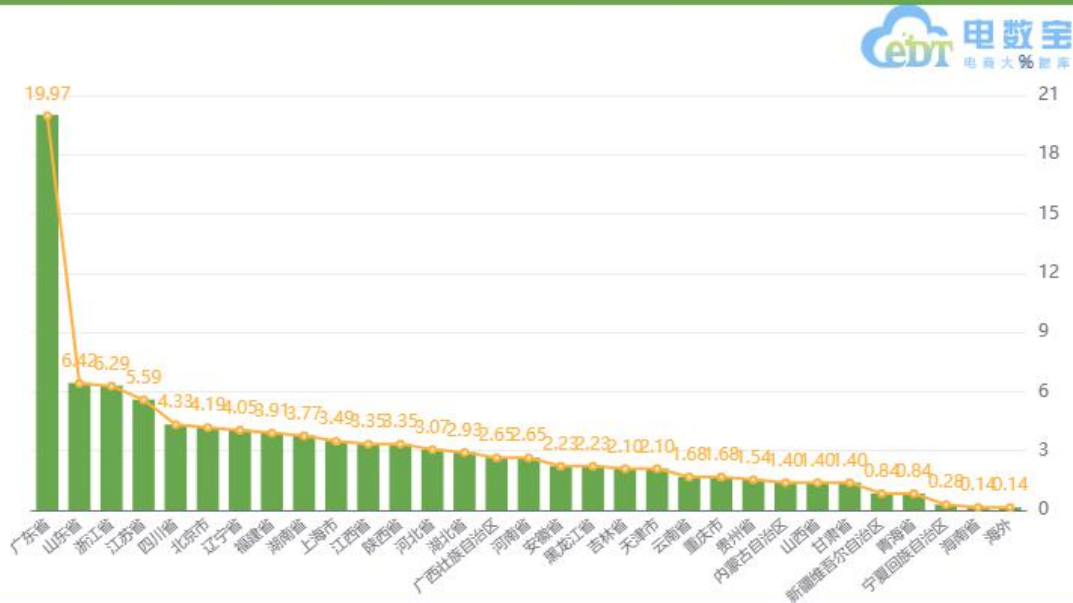
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

(二) 投诉地区分布

“双11”期间“电诉宝”受理投诉用户聚集地区TOP10依次为广东省（19.97%）、山东省（6.42%）、浙江省（6.29%）、江苏省（5.59%）、四川省（4.33%）、北京市（4.19%）、辽宁省（4.05%）、福建省（3.91%）、湖南省（3.77%）、上海市（3.49%）。

2023年“双11”期间全国网络消费投诉地区分布



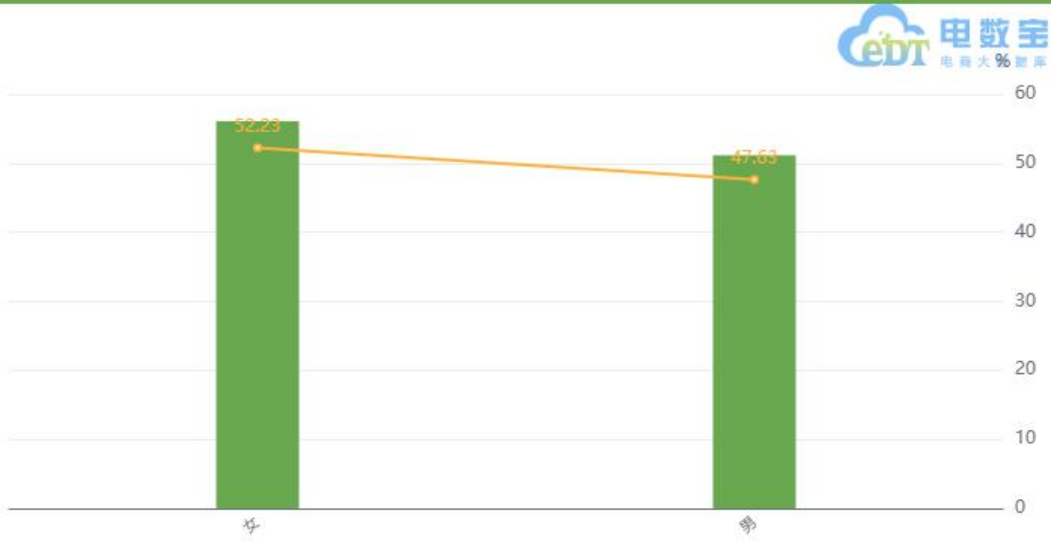
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

（三）投诉用户性别分布

据“电诉宝”显示，“双11”期间女性用户投诉比例为52.23%，男性用户投诉比例为47.63%。

2023年“双11”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，“双11”期间投诉金额分布主要集中在100-500元（24.16%）、1000-5000元（20.81%）、0-100元（18.30%）、10000元以上（8.80%）、5000-10000元（8.52%）、500-1000元（8.24%）、未选择金额（11.17%）。

