

2023年度 中国生鲜电商消费投诉数据与典型案例报告

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03月06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	5
(一) 投诉问题类型分布	5
(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) “美团优选”投诉数据与典型案例	8
(二) “年丰大当家”投诉数据与典型案例	12
(三) “盒马鲜生”投诉数据与典型案例	14
(四) “朴朴超市”投诉数据与典型案例	17
(五) “Flowerplus 花加”投诉数据与典型案例	20
(六) “叮咚买菜”投诉数据与典型案例	22
(七) “本来生活”投诉数据与典型案例	24
(八) “花礼网”投诉数据与典型案例	25
(九) “中粮我买网”投诉数据与典型案例	27
(十) “美菜网”投诉数据与典型案例	28
四、关于我们	29
(一) 关于电诉宝	29
(二) 关于网经社	31

一、报告摘要

2023年，生鲜电商踏上折扣化路程，叮咚买菜开折扣店，盒马放弃会员制，谊品生鲜转型批发。生鲜电商领域内投诉事件也频频发生，主要问题为生鲜食品质量欠佳、生鲜配送不及时、生鲜定价不合理等。

根据“电诉宝”2023年受理的中国生鲜电商领域用户有效投诉显示，入选投诉榜的依次为：**美团优选、年丰大当家、盒马鲜生、朴朴超市、Flowerplus花加、叮咚买菜、本来生活、花礼网、中粮我买网、美菜网**。此前，永辉超市、多点、我厨、大润发优鲜、利淘网等生鲜电商平台也遭遇过类似投诉。

而在“2023年全国生鲜电商消费评级榜”中，年丰大当家、盒马、美团优选均获“不予评级”。



2023年 生鲜电商投诉榜

- | | | | |
|--------|---------|--------|----------------|
| 1 美团优选 | 2 年丰大当家 | 3 盒马鲜生 | 4 Flowerplus花加 |
| 5 叮咚买菜 | 6 本来生活 | 7 花礼网 | 8 中粮我买网 |
| 9 美菜网 | | | |



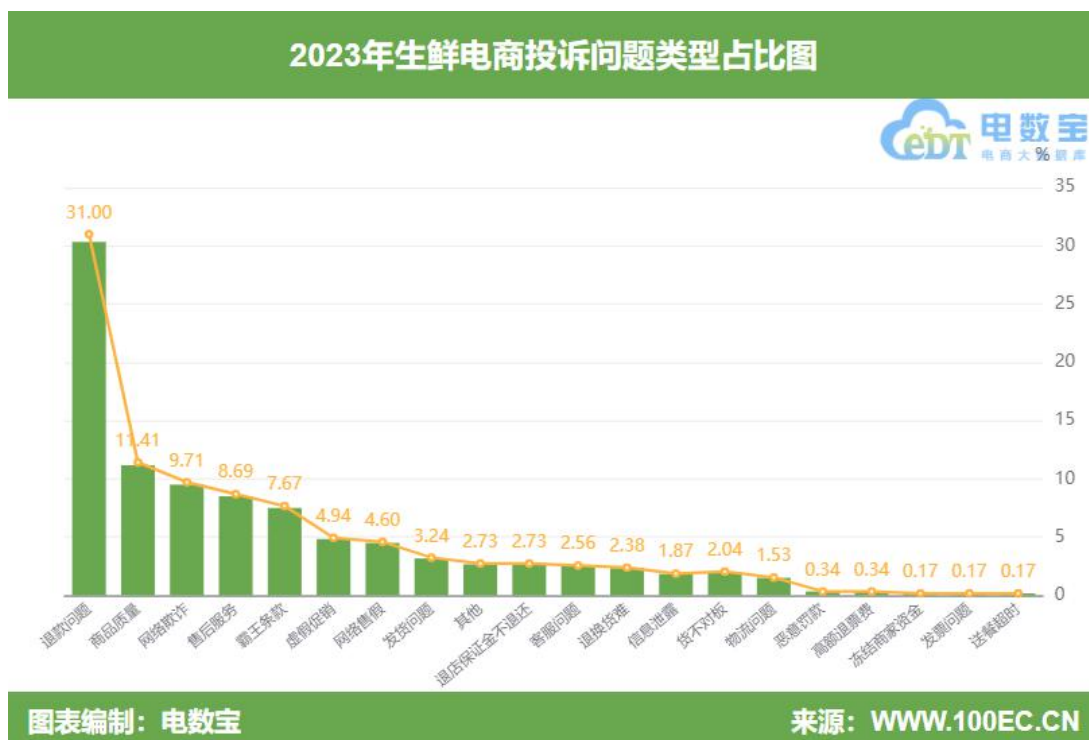
电商投诉，就上“电诉宝”

在此背景下，2024年3月6日，依据国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）2023年全年受理的全国237家互联网消费平台纠纷案

