

2024年9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10月9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

9月，2024年中国农民丰收节金秋消费季启动，京东、拼多多等电商企业助力掀起消费热潮。组织电商平台围绕大豆及豆制品、牛奶及乳制品、牛肉等开展了助农直播、宣发了惠农举措，推介了乡村旅游精品线路，营造了共庆丰收、共促消费的浓厚氛围。

同时，随着2024年中秋佳节的脚步日益临近，旅游市场再次迎来了新的热潮，据最新发布的旅游市场报告显示，其中，境外当地玩乐预订量已恢复至2019年的129%。出境游人均消费较端午假期低约10%，较2019年同期高出约20%，这主要由出境游机票、酒店等商品价格因素影响。

在此背景下，2024年10月9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9月受理的全国100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9月中国电子商务用户体验与投诉数据报告》。

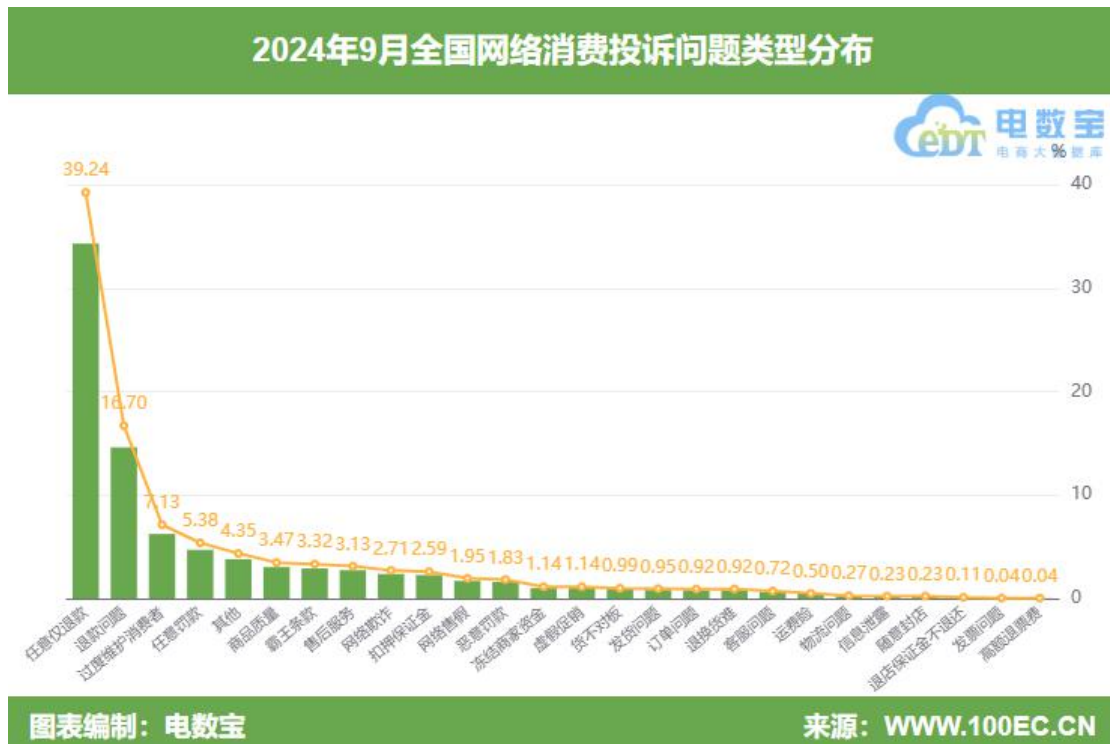
报告涉及了数字零售（主要集中在**生鲜电商、二手电商**）、数字生活（主要集中在**在线旅游、在线票务**）及数字教育、跨境电商、产业电商、金融科技、物流科技等领域。报告公布了2024年9月网络消费投诉数据及《2024年9月数字零售十大典型投诉案例》《2024年9月数字生活十大典型投诉案例》和《2024年9月数字教育十大典型投诉案例》。

在报告公布的《2024年9月全国网络消费评级榜》中：获“**建议下单**”的有：智行、有赞、转转等4家；获“**谨慎下单**”评级的有：去哪儿、BOSS直聘、美团等5家；获“**不建议下单**”评级的有：飞猪、小红书、一只船教育等4家；获“**不予评级**”的有：大麦网、淘宝、1688、天猫、闲鱼、快手、抖店、全球速卖通、微信、微信小程序购物平台、微信视频号等11家。