2023年“双11”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“双11”期间全国网络消费评级榜中：获“**建议下单**”评级的有：唯品会、红布林、苏宁易购、去哪儿、抖音；获“**谨慎下单**”评级的有：美团、BOSS直聘；获“**不建议下单**”评级的有：飞猪、小红书、走着瞧旅行、分期乐、洋码头、一只船教育等；获“**不予评级**”的有：大麦网、淘宝、天猫、闲鱼、快手、中免日上、微店、二三良作。

2023年“双11”期间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	唯品会	100.00%	1.000	6.000	0.930	建议下单
2	红布林	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
3	苏宁易购	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
4	去哪儿	100.00%	0.964	0.000	0.789	建议下单
5	抖音	90.62%	0.419	10.000	0.779	建议下单
6	美团	100.00%	0.780	0.000	0.734	谨慎下单
7	京东	80.56%	0.561	2.000	0.631	谨慎下单
8	BOSS直聘	66.67%	0.600	2.000	0.573	谨慎下单
9	飞猪	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
9	大麦网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	小红书	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
9	走着瞧旅行	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
9	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	分期乐	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
9	拼多多	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
9	天猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	快手	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	洋码头	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
9	一只船教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
9	中免日上	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	微店	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	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 \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。

（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“双 11”全国数字零售评级榜中：获“**建议下单**”评级的有：唯品会、红布林、苏宁易购、抖音；获“**谨慎下单**”评级的有：京东；获“**不建议下单**”评级的有：小红书等；获“**不予评级**”的有：淘宝、天猫、闲鱼、快手、微店、二三良作。

2023年“双11”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	唯品会	100.00%	1.000	6.000	0.930	建议下单
2	红布林	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
3	苏宁易购	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
4	抖音	90.62%	0.419	10.000	0.779	建议下单
5	京东	80.56%	0.561	2.000	0.631	谨慎下单
6	小红书	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
6	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
6	拼多多	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
6	天猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
6	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
6	快手	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
6	微店	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
6	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 29 家：

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

排在第 11-20 名的是：红布林、微店、天猫、有赞、寺库、微拍堂、拍机堂、交易猫、找靓机、年丰大当家；

排在第 21-29 名的是：转转、淘特、阿里巴巴、店宝宝、艺狐在线、小年鱼、有赞精选、朴朴超市、一条生活馆。

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

当前位置 > 投诉榜

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

行业: **全部** 综合电商 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 11月

1	淘宝	2	拼多多	3	京东	4	抖音
5	闲鱼	6	快手	7	二三良作	8	唯品会
9	小红书	10	苏宁易购	11	红布林	12	微店
13	天猫	14	有赞	15	寺库	16	微拍堂
17	拍机堂	18	交易猫	19	找靓机	20	年丰大当家
21	转转	22	淘特	23	阿里巴巴	24	店宝宝
25	艺狐在线	26	小年鱼	27	有赞精选	28	朴朴超市
29	一条生活馆						

(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，涉及抖音、微拍堂、转转、小红书、微店、中免日上、找靓机、快手、朴朴超市、闲鱼。

2023年“双11”期间数字零售典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
11月2日	抖音	华为二手翻新机充当二手原装销售 直播间“假一赔四”规则“抖音”竟然也无法执行？
11月2日	微拍堂	无意间参拍下单 用户申请退款竟被“微拍堂”要求付保证金抵扣？
11月3日	转转	未检测就称产品正常？“转转”客服被指套话连篇
11月6日	小红书	“小红书”被指卖假货？用户要求正品证明商家无法提供
11月6日	微店	推销不成就敷衍了事？用户要求退款“微店”仅退十分之一
11月7日	中免日上	商家打擦边球？“中免日上”被指售卖临期商品且拒绝退货
11月11日	找靓机	“找靓机”商品问题多多？用户称平台客服 专员均无法给出处理方案
11月14日	快手	商品存质量问题？用户投诉“快手”不沟通 不作为
11月19日	朴朴超市	充完卡后才被告知只能定向消费？用户要求退卡被“朴朴超市”拒绝
11月21日	闲鱼	恶意拉黑？用户投诉“闲鱼”帮助卖家恶意刁难 买家维权难

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

【案例一】华为二手翻新机充当二手原装销售 直播间“假一赔四”规则“抖音”竟然也无法执行？

11月2日，贵州省李先生向“电诉宝”投诉称，其于2023年10月11日在抖音商城思被优品直播间购买的二手原装华为 mate40pro 8+256 夏日胡杨版手机，在2023年11月19日发现收到的是一部二手翻新机。后李先生多次与抖音商城售后客服联系，抖音商城承诺72小时内公平公正处理，直到2023年11月2日都未得到解决。

李先生表示，抖音商城制定的假一赔四规则，竟也无法执行？他的诉求是希望抖音商城执行自己制定的假一赔四规则，公平公正的按法律法规处理。

【案例二】无意间参拍下单 用户申请退款竟被“微拍堂”要求付保证金抵扣？

11月2日，广西壮族自治区沈先生向“电诉宝”投诉称，其于2023年11月1日在微拍堂平台添珍阁店家参拍了一块手表，沈先生表示自己是不小心点到参拍的，现在竞拍成功。沈先生称，其本无意购买该商品，不过现在商家和平台拒绝退货，也拒绝退还保证金。