例大数据，“一带一路”TOP10影响力社会智库网经社电子商务研究中心例行发布《2023年度中国生鲜电商消费投诉数据与典型案例报告》。

二、整体数据

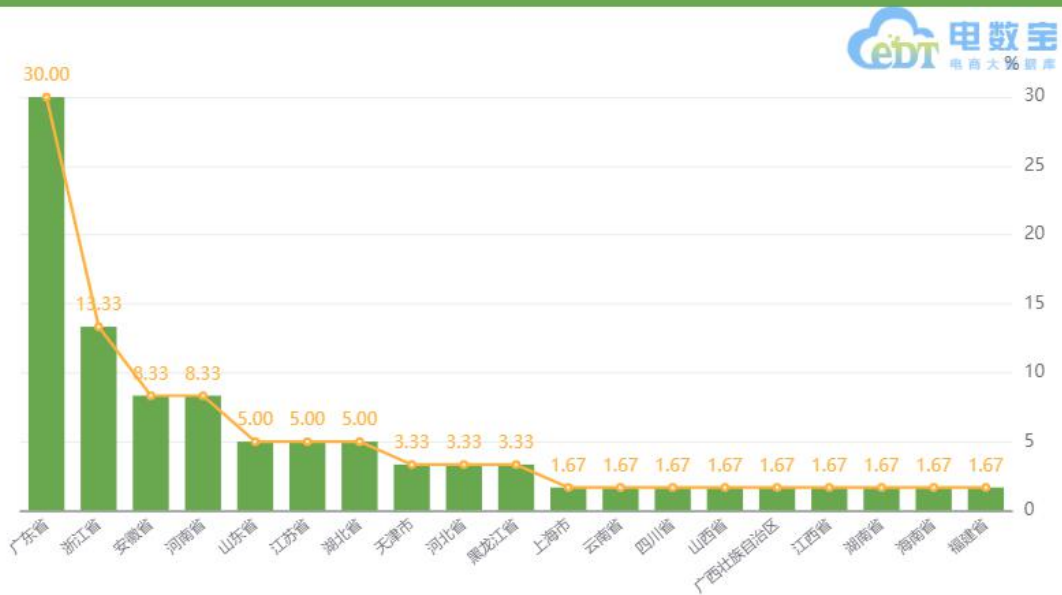
（一）投诉问题类型分布



据“电诉宝”显示，2023年全国生鲜电商用户投诉问题类型主要包括退款问题（31.00%）、商品质量（11.41%）、网络欺诈（9.71%）、售后服务（8.69%）、霸王条款（7.67%），其余分别为虚假促销、网络售假、发货问题、退店保证金不退还、客服问题、退换货难、信息泄露、货不对板、物流问题、恶意罚款、高额退票费、冻结商家资金、发票问题、送餐超时等。

（二）投诉地区分布

2023年生鲜电商投诉地区占比图



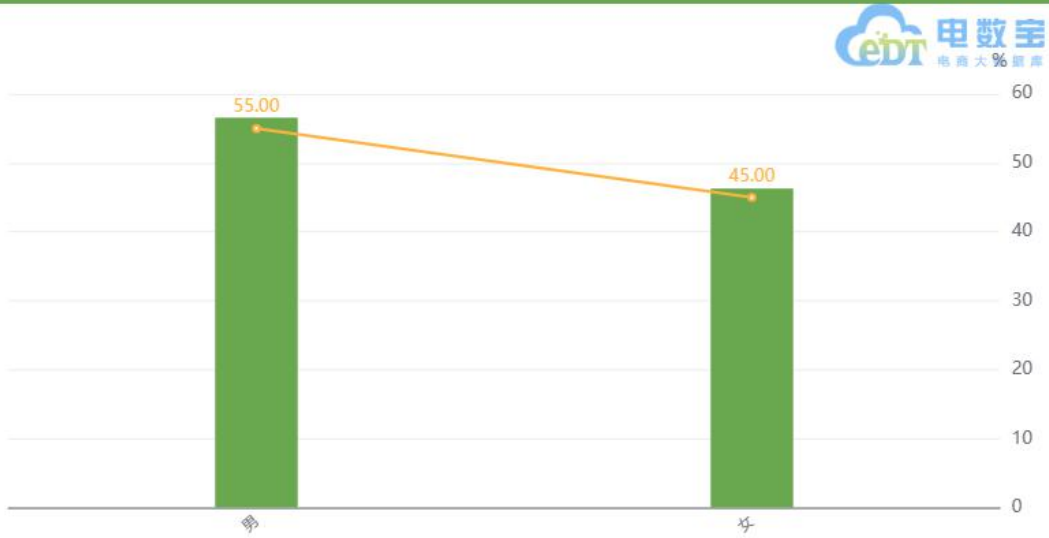
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

同时，“电诉宝”受理投诉用户聚集地区 TOP10 依次为广东省（30.00%）、浙江省（13.33%）、安徽省（8.33%）、河南省（8.33%）、山东省（5.00%）、江苏省（5.00%）、湖北省（5.00%）、天津市（3.33%）、河北省（3.33%）、黑龙江省（3.33%）。

（三）投诉用户性别分布

2023年生鲜电商投诉性别占比图



图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

据“电诉宝”显示，生鲜电商 2023 年男性用户投诉比例为 55%，女性用户投诉比例为 45%。

（四）投诉金额区间分布

2023年生鲜电商投诉金额占比图



图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

据“电诉宝”显示，2023年生鲜电商投诉金额分布主要分布为：0-100元（33.33%）、100-500元（20.00%）、1000元-5000元（8.33%）、500-1000元（5.00%）、5000-10000（1.67%）。

三、评级数据与典型案例

（一）2023年“美团优选”获“不予评级”