二、整体数据

（一）投诉问题类型分布

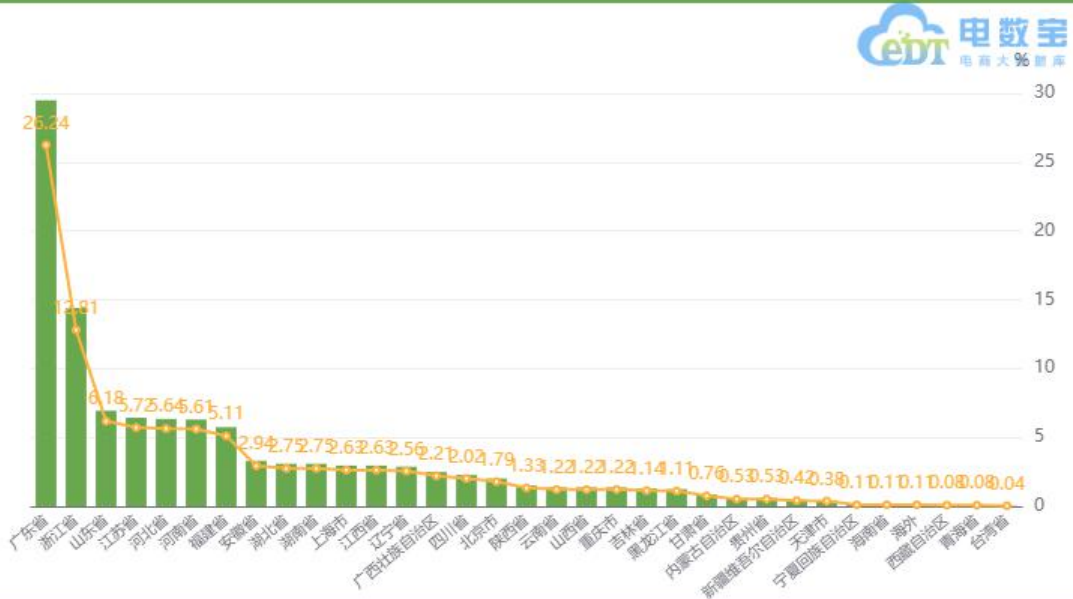
据“电诉宝”显示，2024年9月全国网络消费投诉问题类型TOP10中，任意退款问题占比高达39.24%，其余问题类型依次为：退款问题（16.70%）、过度维护消费者（7.13%）、任意罚款（5.38%）、商品质量（3.47%）、霸王条款（3.32%）、售后服务（3.13%）、网络诈骗（2.71%）、扣押保证金（2.59%）、网络售假（1.95%）。



（二）投诉地区分布

9月“电诉宝”受理投诉用户聚集地区TOP10依次为广东省（26.24%）、浙江省（12.81%）、山东省（6.18%）、江苏省（5.72%）、河北省（5.64%）、河南省（5.61%）、福建省（5.11%）、安徽省（2.94%）、湖北省（2.75%）、湖南省（2.75%）。

2024年9月全国网络消费投诉地区分布



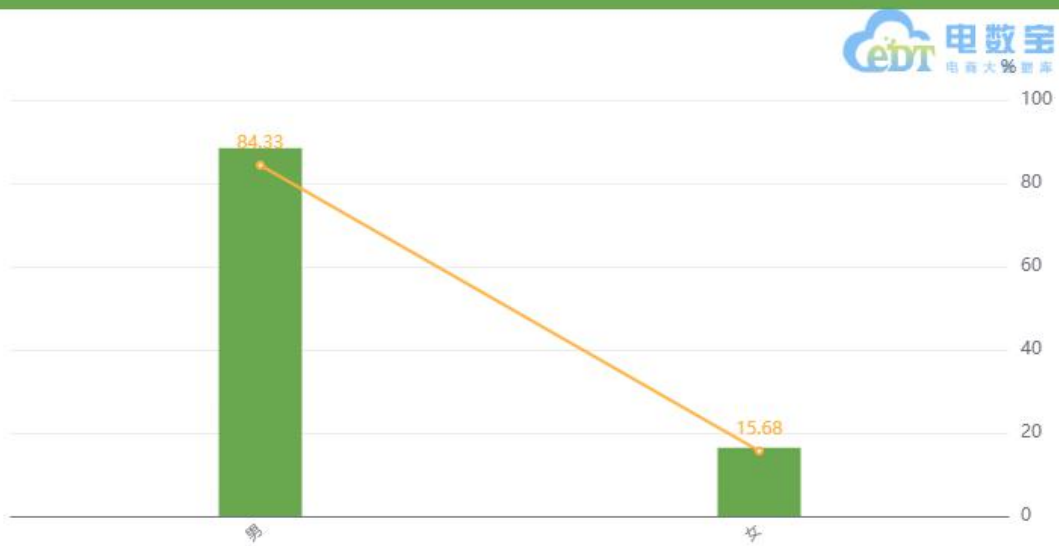
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