平台表示，要么付保证金抵扣货款，不付款的话保证金将被平台没收。作为买家，沈先生认为微拍堂平台存在霸王条款、强买强卖的情况，因为他只是个打工人，也不可能有那么多资金去购买一块大几万的手表。沈先生表示自己不是有意捣乱微拍堂平台拍卖秩序，只是一时不小心无意间下单的，现在想要求平台退还保证金。

接到该用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台。对此，微拍堂工作人员回复称，尊敬的微拍堂客官您好，关于您反馈的问题，我们已接收到您的问题，会尽快联系您处理。感谢您的支持，祝您生活愉快。之后，用户评价满意度为：perfect。

【案例三】未检测就称产品正常？“转转”客服被指套话连篇

11月3日，山东省张先生向“电诉宝”投诉称，其于2023年10月23日在转转平台购买耳机，发现充电异常，于23日发往转转平台维修，到达后平台三日没有签收。张先生电话催促后，对方没有与他沟通就检测完，并称没有问题，于是寄回。

期间张先生多次联系客服，说明产品有质量问题，但是转转平台不听取意见，还是把产品寄回。11月2日，张先生收到耳机，发现还是和之前一样充电异常，于是再次联系官方客服。张先生称，客服还是套话连篇，不给予解决方案，多次沟通仍未给解决，张先生对处理结果不满意。

【案例四】“小红书”被指卖假货？用户要求正品证明商家无法提供

11月6日，浙江省周女士向电诉宝投诉称，其于2023年10月24日在小红

书平台上“樱桃桃彩妆”店铺购买三只 INTOYOU 女主角唇泥，到货后周女士发现与她手中同款同一色号的正品口红颜色和香味不一样，确定新收到的 INTOYOU 女主角唇泥为假货。

随后周女士将该问题反馈给商家客服，商家客服辩称称该口红为瑕疵品且已在详情中标明，周女士查找商品详情页和交易快照均未发现商家有标明瑕疵品。同时周女士要求商家提供品牌正品授权证书或者正品进货渠道证明，但商家均无法提供。

【案例五】推销不成就敷衍了事？用户要求退款“微店”仅退十分之一

11月6日，广东省匡先生向“电诉宝”投诉称其2023年11月4日在网店服务中心的客服推荐下买了298元开网店的商品，随后客服推荐了一个教学老师的微信，该老师又推荐匡先生购买另一款价值1299元的网店教学商品，还与匡先生讲了一些不轻不重的话，随后又推荐了一个教学客服。

这名客服说了一些开网店的特征之后，又表示要流量就要方案，于是又推荐了匡先生几个方案，其中最便宜的都要1980元。期间匡先生多次表示想要做免费的教学，但对方却说钱不够可以找别人借点，实在不行就让匡先生先预付，剩下的后面再给。匡先生一再拒绝后，客服又推荐了一个老师，那个老师却敷衍了事，回复消息极慢。之后匡先生表示不想要该教学商品了，于是找客服退款，但客服表示只可以退十分之一，然而实际上退了十分之一都不到，三天不到的课程，报名1500元，实际只退了70多。

【案例六】商家打擦边球？“中免日上”被指售卖临期商品且拒绝退货

11月7日，浙江省王女士向“电诉宝”投诉称自己于11月2日在中国免税品集团官方购物平台：中免日上下单238元倩碧黄油套装，商品详情页未说明生产日期。（因为中免日上针对临期产品有另外一个链接且价格低一点，王女士默认生产日期新鲜且正常）。

11月4日，王女士收到货后经询问，生产日期为21年12月，保质期到24年底，相当于保质期快要过三分之二，只有一年左右保质期。商家声称日期正常，

并且拒绝退货，声称产品非七天无理由。王女士严厉投诉商家的侵权行为：

1. 自己只是打开了快递包装，产品包装并没有打开，符合退货要求；2. 自己对生产日期并不知情，商家以打擦边球的形式说商品未临期（还有 12 个月多一点的时间），侵犯了王女士的知情权；3. 如果生产日期正常自己也不会要求退货，这次退货是有理由的，客服不能把非七天无理由作为借口拒绝退货，侵犯了自己退货的权益。王女士的诉求是退货退款，并且商家必须承担自己退货产生的运费。

【案例七】“找靓机”商品问题多多？用户称平台客服 专员均无法给出处理方案

11 月 11 日，四川省易女士向“电诉宝”反映称，其于 2023 年 11 月 5 日在找靓机平台下单一台 256G 金色 iPhone13pro，手机拿到易女士就发现有一系列问题：如蓝牙有时候连不上屏幕，卡顿，卡槽无法识别卡，前置摄像头有紫色斑点，后置摄像头有水印。易女士从 11 月 8 号就开始联系客服，客服就是拖拖拉拉，表示专员会联系，专员就让易女士把手机寄回去维修，易女士表示不想寄回去，专员就称不寄回去一年保障没有，并表示他也申请不了易女士自己去换摄像头的费用，但平台也不给换原装的摄像头。