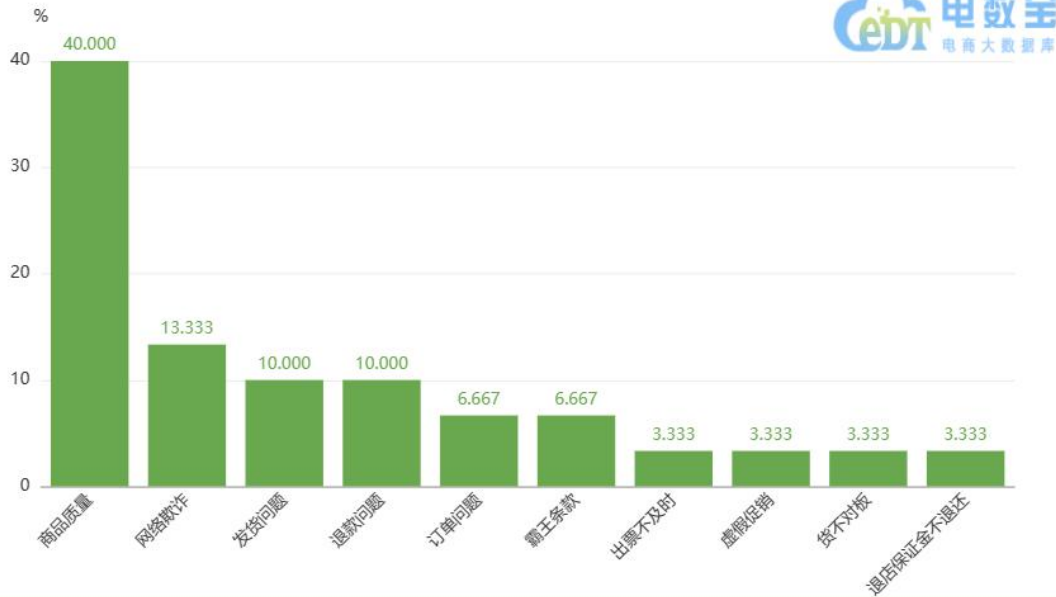
据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2023年“美团优选”共获得16次消费评级，均为“不予评级”，2023年整体消费评级为“不予评级”。

美团优选电商消费2023年评级数据						
年份	时间段	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
2023年	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	12月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	10月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	9月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	8月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	7月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	6月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	5月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	4月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	1月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

图表编制：电诉宝（网络消费纠纷调解平台）数据来源：WWW.100EC.CN

2023年“美团优选”涉嫌存在商品质量、网络欺诈、发货问题、退款问题、订单问题、霸王条款、出票不及时、虚假促销、货不对板、退店保证金不退还等问题。

美团优选2023年全年投诉问题类型占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

用户投诉“美团优选”的消费金额主要在 0-100 元、100-500 元、500-1000 元、1000-5000 元、5000-10000 元区间。



【案例一】两毛钱的诚信？“美团优选”被指预售商品涨价要求强制退款拒不发货

12月10日，河北省的赵先生向“电诉宝”投诉称，他的家人于12月9日在美团优选下单购买了白菜，12月10日，接其固定内容语音电话通知，被告知白菜送不到了，赵先生随后登陆平台确定其不送的原因是“缺货”。

赵先生表示自己随后在平台看到这个商品还在销售，仅仅是每份涨了0.2元，并且平台不支持缓送，必须退款。赵先生认为其实这就是预售商品的价格在一天内发生了变化，价格上升，商家就贪图利润不发货了，并且必须让消费者退货。赵先生表示如果价格下降，商家也绝不可能退款。

赵先生认为预售是诚信的最明显表现，也正验证出美团优选的不诚信，两毛钱的诚信实在可笑。这明显是因为价格问题，拒不发货，欺骗消费者；其次是利用霸王条款，强制退单。

【案例二】“美团优选”被指欺骗消费者 私自取消订单 平台却仍售卖此商品

9月4日，江西省的刘先生向“电诉宝”投诉称，他于2023年9月1日在美团优选平台下了10台电风扇的订单，到了2023年9月3日的发货时间。美团优选以商家送货不足的借口不给刘先生发货，还私自取消订单，但实际平台还一直在卖此款电风扇。刘先生认为这明显就是欺骗消费者，侵害了消费者的权利。

刘先生表示希望电诉宝平台，给消费者一个公道，公正，公开，的处理方式，让美团优选平台认识到自己的错误，给消费者合理的答复，让消费者满意的答复。

【案例三】商品为果蔬生鲜类拒绝便退货退款？“美团优选”被指食品未达食用标准

8月2日，广东省的查女士向“电诉宝”投诉称其于7月31日在美团优选电商平台（陈阿姨便利店提货）购买了两个菠萝蜜，到货后查女士发现果品还未成熟，达不到食用标准，于是拒绝提货，并在平台APP办理退款售后，平台却以

商品为果蔬生鲜类拒绝退货退款。查女士再次申请退款，平台以同样理由拒绝。查女士称好不容易打通客服投诉却是机器人，最终未得到任何结果，并认为此种行为损害了查女士作为消费者的正当权益。查女士希望平台能负起责任，协助办理退货退款。

【案例四】榴莲缺斤少两？“美团优选”被指虚假宣传 实物与商品描述不符

5月24日，云南省的杨先生向“电诉宝”投诉称，他于2023年5月22日在美团优选平台上下单1.75公斤（±0.25公斤）的泰国金枕榴莲，但收到货后觉着分量有点轻，于是拿来称称了下发现明显低于商品描述的1.75公斤，只有1.35公斤。

杨先生表示，如果自己没有去称下，不就被美团优选给骗了嘛，美团优选虚假宣传，欺骗消费者。杨先生的诉求是美团优选平台同意他的退款申请并原路退回我钱款。

【案例五】重复购买不允许？“美团优选”被指未告知理由肆意自动退款

4月25日，广东省的钟女士向“电诉宝”投诉称，她于2023年4月23-25日分别用两个手机账号下单了带有秒杀字眼的菜，下单成功之后给她自动退款，在那期间，并没有任何客服告知钟女士，这是产生了什么问题，是什么问题导致的退款。