(三) 投诉用户性别分布

据“电诉宝”显示，9月男性用户投诉比例为84.33%，女性用户投诉比例为15.68%。

2024年9月全国网络消费投诉性别分布

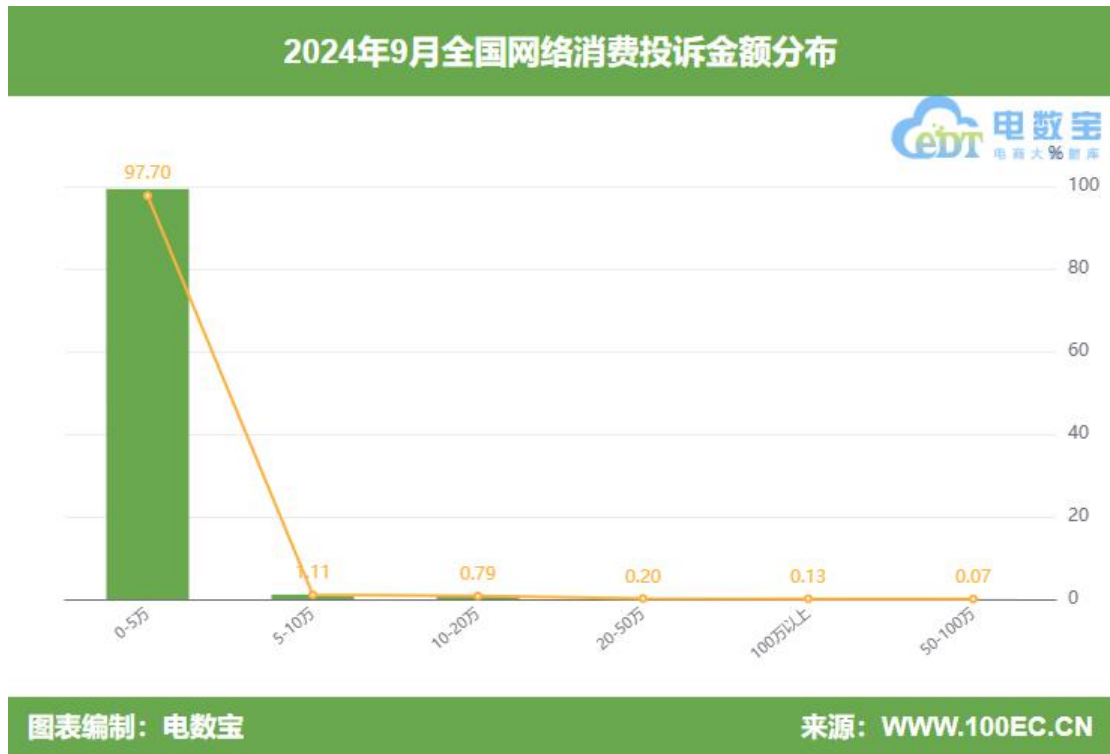


图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

（四）投诉金额区间分布

据“电诉宝”显示，9月投诉金额分布主要集中在0-5万（97.70%）、5-10万（1.11%）、10-20万（0.79%）、20-50万（0.20%）、100万以上（0.13%）、50-100万（0.07%）。



三、评级数据与典型案例

在报告公布的《2024年9月全国网络消费评级榜》中：获“建议下单”的有：智行、有赞、转转等4家；获“谨慎下单”评级的有：去哪儿、BOSS直聘、美团等5家；获“不建议下单”评级的有：飞猪、小红书、一只船教育等4家；获“不予评级”的有：大麦网、淘宝、1688、天猫、闲鱼、快手、抖店、全球速卖通、微信、微信小程序购物平台、微信视频号等11家。

2024年9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	智行	85.71%	0.857	10.000	0.886	建议下单
2	有赞	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2	转转	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
4	去哪儿	92.31%	0.833	0.000	0.750	谨慎下单
5	抖音	89.28%	0.753	2.571	0.745	谨慎下单
6	京东	82.05%	0.842	0.000	0.674	谨慎下单
7	BOSS直聘	87.50%	0.650	0.000	0.633	谨慎下单
8	美团	80.00%	0.587	0.000	0.576	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	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	1688	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
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	抖店	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	全球速卖通	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	一只船教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
9	微信	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	微信小程序购...	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	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9月全国数字零售评级榜中：获“建议下单”评级的有：有赞、转转等2家；获“谨慎下单”评级的有2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、抖店、微信视频号等6家。

2024年9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	有赞	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
1	转转	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
3	抖音	89.28%	0.753	2.571	0.745	谨慎下单
4	京东	82.05%	0.842	0.000	0.674	谨慎下单
5	小红书	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
5	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
5	拼多多	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
5	天猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
5	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
5	快手	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
5	抖店	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
5	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。

数字零售上榜平台有 36 家：

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

排在第 11-20 名的是：抖店、有赞、唯品会、美团优选、阿里巴巴、苏宁易购、微拍堂、二三良作、返利网、红布林；

排在第 21-36 名的是：途虎养车、微店、蘑菇街、找靓机、酒仙网、羊小咩、淘特、苏宁速购、拍机堂、美国妈妈、饷店小程序、万表网、店宝宝、美菜网、95 分球鞋交易平台、哔哩购。