易女士认为，找靓机存在欺骗消费者的情况，说的是摄像头都没有问题，结果易女士拿到手之后不仅摄像头有问题，卡槽有问题，蓝牙也有问题，哪儿都有问题。并且客服也处理不好，一直说不知道如何处理，要么就是寄回平台，但寄回平台又需要花很多时间。

【案例八】商品存质量问题？用户投诉“快手”不沟通 不作为

11 月 14 日，重庆市刘先生向“电诉宝”投诉称其于 2023 年 10 月 5 号在快手电商平台好男鞋庄个体店购买了一双男士切尔西低帮春夏款一脚蹬英伦正装皮鞋。刘先生在穿了不到一个月的时间，鞋底子就出现了严重的质量问题。

刘先生与卖家协商，对方说是自然的磨损，刘先生想不到一个月也不会把底子磨穿，底子里面露出来用木头做的鞋跟，商家也不三包售后让刘先生自己去维

修鞋子的地方处理，与卖家无法协调，申请快手平台介入退货退款失败。快手官方也不做任何沟通与不作为，商家拒绝售后严重侵害了消费者的合法权益。刘先生要求全额退款

【案例九】充完卡后才被告知只能定向消费？用户要求退卡被“朴朴超市”拒绝

11月19日，湖北省罗女士向“电诉宝”投诉称其于2023年11月18号1:50在朴朴超市平台充值99元消费电子卡，并赠送一瓶光明牛奶，充值后余额显示99元，充值成功。但罗女士在使用的时候被告知99元消费电子卡只能购买光明品牌酸奶。

罗女士认为，朴朴超市在购买详情中并未告知购买的电子消费券只能购买指定的品牌和品类，按照消费者购买习惯，也不应该在平台充值电子卡只能购买指定品牌和指定品类的产品。之后，朴朴超市客服两次打电话告知罗女士无法退款，但是电子卡罗女士未用过，要求原路返回，却被告知不可以。罗女士的诉求是立刻退款，并给予3倍的消费者侵权赔偿。

【案例十】恶意拉黑？用户投诉“闲鱼”帮助卖家恶意刁难 买家维权难

11月21日，江西省徐女士向“电诉宝”投诉称其于2023年10月17日在闲鱼卖家昵称为森林氧吧98那给堂妹购买了一台平板，卖家承诺纯原装自用无拆修无暗病的华为m6平板裸机，付款当天发货了，第二天晚上收到后发现平板有壳套模式、掉电快、百度网页看视频没声音且不能放大播放等问题，重启后看视频没声及不能放大问题解决，感觉这些问题不是很大向卖家反馈后便确认收货了。

第二天卖家给徐女士回复皮套模式问题他忘记告知，然后电量问题是因为电池有虚电，徐女士也不懂但已经确认收货也不好多说什么，就没追究。因为平板掉电快且没有充电器所以第一天晚上及第二天没怎么使用，第三天收到在拼多多平台买的原装二手充电器后给平板充满电。徐女士晚上追剧时平板突然闪屏跳屏，并在平板持续闪屏跳屏期间用手机录下了视频，并联系卖家，卖家让徐女士去店里检查后将徐女士拉黑。

徐女士联系平台，让其出具华为官方检测报告，否则拒绝处理。经过一个月拿到证明拆修过的报告，专员无视拆修无视闪屏跳屏花屏的事实，说卖家发货的图片有拆修痕迹为由拒绝处理并让徐女士提供华为更权威的机构花出具屏跳屏费非短期存在问题的证明。

（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“双 11”期间全国数字生活评级榜中：获“建议下单”评级的有：去哪儿；获“谨慎下单”评级的有：美团、BOSS 直聘；获“不建议下单”的有：飞猪、走着瞧旅行；获“不予评级”的有：大麦网。

2023年“双11”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	100.00%	0.964	0.000	0.789	建议下单
2	美团	100.00%	0.780	0.000	0.734	谨慎下单
3	BOSS直聘	66.67%	0.600	2.000	0.573	谨慎下单
4	飞猪	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
4	大麦网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
4	走着瞧旅行	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

数字生活上榜平台有 14 家：

投诉量 TOP10 依次为：去哪儿、美团、飞猪、走着瞧旅行、BOSS 直聘、大麦网、智行、万师傅、鲁班到家、联联周边游；

排在第 11-14 名的是：如程、猫眼电影、滴滴出行、饿了么。

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

当前位置 > 投诉榜

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

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

筛选： 2023 11月

1	去哪儿	2	美团	3	飞猪	4	走着瞧旅行
5	BOSS直聘	6	大麦网	7	智行	8	万师傅
9	鲁班到家	10	联联周边游	11	如程	12	猫眼电影
13	滴滴出行	14	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投诉案例，涉及美团、联联周边游、飞猪、走着瞧旅行、大麦网、万师傅、BOSS 直聘、如程、智行、饿了么。