后面钟女士找了客服，客服说是她重复切换两个账号购买导致的；钟女士认为第一，平台没有明确说明，只能用一个账号购买带有秒杀字眼的活动，第二：有两个手机号，切换购买不是很正常嘛。为什么不行呢，请说明原因！第三：平台称自己有一个手机号码参与此类活动，但是两个账号都被自动退掉，这怎么说明钟女士是参与过这个活动了，这又是怎么解释呢。钟女士表示需要专业的回复！第四，美团优选页面没有明确告知消费者，只限一个账号下单，且不能切换账号购买，这点又如何解释呢，请明确解释清楚。

(二) 2023 年“年丰大当家”获“不予评级”

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2023 年“年丰大当家”共获得 9 次消费评级，均为“不予评级”，2023 年整体消费评级为“不予评级”。

年丰大当家电商消费2023年评级数据						
年份	时间段	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
2023年	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	12月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	11月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	10月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	2月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

图表编制：电诉宝（网络消费纠纷调解平台）
数据来源：WWW.100EC.CN

2023 年“年丰大当家”涉嫌存在网络售假、发货问题、商品质量、虚假促销、退店保证金不退还等问题。用户投诉“年丰大当家”的消费金额主要在 100-500 元、0-100 元、1000-5000 元区间。



【案例一】更名后就不管旧订单了？“年丰大当家”被指阳澄湖大闸蟹蟹卡无法提货

12月5日，广东省梁先生向“电诉宝”投诉称，其于2022年9月在微信小程序-年丰大当家处购买了阳澄湖大闸蟹蟹卡。梁先生本着年丰大当家在首页不断强调自己是顺丰快递公司旗下购物平台的信任，直接在该处购买了多张蟹卡，其称在当年均可以顺利提货，发货也是通过顺丰快递邮寄，有效期为3年。

梁先生称，到今年9月，年丰大当家小程序已无法打开，原购买蟹卡时发送的短信网址也同样无法登陆。后续年丰大当家改名为年丰大当家优选，但是新的平台对于旧订单均以查不到为由不处理，只推送商家电话。但是梁先生跟商家联系后，商家以顺丰公司欠他们货款为由也不负责。梁先生的诉求是让年丰大当家退款。

【案例二】三年有效期卡券无法提货？“年丰大当家”被指联系不上人

11月22日，浙江省张女士向“电诉宝”投诉称，其于2022年购买年丰大当家蟹卡（公蟹4.5两4只+母蟹3.0两4只），卡券自购买日期三年内有效。

今年张女士想要提货时，联系不到客服人员，电话无人接听，公众号客服无人在线回应。

【案例三】“年丰大当家”蟹券无法兑换 消费者投诉无门

10月19日，湖北省王女士向“电诉宝”投诉称，其于2022年8月底在年丰大当家里购买了螃蟹券，说是有3年的有效期，今天王女士去网站提货时发现根本就没有提货窗口，并且年丰大当家更换了新的公众号，没有了订单记录。王女士称，现在打年丰大当家的客服电话也没人接，发消息客服也不理。苏州冠景农业也不受理，说这不是他们的货。王女士现在不知道从哪个平台可以兑换了，当时购买的价格是468元，希望能有关人员出来解决。

【案例四】“年丰大当家”被指水果克重不足 商家回复避重就轻

3月3日，广东省游先生向“电诉宝”投诉称，其于2023年2月25日在年丰大当家，店铺名：全网优选，购买四川红颜巧克力草莓2500g，25-30克每果。收到的水果却是又小又坏，克数不足10克每颗，而且很多烂果。游先生称商家回复避重就轻，询问是否重量不足，回答含糊，或者不回复。平台也是没有客服人员应答，只有机器人回复，游先生申诉处理却没有应答。

【案例五】用户称“年丰大当家”退店保证金迟迟不到账 联系对接人对方表示已离职

2月25日，山东省尹女士向“电诉宝”投诉称，其公司于22年1月在顺丰商城（后改名年丰大当家，年丰小当家）开办了维多利水产店，并缴纳了20000的保证金。22年12月尹女士公司因转型需要关闭在大当家、小当家开设的店铺。12月开始申请退店，1月份将所有资料邮寄到大当家总部，后台显示次月15号保证金到账，但是2月15号保证金迟迟不到账。尹女士联系大当家招商经理，对方表示已经离职，给了两个联系电话，但是这两个电话打不通，大当家商家微信也没有回复。

（三）2023年“盒马鲜生”获“不予评级”