电诉宝
网络消费纠纷调解平台
近3000商家 消费者投票调查 反映大众

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 ▼ 9月 ▼

1	拼多多	2	淘宝
3	抖音	4	京东
5	闲鱼	6	快手
7	天猫	8	小红书
9	转转	10	微信视频号
11	抖店	12	有赞
13	唯品会	14	美团优选
15	阿里巴巴	16	苏宁易购
17	微拍堂	18	二三良作
19	返利网	20	红布林
21	途虎养车	22	微店
23	蘑菇街	24	找靓机
25	酒仙网	26	羊小咩
27	淘特	28	苏宁速购
29	拍机堂	30	美国妈妈
31	饷店小程序	32	万表网
33	店宝宝	34	美菜网
35	95分球鞋交易平台	36	哔哩购

(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，涉及识季、1688、快手、闲鱼、淘宝、返利网、别样海外购、有赞、美团优选、朴朴超市。

2024年9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
9月2日	识季	强买强卖？“识季”被指出售高价瑕疵品高跟鞋 与客服多次沟通无果
9月6日	1688	用户投诉“1688”售出商品质量堪忧 卖家违约拒退款
9月9日	快手	商家投诉“快手”违法冻结店铺保证金 急呼解除资金限制
9月10日	闲鱼	酒店预订遭取消？用户投诉“闲鱼”卖家失联拒退款 闲鱼客服袒护
9月11日	淘宝	“淘宝”买家未反馈售后信息直接申请“仅退款” 商家钱货两失
9月11日	返利网	用户投诉“返利网”恶意判定返利较高订单违规 削减返利金额
9月12日	别样海外购	霸王条款？用户投诉“别样海外购”商品下单后久未到货 退款遭拒
9月20日	有赞	“有赞”被指商家态度恶劣拒沟通 并遭辱骂攻击 回复：跟进处理中
9月23日	美团优选	用户投诉“美团优选”商品缺货不告知 仅获五元券补偿 提价续售疑欺诈
9月29日	朴朴超市	送发臭死鱼？用户投诉“朴朴超市”商品质量堪忧 欺诈消费者

图表编制：电诉宝 数据来源：315.100EC.CN

【案例一】强买强卖？“识季”被指出售高价瑕疵品高跟鞋 与客服多次沟通无果

9月2日，上海市徐女士向“电诉宝”投诉称自己于2024年8月24日在识季平台上购买了一双价值4828元的RV品牌高跟鞋，收到商品后，却发现了鞋

子表面存在穿着痕迹，内里多处可见显著的折痕，且皮料部分出现浮起现象，不符合新鞋应有的品质标准。

徐女士随即向识季 app 提出了全额退款退货的申请，然而，她的诉求却遭到了平台的拒绝。平台方面仅提出给予 450 元作为补偿，对于徐女士坚持的全额退货退款要求则不予采纳。徐女士明确表示，除了全额退货退款外，不接受任何形式的补偿方案，平台客服在多次沟通后，依然未能提供除补偿金以外的退货解决方案，徐女士认为这是强买强卖，且自己电话和平台客服多次反映未果。

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】用户投诉“1688”售出商品质量堪忧 卖家违约拒退款

9 月 6 日，江苏省沈女士向“电诉宝”投诉称其于 7 月 24 日在阿里巴巴(鹤山市锦博户外用品有限公司)定制 77 顶雨棚帐篷，与工厂约定 8 天的交期，且再三确认 logo 可以准确无误印刷，但是实际印刷颜色错误，有重影，有杂色，有裂纹，包没有印刷等。

沈女士表示，8 月 5 日联系要求拍印刷照片，卖家敷衍后并没有拍。8 月 6 日，卖家不接电话。8 月 7 日终于联系上，工厂推脱说没有人在工厂，让 8 月 9 日验货。8 月 8 日，工厂说可以验货，但是因为 7 日约定好 9 号，我司工作人员已安排 9 号行程。8 月 9 日，我司工作人员验货，发现印刷有问题，包也没有印刷，纸箱也没有，卖家推脱忘记了。

沈女士表示因为生产质量，印刷完全不符合约定，在商量是否可以重新印刷后，工厂主动提出不做了。于是沈女士在平台上提出退款，但是工厂又推脱不退，立刻在平台上虚假发货，实际发的是一个样品，与真实产品尺寸重量严重不符。沈女士后阿里巴巴投诉，至今未发货，未退款。沈女士的诉求是商家立刻退还全款 21000 元，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】商家投诉“快手”违法冻结店铺保证金 急呼解除资金限制

9 月 9 日，河南省张女士向“电诉宝”投诉称其于 2024 年 7 月 3 日在有赞电商平台上的“企鹅寝室”店铺下单购买了一套价值 449 元的床上六件套，该订单