2023年“双11”期间数字生活典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
11月2日	美团	“美团”团购酒店规则含糊不清 订单无法退款造损失
11月6日	联联周边游	“联联周边游”随心退真随心？ 用户反映退款强制扣除30%违约金
11月7日	飞猪	抬高票价？“飞猪” 被指售卖机票价格高于实际 欺诈消费者
11月7日	走着瞧旅行	预付费形式的霸王条款？ “走着瞧旅行”被指骗钱
11月8日	大麦网	预售票7天无理由内拒绝退款 “大麦网”被诉存霸王条款
11月13日	万师傅	使用数月后维修无关配件损坏 “万师傅”被指包庇客户乱退款
11月15日	BOSS直聘	“BOSS直聘”企业会员账号 被永久封号 2万余元会员费退费无人搭理
11月19日	如程	“如程”被指诱导消费 用户要求退还押金
11月22日	智行	“智行”未告知情况下擅自购买更贵机票？ 回应：已联系致歉
11月30日	饿了么	用户投诉“饿了么” 无理由冻结账户 导致下单后被自动取消订单

图表编制：电诉宝 数据来源：315.100EC.CN

【案例一】“美团”团购酒店规则含糊不清 订单无法退款造损失

11月2日，上海市的赵先生向“电诉宝”投诉称其于10月31日晚在美团app参与泰国周杰伦演唱会团购活动，产品名称:泰国周杰伦12月8日演唱会-CAT3看台票2张+200元酒店代金券，支付金额3412元。根据活动首页显示的活动规则，在购买后当天晚上如果未使用产品会进行自动退款，基于上述原因，考虑到时间冲突，又行购买了该活动的另一款产品，12月9日场次的双人门票套餐，购买后当天晚上就完成使用。

赵先生称但前面一笔订单持续未退款，客服解释为改首页规则是针对活动的另一款产品，订单无法进行退款。但根据活动首页显示的规则，赵先生认为规则

是针对活动全部产品，规则也并未对具体针对的产品进行说明，美团应该按照规则要求在未使用订单的情况下进行退款。

【案例二】“联联周边游”随心退真随心？ 用户反映退款强制扣除 30%违约金

11月6日，重庆市的沈先生向“电诉宝”投诉称其于2023年7月26日在联联周边游电商平台购买听湖按摩2人套餐（199元），由于时间关系，一直未能消费，在过期未消费的情况下，退款强制扣除30%所谓违约金，客服声称是平台规则，并且强制接受。只好先申请下70%的订单金额。

沈先生认为此种霸王条款，是万万不能接受的，严重侵害了消费者的合法权益，社会发展到现在，居然还有平台靠这种方式敛财，还号称所谓的“随心退”，误导消费者。沈先生的诉求是退换收取的30%所谓“违约金”。

【案例三】抬高票价？“飞猪”被指售卖机票价格高于实际 欺诈消费者

11月7日消息，安徽省的倪女士向“电诉宝”投诉称其于9月6日在飞猪平台购买9月24日的两张机票，购买机票价格高于航空公司机票实际价格，要求飞猪平台按照要求《中国民用航空电子客票暂行管理办法》以及《消费者权益保护法》第五十五条【惩罚性赔偿责任】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。

倪女士表示经营者明知商品或者服务存在缺陷，仍然向消费者提供，造成消费者或者其他受害人死亡或者健康严重损害的，受害人有权要求经营者依照本法第四十九条、第五十一条等法律规定赔偿损失，并有权要求所受损失二倍以下的惩罚性赔偿。

【案例四】预付费形式的霸王条款？“走着瞧旅行”被指骗钱

11月7日，上海市虞女士向“电诉宝”投诉其于2021.5.28在“走着瞧旅行”的微信有赞店购买了预付费形式的旅游，价格1598元，页面介绍是“两年有效

期”“至少提前 15 天预订”“退订有损失扣除标准”。

2022.8.2 虞女士与店铺客服联系，表示疫情封锁无法出行，有效期也快到了，可否退款，客服以免费延期为理由表示不退款。2023.10.17 虞女士联系客服，要求使用产品，客服表示还没到可以预约的时间，所以又问了可否退款。10.19 虞女士接到客服电话，客服表示不能退款，一是因为这个产品本身就过期了，是给本人的福利才能延期再使用；二是他们给虞女士使用，只是约不到她要的时间，一切责任都在虞女士。

虞女士表示，当初购买页面上写了退款需要承担损失，但没写不能退款，客服表示因为产品已经过期，现在是延期福利所以不能退款。虞女士要求约的时间 12.28，客服又说自己没有开团，要等，说虞女士不懂行规。虞女士的诉求是退款，揭发他们用预付费形式的霸王条款欺骗客户金钱，没有出团根本不存在任何损失，强行不退款其实是在骗消费者的钱。