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2023年“盒马”共

获得10次消费评级,均为“不予评级”,2023年整体消费评级为“不予评级”。

盒马鲜生电商消费2023年评级数据

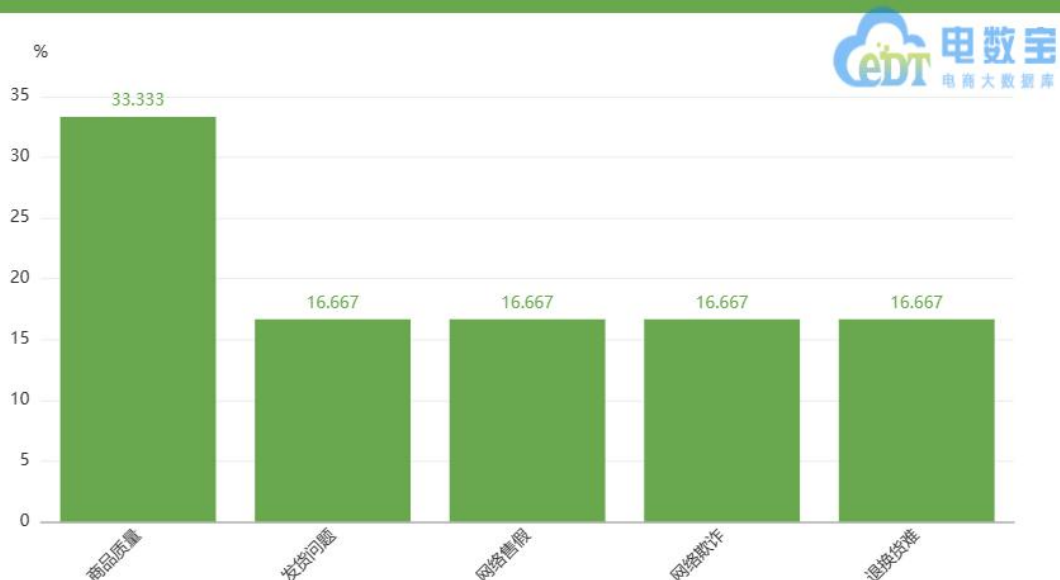
年份	时间段	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
2023年	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	10月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	7月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	2月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	1月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

图表编制:电诉宝(网络消费纠纷调解平台)

数据来源:WWW.100EC.CN

2023年,“盒马鲜生”涉嫌存在商品质量、发货问题、网络售假、网络欺诈、退换货难等问题。

盒马鲜生2023年全年投诉问题类型占比图



图表编制:电数宝

数据来源:WWW.100EC.CN

用户投诉“盒马”的消费金额主要在100-500元、0-100元区间。



【案例一】用户申请7天无理由退货 却被“盒马”客服以商品拆封影响二次销售为由拒绝

10月14日，广东省罗先生向“电诉宝”投诉称其于2023年10月8日在盒马APP购买了无线蓝牙耳机，收到货物试听音质后，罗先生发现耳机音质与宣传严重不符，听后脑子嗡嗡响。罗先生于第二天申请7天无理由退货，客服以商品拆封影响二次销售为由拒绝。现罗先生求助平台介入，希望退货退款。

【案例二】“盒马”被指商品质量出现问题 用户要求赔偿

7月27日，湖北省刘女士向“电诉宝”投诉称其于2023年7月26日在盒马鲜生app购买了西瓜，第二天到货，刘女士拆开后发现西瓜是烂的，要求赔偿。

【案例三】声称当日达却配送超时？“盒马”被指涉嫌欺诈消费者

3月15日，湖南省余先生向“电诉宝”投诉称其于3月8日晚上在盒马鲜生购买晚餐，其中商品之一牛排到现在未发货，客服也不提供发货时间。余先生认为，盒马作为当日达却未启动配送，货物配送超时，涉嫌欺诈消费者。

【案例四】配送出现问题竟由消费者买单？用户要求“盒马”补发商品

2月2日，浙江省陈先生向“电诉宝”投诉称其于2023年1月31日在盒马APP购买洗面奶一支，优惠完付款324.72元。2月1日配送员把商品配送到其他门牌号，没有送至陈先生家。陈先生联系客服要求补发，客服专员要求陈先生退款，退款完后重新下单，但中间的差价由消费者全部买单。陈先生表示，消费者的时间成本难道不算？这之间的损失难道是消费者造成的吗？

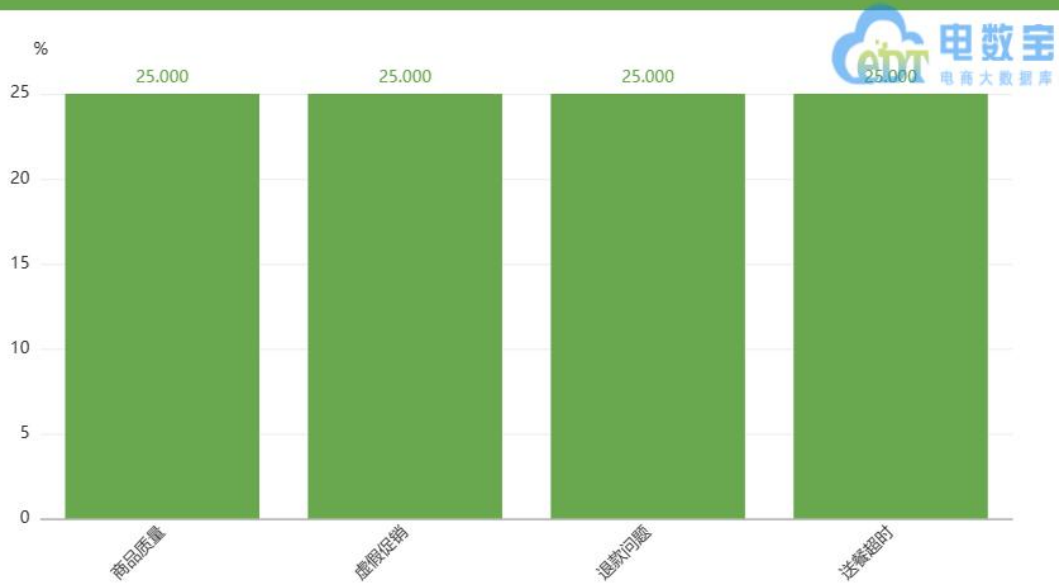
【案例五】用户投诉“盒马”侵犯财产权 充值兑换120元卡券仅有20元

1月29日，江苏省的曹先生向“电诉宝”投诉称，其于2023年1月19日通过中国建设银行手机银行兑换120元盒马生鲜卡，实际只到账20元，曹先生联系盒马平台以及易乐兑平台，对方称是充值出现问题，没办法解决。曹先生表示疑惑，有图有真相，为什么易乐兑平台会欺诈消费者？曹先生还表示，盒马鲜生归属于阿里巴巴就能这样不顾消费者的合法权益吗？曹先生认为这侵犯了他的财产权，他的诉求是尽快退回100元，或者补发积分。