原定于7月25日发货。在次日张女士因故决定取消订单并申请退款，但遭到了商家的拒绝。尽管张女士多次尝试申请退款，商家始终未予同意。

张女士随后向有赞平台的客服部门寻求帮助，然而张女士发现有赞客服的介入并未带来预期进展，问题被搁置，未能得到及时解决。在此期间，商家还对她进行了言语上的侮辱，称其“脑子有问题”，这样的行为无疑对张女士的心理造成了伤害。

张女士认为作为消费者，申请退款本就该退款，却遭到商家辱骂，深感委屈和不公。此举损害了自己的经济利益，想要商家尽快全额退款449元并道歉。

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，您所反馈的问题，已有工作人员在跟进处理中，请您期间耐心关注人员处理及回复，有赞竭诚为您服务。

【案例四】酒店预订遭取消？用户投诉“闲鱼”卖家失联拒退款 闲鱼客服袒护

9月10日，上海市的范女士向“电诉宝”投诉称其于8月5日在闲鱼平台下单了8月24日入住一晚的美国西雅图的酒店预订，卖家一开始发了酒店确认函，后由于自己在23日晚上在酒店官网上查询到此订单已被无故取消，尝试联系卖家一直没有回应，因此判断该酒店预订已被取消。

范女士随后重新在其他渠道预订了房间，并在闲鱼平台申请退款。后卖家不同意，并在自己已经预订酒店、并申请退款后才告知他们已经重新预订了酒店。

范女士认为由于卖家没有履行及时告知和沟通义务，而导致自己的酒店重复预订的经济损失应当由卖家来承担。在自己出示了非常详细的录频以及各种书面证据后，闲鱼客服还是袒护卖家，在卖家完全歪曲事实的情况下，以极其敷衍以及非常不专业的态度回应，不接受自己的要求和闲鱼调解专员直接沟通的诉求，且不接受退款申请，导致损失了950元的房费。范女士的的诉求是要求闲鱼平台退还950元的房费申请。

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。

【案例五】“淘宝”买家未反馈售后信息直接申请“仅退款” 商家钱货两失

9月11日，淘宝平台上一汽车用品商家陈先生向“电诉宝”投诉称，其于2024年9月10号在淘宝电商平台经历了不合理的“仅退款”判定，买家在收到商品之后，在未向商家客服反馈任何售后信息（没有任何于商家客服的聊天记录）的情况下直接申请“仅退款”，平台未经商家同意，且在商家不知情的情况下为买家“仅退款”。

陈先生认为这侵害了卖家的利益，导致商家钱货两失。陈先生的诉求是买家退回商品并保证产品不影响二次销售，或者赔付商品实际售卖的金额给到商家。平台不得再以任何不合理的理由仅退款，如客户对产品不满意，可以支持退货退款。

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“返利网”恶意判定返利较高订单违规 削减返利金额

9月11日，白女士向“电诉宝”投诉称，其于2024年9月6日在返利网上下单购买了多件商品，原本计划赠送给其全国的36位客户。然而，这笔订单随后被返利网判定为违规订单。

白女士认为其购买行为完全出于正常需求，所有商品均按照实际收货人地址进行了配送，且未发生任何退货情况。她指出被判定为违规的订单主要集中在返利较高的商品上，且返利网在判定订单违规时，并未提供任何明确的法律法规依据或合理的解释说明，仅仅基于订单返利的高低就做出了决定。

白女士表示根据返利网的规则应获得约560元的返利金额。但由于订单被判定为违规，她的返利金额被削减至仅180元左右。白女士认为返利网故意操作认定违规，诉求是退还自己应得的全部返利金额。

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。

【案例七】霸王条款？用户投诉“别样海外购”商品下单后久未到货 退款遭拒

9月12日，四川省李女士向“电诉宝”投诉称自己于8月28日在“别样海外购”平台上选购了一款名为Scarpa冈仁波齐的登山鞋，鉴于个人对时间的紧迫需求，特意选择了平台上标注为“便捷直邮”的运输方式，该方式承诺的配送

时效为 5 至 12 个工作日。然而，实际到货时间却远远超出了这一承诺范围，李女士认为这一行为构成了虚假宣传，误导了消费者的购买决策。

李女士称在商品尚未发货的 8 月 31 日，她已及时向平台客服提出取消订单的请求，但遭到了拒绝。客服方面以店铺规定“下单后不可取消”为由，拒绝了李女士的取消请求，李女士认为这一规定构成了霸王条款，严重侵害了消费者关于退货与取消订单的基本权利。

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。

【案例八】“有赞”被指商家态度恶劣拒沟通 并遭辱骂攻击 回复：跟进处理中

9 月 20 日，湖北省然女士向“电诉宝”投诉称其于 2024 年 9 月 13 日，在有赞微店，肉肉丸啊店铺购买一条裤子，收到货后发现质量差，线头多，版型不好，尺码太大，而且有部分污渍。