【案例五】预售票 7 天无理由内拒绝退款 “大麦网”被诉存霸王条款

11 月 8 日，广东省的林女士向“电诉宝”投诉称其 11 月 1 日预购比赛门票，还未正式售票，5 日由于个人行程安排当天有出差无法成行，由于门票为实名不能转让，实在没有办法希望退票。还在 7 天无理由退款范围内，但平台霸王条款不给退款。

林女士称，根据我国最新完善的《网络购买商品七日无理由退换暂时办法》和《消费者权益保护法》，消费者在网络台购买的商品除第二章外，应予以退。消费者处于弱势地位，需要法律的支持和保护，而服务提供方的“霸王条款”行为，也是对法律的蔑视。从购票到决定退票，中途也仅仅经过了 5 天的时间差，依旧处在七天无理由退款的时限内。服务提供方拒绝退款的行为已经严重侵害了自己的合法权益。

林女士表示根据《民法典》，不能改签不能退票的规定，属于网络购票平台一方不合理地免除或者减轻其责任、加重对方责任、限制对方主要权利的条款，属于无效的格式条款《消费者权益保护法》也将此种格式条款认定为无效条款，也就是所谓的“霸王条款”。

【案例六】使用数月后维修无关配件损坏 “万师傅”被指包庇客户乱退款

11月13日，广东省的全先生向“电诉宝”投诉称其是万师傅平台师傅，2023年9月8日在平台上看到了一个门禁维修的单子，当时就报价198元，然后客户就选中了自己，过去现场看了是显示器进水了，里面烧坏了，后来帮他代买了一个显示器换上去了，装完后全部检查过的一切正常，当时全部确认好的。

全先生表示然而2023年11月的时候，客户又说锁不上了，到现场看了，不是显示器的问题，是电机和电磁吸坏了，这个是要换配件的，客户不想出钱，就扯到自己身上，说没修好要投诉。全先生表示自己当时是换了显示器而已，客户用了几个月，其它地方坏了又不是自己弄的。全先生可以帮客户检修，但是要买配件，这客户就一直说不行。后来她投诉到平台，平台客服就判定退回198给她，全先生觉得这处理太不公平了，当时自己已经完成服务了，客户其它的配件坏了，肯定客户自己负责呀，又不是显示器坏了。

【案例七】“BOSS直聘”企业会员账号被永久封号 2万余元会员费退费无人搭理

11月15日，刘女士向“电诉宝”投诉称公司于2023年五月购买BOSS平台企业会员后公司用于招聘使用，不知为什么被永久封号并且封设备。刘女士表示自己个人想用平台应聘找工作与公司无关，要求恢复个人使用平台的权益解封自己的设备。

刘女士称既然企业不能正常使用，要求退费BOSS开通企业会员的费用23270元。刘女士称打BOSS官方电话一直在推脱无法解决，说1-3天有人联系，没有人管，当时找的BOSS销售后来也不搭理。

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，对此，Boss直聘工作人员向“电诉宝”发来反馈称：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。

【案例八】“如程”被指诱导消费 用户要求退还押金

11月19日，湖南省胡先生向“电诉宝”投诉称其于2021年11月通过互联网了解到如程，在其夸大宣传下，胡先生购买了会员，随后在官方小程序上定了两晚酒店，付款3000多押金。如程的规则是在会员期内的会员，只需要支付押金，便可在他们合作的酒店内免费入住，并且退房后立马退押金，而且入住不限次数。

一开始的一两次并没有任何问题，一直到有一次胡先生发现押金迟迟没有到账，就找他们的客服询问，客服推脱是系统故障，让他再等几天，再然后他们就诱导胡先生用押金购买他们的会员或优惠券，胡先生没有答应，再然后找他们也联系不上。

胡先生认为，如程的行为严重损害了他的消费权益，之前也在多个平台进行投诉，但均没有结果，胡先生的诉求是要求立马退还押金，并且道歉。

【案例九】“智行”未告知情况下擅自购买更贵机票？回应：已联系致歉

11月22日，广东省的黄女士向“电诉宝”投诉称其于2023年10月4日在智行平台购入东海航航空公司机票于11月27日从南京飞深圳的机票，该机票价格为1030元。11月20日下午15:58，发现在航旅纵横平台提醒这个机票订单完成退票，而后发现智行在未告知自己的情况下，重新帮购买了机票，打开之前的退票的订单和重新购买的机票对比价格相差了472元一张。

黄女士称自己在智行app上购买的机票实付与行程单价格严重不符合，第一时间电话咨询了东海航空公司，那边告知原先订单有行李额度但是智行那边擅自退掉重新购买的机票没有行李额度，在航旅纵横APP看到的原先是有额度，现在变成无额度。这也印证了航空公司没有说谎。跟智行平台客服对峙时他们那边说有额度。

黄女士表示不知道为啥智行会跟其它APP和航空公司的口径如此不一致，既然不确定有没有为啥当初要退自己那张票，请问智行平台把自己原本有额度弄成没额度却不告知消费就擅自帮消费者退单重订是什么情况？

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：企业已联系消费者致歉，经和消费者沟通，办理机票全退，消费者重新购票，企业承担退票费，消费者接受，达成一致。