(四) 2023年“朴朴超市”获“不予评级”

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2023年“朴朴超市”共获得9次消费评级，均为“不予评级”。

朴朴超市2023年全年投诉问题类型占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

2023年“朴朴超市”涉嫌存在商品质量、虚假促销、退款问题、送餐超时等问题。用户投诉“朴朴超市”的消费金额主要在0-100元区间。



【案例一】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。

【案例二】“朴朴超市”不显示差评？用户称违反《消费者权益保护法》

5月31日，广东省庞先生向“电诉宝”投诉称其于2023年5月29日在朴朴超市app购买了一款商品名为“锦州百合小菜爽脆贡菜300g”，庞先生收到货后开封尝试口味无法接受，查看商品配料表发现添加剂内容丰富，不适合其个人食用，于是对商品给了差评。庞先生于5月31日回访app查看评价展示情况，发现他的评价平台没有展示。于是庞先生又对2023年1月7日订单的另一条商品差评复核展示情况，订单号为（0465673096877204），通过商品页面底部的评价查看，筛选了按最新日期排序，查看对应日期的评价，确认这一差评平台也没有给予展示。

庞先生称，根据《消费者权益保护法》，差评权属于《消费者权益保护法》明确赋予消费者享有的对商品和服务进行监督的权利，也是保护消费者知情权和选择权的关键。只有消费者通过浏览、分析各种好评和差评，并参考相关网站上对商家和商品总体评分，才能做出最符合自己真实意思的判断和选择。尊重和保护消费者“差评权”是展示、披露商品信息的重要内容，是商家不可推卸的义务。

【案例三】“朴朴超市”被指死鱼当活鱼卖 客服推卸责任

3月16日，广东省的黄先生向“电诉宝”投诉称，他于2023年3月13日在朴朴超市购买鲜活大头鱼一条，出现购买鲜活的鱼送过来却是死了很久发臭的鱼，侵害了黄先生作为客户正常消费应有的食品安全权益。黄先生的诉求是朴朴超市提供宰杀监控，并且退一赔三！

黄先生表示商品肉眼可见的不新鲜，且鱼肉发硬，散发出放置了很久的腐蚀的臭味，和新鲜宰杀的鱼完全不一样，且表面没有鱼鳞刮打痕迹，鱼头附近开始腐烂变质，鱼头上角质层已经脱落。黄先生称商品严重变质，朴朴平台欺诈消费者！并且反馈客服，客服推卸责任不作为，不处理。

(五) 2023年“Flowerplus花加”获“不予评级” 存发货问题等

据网经社旗下电商大数据“电数宝”监测数据显示，2023年“Flowerplus花加”共获得5次消费评级，均为“不予评级”。

Flowerplus花加2023年全年投诉问题类型占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

2023年，“Flowerplus花加”涉嫌存在发货问题、商品质量、退款问题等问题。用户投诉“Flowerplus花加”的消费金额主要在0-100元区间。



【案例一】“Flowerplus 花加”骗钱赚取利益？用户投诉其久未发货

1月13日，广东省朱先生向“电诉宝”投诉称，其于2023年1月4日在花加鲜花平台购买鲜花，当日就咨询客服怎么要那么久发货，他们说10号前能发货。在10号当天朱先生查询物流信息发现没有任何结果，在他们平台查询也没结果，于是12号当天朱先生继续查询物流信息，还是没有任何结果。

朱先生联系商家客服，显示在排队30多个。朱先生留言给客服希望回复，到了13号还是没任何结果。于是朱先生咨询客服，客服开始一直不搭理，最后直接说退款就是了。朱先生怀疑他们就是这样骗取全部消费者的钱在他们账户呆上10天以上，给他们赚取利益。

【案例二】24小时内才能售后？“Flowerplus 花加”被指花朵不开

3月4日，广东省张女士向“电诉宝”投诉称，其于2023年2月27日签收了花加平台买的39.9鲜花盲盒，当时收到有3种，其中一种还没开花，另一种是掉头也没不新鲜，紫色的是本来就可以当干花养，直到今天第5天，没开花的依然不开花，掉头的越是凋谢的快，当干花的也变黄变干了。张女士找客服，对

方表示签收 24 小时内才能售后，问题是不开花的不止 24 小时了。

(六) 2023 年“叮咚买菜”获“不予评级” 存发货等问题

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2023 年“叮咚买菜”共获得 6 次消费评级，均为“不予评级”。



2023 年，“叮咚买菜”涉嫌存在**发货问题**、**订单问题**、**送餐超时**等问题。用户投诉“叮咚买菜”的消费金额主要在 100-500 元区间。



【案例一】“叮咚买菜”被指配送超时严重 用户要求赔付 75%订单金额

1月2日，浙江省的蔡女士向“电诉宝”投诉称，其于2023年1月2日17:32:37在叮咚买菜购买总计142.97元的商品，订单显示预计送达时间是1月2日18:00-19:00，结果超时半个多小时还未送达，期间蔡女士联系叮咚买菜，客服不作响应，显示排队中，在等待了18分钟后才联系到客服人员。