然女士第一时间和商家客服沟通，态度很好，但商家不理不睬，后续肉肉丸啊客服拒绝沟通退货运费事宜，而且和客服沟通没人理，21 年发的消息客服都不予回复，开口就是骂人，辱骂威胁消费者，对消费者造谣污蔑，人身攻击消费者，骂的特别难听，他们不占理还倒打一耙说报警，恶心而且神经兮兮的，官方平台不管，无法保障消费者权益，消费者人身受到伤害。

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，您所反馈的问题，已有工作人员在跟进处理中，请您期间耐心关注人员处理及回复，有赞竭诚为您服务。

【案例九】用户投诉“美团优选”商品缺货不告知 仅获五元券补偿 提价续售疑欺诈

9 月 24 日，云南省的何女士向“电诉宝”投诉称其于 9 月 15 日 19 时在美团优选上购买了月饼礼盒。次日清晨，当何女士登录美团优选账户查看订单配送进度时，却发现订单状态显示为“商品缺货，无法配送”。在整个过程中，她并未收到来自平台的任何缺货通知或提醒。何女士与美团优选的人工客服进行沟通，回应是平台最多只能提供五元优惠券作为补偿。

何女士表示尽管该商品已经缺货，但相应的商品链接并未被平台下架，反而是在未做任何明确说明的情况下提高了售价并继续销售。何女士怀疑平台是否存在通过刷单来提升商品销售量，欺诈消费者。

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】送发臭死鱼？用户投诉“朴朴超市”商品质量堪忧 欺诈消费者

9月29日，福建省潘女士向“电诉宝”投诉称其于7月30日在朴朴超市平台下单购买了一只标注为“鲜活大黄翅鱼”并要求商家进行宰杀处理的产品。当商品送达时，发现收到是一只已经发臭的死鱼。潘女士表示由于是自己接收并察觉到异味，若是由家中老人接收，很可能会因未察觉异常而直接烹饪食用，这将带来健康危害，严重侵害了消费者对于食品安全的基本权益。潘女士认为，此次事件已构成对消费者的欺诈行为。

潘女士表示，尽管平台方初步提出退款处理，但至今尚未有实质性进展。潘女士明确提出了自己的诉求：首先，要求平台提供从购买到配送全过程的监控录像，特别是涉及鱼类宰杀及打包的环节，以证明商家的操作是否符合承诺；其次，依据法律规定，潘女士要求平台除了退还购物款项外，还应按照商品价款的三倍进行赔偿，鉴于该赔偿额可能低于五百元，故她主张按照最低标准五百元进行赔偿。

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，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9月全国数字生活评级榜中：获“建议下单”的有：智行；获“谨慎下单”评级的有：去哪儿、BOSS直聘、美团；获“不建议下单”的有：飞猪；获“不予评级”的有：大麦网。

2024年9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	智行	85.71%	0.857	10.000	0.886	建议下单
2	去哪儿	92.31%	0.833	0.000	0.750	谨慎下单
3	BOSS直聘	87.50%	0.650	0.000	0.633	谨慎下单
4	美团	80.00%	0.587	0.000	0.576	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∈[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 17 家：

投诉量 TOP10 依次为：美团、去哪儿、大麦网、飞猪、BOSS 直聘、智行、鲁班到家、联联周边游、万师傅、大河票务网；

排在第 11-17 名的是：啄木鸟维修、智联招聘、58 到家、猫眼电影、哈啰出行、走着瞧旅行、途家。



20余位专家 律师倾力奉献 揭露“宠买欺卖”

- 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 9月

1 美团	2 去哪儿	3 大麦网	4 飞猪
5 BOSS直聘	6 智行	7 鲁班到家	8 联联周边游
9 万师傅	10 大河票务网	11 啄木鸟维修	12 智联招聘
13 58到家	14 猫眼电影	15 哈啰出行	16 走着瞧旅行
17 途家			

(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，涉及智行、智联招聘、美团外卖、美团民宿、大麦网、去哪儿、飞猪、Boss直聘、啄木鸟家庭维修、途虎养车。

2024年9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
9月3日	智行	“智行”被指酒店满房致无法更改 退款无门 回复：无法达成一致
9月4日	智联招聘	“智联招聘”被指工作人员态度恶劣 诱导消费 后封号并不退款
9月10日	美团外卖	商家投诉“美团外卖”强行扣除营业额 与平台 多次沟通被拒绝申诉
9月13日	美团民宿	虚假入住？用户投诉“美团民宿”无入住 商家 单方面扣除房费 回应：已协商
9月13日	大麦网	“大麦网”被指退票政策与国家规定相悖 退票 无门
9月24日	去哪儿	恶意扣款？用户投诉“去哪儿”误售机票仅退 360元 回应：和解失败
9月25日	飞猪	“飞猪”被指退票政策与东航不一致 要高额改 签费
9月25日	Boss直聘	手机设备也封？用户投诉“Boss直聘”无故封 禁提供不出证明 申诉回复模板化
9月27日	啄木鸟家庭维修	“啄木鸟家庭维修”被指高价陷阱？精准检测 变普通维修
9月30日	途虎养车	用户投诉“途虎养车”商家多次驳回退货申请 回复：订单退款已到账