【案例十】用户投诉“饿了么”无理由冻结账户 导致下单后被自动取消订单

11月30日，广东省的茹女士向“电诉宝”投诉称饿了么平台无法给出合理原因冻结茹女士用户账号，导致下单后被自动取消订单，账号里优惠无法使用。茹女士询问人工客服仅给出系统原因，无法告知解释，然后就挂断电话，要求继续等待。

茹女士认为，平台冻结原因极其不合理，随便冻结用户账号和优惠，侵犯消费者权益。并且不明确告知冻结原因。在没有合理原因下，依靠平台优势就随便冻结用户账号。平台随便挂电话，优惠也冻结不能使用。依仗平台优势，欺负消费者。

（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“双11期间”全国数字教育评级榜中：获“不建议下单”的有：一只船教育。

2023年“双11”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	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 20 家：

投诉量 TOP10 依次为：一只船教育、尚德机构、中公教育、中职通、潭州教育、帮考网、有道精品课、VIPKID、中安建培、赛优教育；

排在第 11-20 名的是：聚师网、网易云课堂、对啊网、兴为教育、小叶子陪练、深海教育、开课吧、嗨学网、神州国开教育、中安建培教育。



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 11月

1	一只船教育	2	尚德机构	3	中公教育	4	中职通
5	漳州教育	6	帮考网	7	有道精品课	8	VIPKID
9	中安建培	10	赛优教育	11	聚师网	12	网易云课堂
13	对啊网	14	兴为教育	15	小叶子陪练	16	深海教育
17	开课吧	18	嗨学网	19	神州国开教育	20	中安建培教育

(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案例，涉及聚师网、中职通、一只船教育、深海教育、兴为教育、帮考网、中公教育、尚德机构、赛优教育、高教通。

2023年“双11”期间数字教育典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
11月1日	聚师网	考试包过不过退费？学员反映“聚师网”工作人员消失找不到
11月7日	中职通	学生投诉学业繁忙要求退课“中职通”工作人员冷处理不回复
11月9日	一只船教育	高昂挂靠费？用户投诉“一只船教育”诱导消费且无法退费
11月11日	深海教育	“深海教育”用户账户被禁用多次联系无回复退款无果
11月13日	兴为教育	老板跑路？用户投诉“兴为教育”课程无法观看 客服失联
11月16日	帮考网	考试不过可退费90%？“帮考网”被指诱导报名退费难
11月17日	中公教育	“中公教育”考试不过全额退款？学员投诉退费超半年未处理
11月25日	尚德机构	“尚德机构”退费改休学 拖欠退款三年不解决
11月27日	赛优教育	“赛优教育”被指诱导学员报名多种理由扣除费用不退款
11月29日	高教通	“高教通”各种方式诱骗报名不知情的情况下被办理分期贷款

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

【案例一】考试包过不过退费？学员反映“聚师网”工作人员消失找不到

11月1日，贵州省的罗女士向“电诉宝”投诉称其于2021年9月15日左右被聚师网诈骗了5000元，当时几本书就要3000多，卷子2000多，说了不过退费，后来不退钱给我，人都消失了找不到，还把自己删了，到现在也没有处理。

罗女士表示自己的诉求退5000元的费用，到现在2023了，也没有退钱，人也找不到。骗自己缴费2000，一会又骗缴费1000，一会又骗缴费2000。就让一直给他们钱，给了好多钱，最后还把自己删了。

【案例二】学生投诉学业繁忙要求退课“中职通”工作人员冷处理不回复

11月7日，浙江省的王同学向“电诉宝”投诉称其于2023年4月17日在中职通工作人员的劝导下购买了胜利星球影视后期课程并进行学习，课程长达1年，为分12期付款，每月1期、共7680元、如今已付3840元，课程时长已达一半。现今因本人学生身份学业繁忙，故申请退课退费。

王同学称，中职通工作人员在劝说采用课程冻结以方便后续消费未果后，以对接报名老师为由，未告知学员相关退课退费事宜；且在工作日上班时间内未对学员消息理睬且基本不回复，服务质量差；王同学的诉求是及时返还相应费用、中止课程协议，保障学员权益。

【案例三】高昂挂靠费？用户投诉“一只船教育”诱导消费且无法退费

11月9日，重庆市杨女士向“电诉宝”投诉称其于2020年11月22日，一位一只船老师通过浏览器添加微信，告知杨女士符合国家一级消防工程师的报考条件，且自己单位是国家唯一认可的消协会会员单位，师资力量雄厚，预报名即将截止。让杨女士先交500定金，后又交6480元，于是杨女士报名一只船教育的无忧班，告知杨女士3年不过包退。