蔡女士称，客服人员并未给到实际解决方案，且因骑手正在配送中并无退款选项，最后在超时35分钟后，也就是下单后两个多小时才予以送达。蔡女士请求叮咚买菜给予超时半个多小时订单金额75%的赔付，并说明超时原因。

【案例二】莫名其妙被取消订单 用户称“叮咚买菜”无任何解释

9月24日，浙江省的林女士向“电诉宝”投诉称，其于9月24日13:41在叮咚买菜下单两个订单。等待2小时后，在林女士本人毫不知情的情况下被取消订单，叮咚没有任何解释。

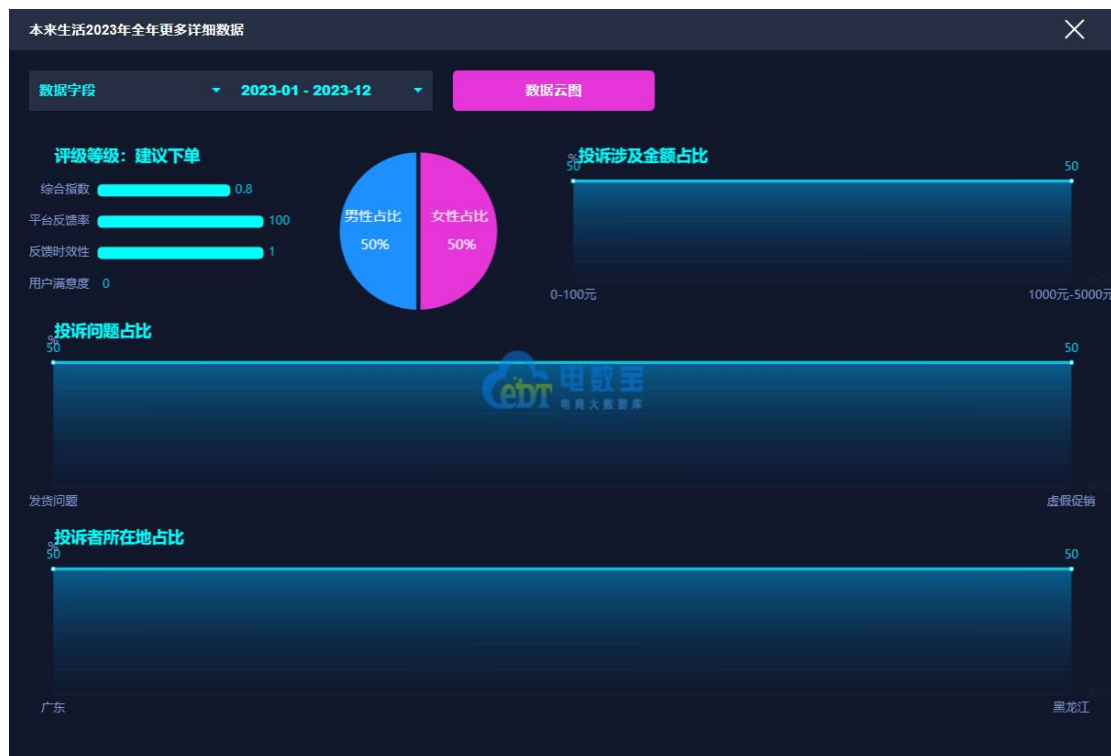
(七) 2023 年“本来生活”获“建议下单”

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2023 年“本来生活”共获得 4 次消费评级，均为“建议下单”。

本来生活电商消费2023年评级数据						
年份	时间段	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
2023年	全年	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2023年	上半年	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2023年	第一季度	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2023年	3月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单

图表编制：电诉宝（网络消费纠纷调解平台）数据来源：WWW.100EC.CN

2023 年，“本来生活”涉嫌存在发货问题、虚假促销等问题。用户投诉“本来生活”的消费金额主要在 0-100 元、1000-5000 元区间。



【案例一】“本来生活”产品耽误救治？回应：已联系客户协商先办理商品退款

3月3日，广东省滕女士向“电诉宝”投诉称，其于2022年2月26日在本

来生活平台购买了 only & home 智能手环 KL - SH -08。滕女士父亲 79 岁，一直说失眠，但是手环显示他的深睡眠和浅睡眠都足够，其他数据也都正常，滕女士以为他糊涂没有就医，但 5 月查出胃癌并扩散，卧床期间常用这款手环监测，一直都得到正常的血压、心率、血氧和睡眠数据。