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

【案例一】“智行”被指酒店满房致无法更改 退款无门 回复：无法达成一致

9月3日，山东省的刘先生向“电诉宝”投诉称其于8月4日19时19分在智行旅行平台预订青岛当日住宿欧圣兰庭公寓一晚。22时带家人即将到达时发现日期错误，选择的是4日入住5日离店，应该是酒店满了默认5日住宿6日离店。立即告知酒店，被告知满房无法更改，且平台退订失败后无取消选择，拨打平台电话无人接听。

刘先生就带家人于凌晨住宿其他酒店。5日拨打酒店及平台电话，告知原因并明确表示不再入住，希望退款。开始双方均同意退款，后互相指责对方不同意，不给刘先生退款。

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。对此，智行的工作人员向“电诉宝”发来反馈称：经营者电话联系消费者已解释预定后订单详情页面可以查询到，目前协调退订无果，沟通处理方案消费者未接受，无法达成一致。

【案例二】“智联招聘”被指工作人员态度恶劣 诱导消费后封号并不退款

9月4日，四川省的王女士向“电诉宝”投诉称其于2024年8月15日在智联招聘工作人员介绍下。使用了他们的网上招聘。没有告知王女士任何的招聘注意事项和工作内容。只是用他们的优惠活动让王女士缴费注册。

王女士用了三天过后，他们就把王女士的账号给封锁了。打了很多投诉电话，都是不理不睬的，他们的工作人员的态度更是恶劣，不回信息。王女士觉得他们的工作人员根本没有介绍这个网站的工作内容。有疏忽。用他们的活动利益来诱惑我们开通网站，在使用过程中，发布的求职广告。他们都是可以看到的，但是没有任何人制止和提醒的动作。直接就采取了长久封号，而且不退款的方式，认为是诈骗消费者。

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。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】商家投诉“美团外卖”强行扣除营业额 与平台多次沟通被拒绝申诉

9月10日，江西省梁先生向“电诉宝”称其美团平台店铺在8月28日接到的一单电子产品订单中，顾客于次日即29日上午反馈产品无法充电。由于初期未能及时查看平台信息，梁先生在大约10点后才回复顾客，并积极提出解决方案与顾客协商解决。梁先生经过沟通发现问题的根源在于顾客未能正确使用充电器，而非产品质量本身存在问题。

梁先生称随后收到了平台关于商品质量问题的投诉通知并被要求处理。梁先生与顾客取得联系，确认顾客已主动向平台撤销了投诉，并在平台的申诉栏中详

细说明了这一情况。与打客服电话经过几次沟通，美团平台拒绝了他的申诉，得到的回复是已经接到顾客撤销的投诉，但是罚款没有办法退回。

梁先生认为如此霸王条款自己无法接受。以往在美团平台遇到问题时，拨打客服电话往往得不到积极有效的解决，甚至存在利用规则“吃”商家营业款的嫌疑。

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：我司于 2024-09-08，已联系消费者，对于商家反馈因为顾客投诉被罚款的问题进行申诉，经复核申诉失败，消费者不认可。

【案例四】虚假入住？用户投诉“美团民宿”无入住 商家单方面扣除房费 回应：已协商

9月13日，孙先生向“电诉宝”投诉称其于2024年9月12日于美团平台预订了一间酒店钟点房，但实际上他并未前往入住。然而，商家方面却声称孙先生已经入住，并扣除了房费，孙先生认为这是一起虚假入住的情况。孙先生质疑商家在没有他实际入住的情况下，为何会错误地记录他已入住，并希望得到一个合理的解释和处理结果。

接到该用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台，美团工作人员向“电诉宝”发来反馈称：我司于2024-09-15与消费者取得联系，对于消费者反馈订单问题，已与消费者沟通协商方案，平台为消费者退款。消费者认可此事。

【案例五】“大麦网”被指退票政策与国家规定相悖 退票无门

9月13日，彭女士向“电诉宝”投诉称其于2024年9月8日晚8:35分于大麦网买到一张周深鸟巢演唱会门票，后由于日期冲突，彭女士协调未果后，于半小时内申请退票，发现其页面显示无法退票。

随后彭女士在特殊说明中找到其退票规则，其中对于本场票务规定写的是，在其开始售票前（2024.9.8日20:30分售票）就不与退票（退票截止时间为2024.9.8日19:00分），其规则违背国家既定法律法规规定（《消费者权益保护法》及《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》，它这种属无效格式。但其网站不予退票。