随后又有老师来诱导消费，他们提供特训班，一周只有两节课。杨女士表示由于自己一直没有时间，既要上班又要带小孩，上课也挺难，于是就没去考试。

杨女士现在咨询老师退费，但对方却要自己提供成绩与当初承诺的不同，当时告知拿到证书可以挂靠单位，一年有10万余。杨女士表示自己现在的诉求就是退费。

【案例四】“深海教育”用户账户被禁用 多次联系无回复退款无果

11月11日，山西省的李女士向“电诉宝”投诉称其于2021年3月7日在淘宝平台上的深海教育缴费3480元参加人力资源管理师中级培训，一直没有负责人联系上课等，合同签订后一节课也未上，多次联系联系售后人员要求退费，结果没人回复，电话不接，邮件投诉无反馈，拨打12315也没有任何回复。

李女士称如今深海教育App的账户也已经被禁用，登录不上，点击后发现用户账号已被停用，多次联系没有结果，不给回复，也不给退费。

【案例五】老板跑路？ 用户投诉 “兴为教育” 课程无法观看 客服失联

11月13日，吉林省于先生向“电诉宝”投诉称其于2023年5月11日购买兴为教育网课，花费659.75元，8月中旬网课就不能看了，联系退费和售后，但联系不上人。联系班主任得知网校黄了，老板跑路了，宣布倒闭了，他们工资也没发，各种打官司，网课也全都停了。

于先生表示，本来是买两年的课，结果都没怎么看，就不能看了，联系班主任，她说她也没办法，找不到老板，让自己联系售后。于先生上网一查才知道，说是公司资金链断了，但是需要把自己的课程费退还，毕竟这是他们的问题，这种行为无异于骗钱。

【案例六】考试不过可退费 90%？ “帮考网” 被指诱导报名退费难

11月16日，吉林省的张先生向“电诉宝”投诉称其于2023年4月8日诱导方式购买帮考网中级经济师课程，在此之前帮考网销售人员一直打电话，诱导张先生消费购买帮考网中级经济师课程，张先生在帮考网销售人员诱导下用支付宝花呗分期购买了帮考网中级经济师课程，在此帮考网承诺不过给退90%费用。

张先生表示这个订单均是在帮考网不属实的狂轰滥炸下交费的，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。

张先生表示自己没有要求全额退款，可以按照课时或者不过退款90%，因为个人不可抗拒的原因无法上课，再扣除5%的管理费，自己都能接受，但是目前帮考网的做法很不合理。

【案例七】“中公教育” 考试不过全额退款？ 学员投诉退费超半年未处理

11月17日，胡先生向“电诉宝”投诉称其于2022年4月25日与北京中公教育科技有限公司签订培训服务协议书，考试不通过全额退款。于今年3月25日向中公教育申请34000元的退款，现在已经超过合同约定的45个工作日期限，已经逾期跟客服沟通还要继续拖款。

胡先生表示家里急需用钱，北京中公教育总部负责全国学员退款，还请北京中公教育总部立即退还自己34000元。

【案例八】“尚德机构”退费改休学 拖欠退款三年不解决

11月25日，陕西省的董先生向“电诉宝”投诉称其于2020年10月26日在尚德机构人员的指导下分期支付12680元的课程费用，于2020年11月30日申请退学退费，尚德机构老师让自己改成了休学，且没退费，说后续等电话。

董先生称过了一段时间尚德机构工作人员来了电话说不退，中间又申请退费，让撤销退费申请。一直退不了自己也开始迷茫了，后续不了了之。于2023年11月24日突想起此事，想要维护自己的财产权益。2023年11月25日尚德机构又打来电话说反馈售后。董先生表示普通人的钱就不是钱了吗？

【案例九】“赛优教育”被指诱导学员报名 多种理由扣除费用不退款

11月27日，江苏省胡女士向“电诉宝”投诉称其经赛优教育某果果老师介绍诱导报名心理学考证班，声称通过率90%，于是胡女士于2023年10月11日通过微信平台支付3000元后，考前交取考试费用490后，各种乌龙不断，教材书本考前一周催促后才邮寄，考试网登录不上。

胡女士表示，考前一天某果果老师又打电话劝胡女士说明天考试别考了，现在可以考取高级催眠师证，声称有考试题库，保证百分百通过，胡女士忽觉这可能是欺诈消费，于是要求取消考试，退取报名费用，赛优教育以各种理由，霸王条款等扣除报名费用，不退款。

【案例十】“高教通”各种方式诱骗报名 不知情的情况下被办理分期贷款

11月29日，山西省的陈女士向“电诉宝”投诉称其于2022年11月在手机上浏览了有关学历提升的网站，然后高教通教育机构的销售人员就联系到自己，以各种方式诱骗报考学历，例如明年报考改革，没有高中学历无法报考等手段诱骗报考学历，还说当时有助学金制度，于是就报了名。

陈女士称过了一天就感觉不太对，跟当时让付款的老师申请退费，那个老师推三阻四，说有程序，当时退不了，以各种理由推诿，后续再联系就无人应答。今天才发现他们当时收费还以自己的名义办了分期贷款，这个是自己不知情的情况下办理的。

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"/>	<input type="text"/>
所在地*	<input type="text"/>	邮箱* <input type="text" value="example@qq.com"/>	投诉对象*	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经济媒体、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《2023 年“双 11”期间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12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)

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)