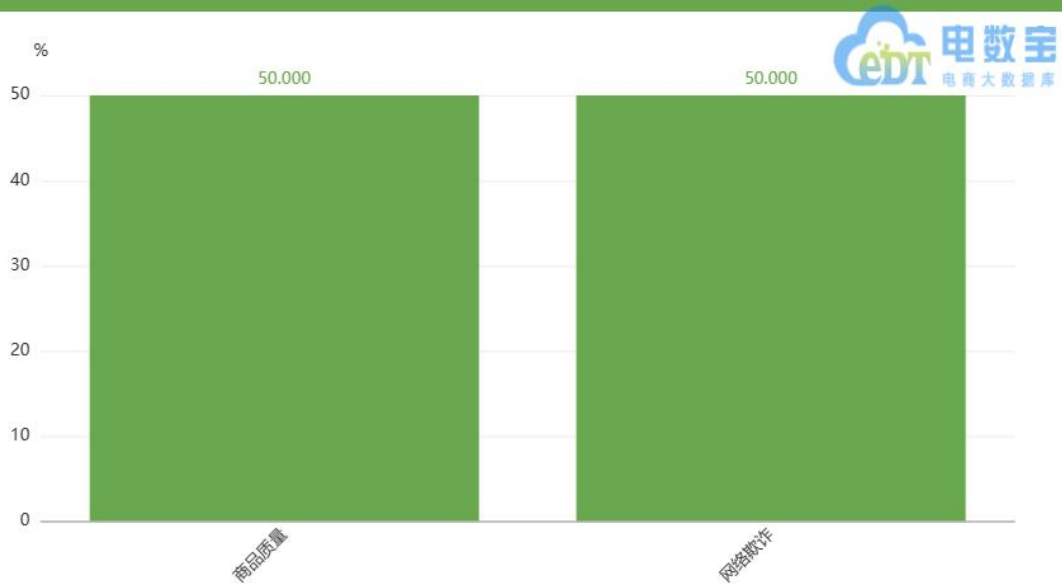
6 月 30 日，滕女士发现叫不醒他，手环显示心率和血压都正常，以为他在昏睡中，实际上已经去世。由此滕女士对这个产品产生怀疑，就用手环对桌子、靠枕进行了测试，居然都得到了相应的数据。在滕女士父亲重病期间及去世后一直得到健康的心率和血压等数据，对物品也能测出数据。滕女士认为，该产品完全不具备相应的功能，连死活都无法区分的产品耽误了父亲的救治，要求商家赔偿损失。

对此，本来生活回复称：这款商品是靠红外线感应的，放在桌子上可以测出数据的情况但都是不准确的。产品说明上面有明确标注产品不作为医疗用途及依据，切不可依此测量结果自我诊断及治疗。建议根据病情及时就医。商品资质齐全，确实无法满足客户的要求。已联系客户协商先办理商品退款，商品自行处理，关于客户要求的赔偿我司无法满足。

(八) 2023 年“花礼网”获“不予评级”

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2023 年“花礼网”共获得 4 次消费评级，均为“不予评级”。

花礼网2023年全年投诉问题类型占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

2023年，“花礼网”涉嫌存在商品质量、网络诈骗等问题。用户投诉“花礼网”的消费金额主要在100-500元、1000-5000元区间。



【案例一】等待一天仍未配送 用户投诉“花礼网”诈骗

2月15日，江苏省洪女士向“电诉宝”反映称，其于2023年2月13日晚上预定2月14日一束价值1356的花，结果第二天一直不配送，洪女士发客服信息发现完全没人搭理，上面一直显示配送也没有退款界面。洪女士一直等，结果晚上11点才送达，耽误了她一天的行程。

洪女士表示，花跟宣传图完全不符合，花多数凋谢还有几朵折损，放桌面还站不稳，怀疑从垃圾桶捡来的，这么贵花钱买来的这玩意儿？于是洪女士立马又联系客服，电话到今天完全没人接，这不是诈骗吗？

(九) 2023年“中粮我买网”获“不建议下单”

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2023年“中粮我买网”共获得6次消费评级，均为“不建议下单”评级。



2023年“中粮我买网”涉嫌存在网络欺诈问题。用户投诉“中粮我买网”的消费金额主要在500-1000元、1000-5000元区间。

【案例一】甩锅警察？“中粮我买网”被指账户冻结无法处理

4月27日，广东省李先生向“电诉宝”投诉称，其之前在中粮我买网购买了礼品卡，绑定以后账户被冻结了，李先生联系客服，对方一直让他去找警察。李先生认为，500元被冻结，联系警方也没有用，客服什么也不处理，一直甩锅给警方。

【案例二】三年来问题仍未解决？“中粮我买网”被指商品量少价高

2月26日，天津市钟先生向“电诉宝”投诉称其中粮我买网账户余额4929.4元，但目前网站自营商品全部下架，只能在中粮品牌、我买优选中购买商品，其中多数商品显示售罄（长期显示今日售罄），所能购买商品极少。钟先生还称，并且与市场同类型商品比较，价格奇高。钟先生三年来多次与中粮我买网客服（4000055678）反应以上问题无法解决。

(十) 2023年“美菜网”获“不建议下单”

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2022年“美菜网”共获得4次消费评级，均为“不建议下单”评级。



2023年“美菜网”涉嫌存在商品质量问题。用户投诉“美菜网”的消费金额主要在100-500元区间。

【案例一】购买鸡肉只送来鸡骨架？用户要求“美菜网”赔偿损失

6月7日，浙江省陈先生向“电诉宝”投诉称，吾尚生物科技有限公司食堂于2023年6月7日在美菜上买的三黄鸡（订单号2020482261）出现质量问题，商家以次充好，把鸡肉割走，只送来鸡骨架，陈先生要求商家赔偿损失，（以前还买了很多商品有问题的一直都没有处理，都是直接让供应商联系，后面都没有下文了）。

陈先生表示，这次以次充好的三黄鸡事件，打电话给美菜客服态度不好，只给赔付20元，这已经严重影响食堂开餐，现在陈先生要求美菜把他所有的购买物品出现的问题全部处理好。

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。

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* 年龄* 性别*

所在地* 邮箱* 投诉对象*

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。



(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 年度中国生鲜电商消费投诉数据与典型案例报告》”。

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3月6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)