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。

【案例六】恶意扣款？用户投诉“去哪儿”误售机票仅退 360 元 回应：和解失败

9 月 24 日，广东省的张先生向“电诉宝”投诉称其于 9 月 17 日在去哪儿平台购买了一张从郑州到深圳的机票 580 元，由于去哪儿网平台在展示机票信息时，将 9 月 19 日的航班信息不当地混入了 9 月 17 日的页面中，导致张先生误购了日期为 9 月 19 日的机票。

发现这一错误后，张先生立即在平台上提交退款申请，但最终仅收到了 360 元的退款。去哪儿网的客服人员告知张先生，若要获得全额退款，他需要前往航空公司的微信小程序进行申请。但在此之前去哪儿并未提供任何关于需通过第三方渠道申请全额退款的明确提示或告知，张先生认为这是平台的责任所在。

张先生表示自己是在去哪儿平台上完成的购票和支付流程，因此理应由该平台负责处理其退款事宜，并全额退还购票款项。张先生要求去哪儿网平台承担其应尽的责任，全额退还他的购票款项。

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，去哪儿工作人员向“电诉宝”发来反馈称：消费者反馈买错票，申请退票不认可未全退，要求全退，核实航班正常，订单已退款完成，多次联系消费者未联系上，和解失败。

【案例七】“飞猪”被指退票政策与东航不一致 要高额改签费

9 月 25 日，上海市的万女士向“电诉宝”投诉称其于 2024 年 9 月 15 日凌晨 02:10 分在飞猪平台购买 4 张东方航空机票，服务商是阿斯兰航空服务（上海）有限公司，早上起来发现时间购买错了，询问东方航空客服电话，东方航空客服说，是可以全额退款的。

万女士表示由于机票是在第三方平台购买，故要告知第三方平台后即可免费退改签。即刻万女士马上打电话到飞猪平台，结果被告知无法免费全额退款，必须支付 1500/人的退改签费用。申请退款页面上写了退票收费是由航司收取，但是东航已经明确表示是可以全额退款的，那这个航司收取又是从何而来？这完全不合理！

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。

【案例八】手机设备也封？用户投诉“Boss直聘”无故封禁提供不出证明 申诉回复模板化

9月25日，广东省的李先生向“电诉宝”投诉称其账号及所使用的手机设备于9月18日无故被BOSS直聘平台封禁，李先生联系了BOSS直聘的客服，客服并未能获得任何关于其账号违规的具体说明或证据。通过邮件提交申诉后，李先生收到的回复也是千篇一律的模板消息，仅简单告知其账号已被封禁且无法解封，未能有效解答其疑惑或给出解决方案。

李先生表示即便是更换了新的手机设备，自己也无法再次使用BOSS直聘APP，原因在于平台不仅封禁了他的账号，还连同其手机设备ID一并列入了封禁名单。如果李先生继续使用BOSS直聘服务，则需要购买一部全新的手机并办理新的手机号码，这太荒唐了。李先生多次联系客服和邮件申诉，想知道到底自己做错了什么，他们都无法给出任何违规证据。

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。

【案例九】“啄木鸟家庭维修”被指高价陷阱？精准检测变普通维修

9月27日，福建省的陈女士向“电诉宝”投诉称其于2024年8月30日在啄木鸟家庭维修平台预约了师傅上门检查厨房漏水问题，师傅以精准检测为由，将价格定为两千六。

但陈女士后面发现，实际就换了两个普通零件，什么精准检测要这么贵？陈女士认为平台存在定价虚高、欺骗消费者等严重问题。陈女士还表示精准检测，才一个月不到又出现问题返修，平台存在的这类哄骗消费者，随意定价问题，严重侵犯了消费者的合法权益。陈女士的诉求是啄木鸟平台退还虚高部分，整顿随意收费现象。

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“途虎养车”商家多次驳回退货申请 回复：订单退款已到账

9月30日，云南省李女士向“电诉宝”投诉称其于2024年9月8日在途虎养车app上购买了价值458元的行车记录仪，9月14日下午拿到行车记录仪后，

到途虎养车线下门店进行安装。安装人员告知李女士尺寸不对，安装不了。然后李女士就去途虎养车 app 进行退货处理，但商家多次驳回她的退货申请。

经询问，商家告知李女士要先将商品寄回，上传寄回快递单号后就会同意退货申请。但是李女士将商品寄回、上传快递单号后，商家仍然驳回她的退货申请。李女士认为途虎养车 app 毫无诚信可言，侵犯了她作为消费者的合法权益，李女士的诉求是退货退款。

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人员，途虎养车工作人员表示：您好，非常抱歉给您带来不好的体验，客服团队已联系到您，您的订单已退款并且到账，并与您达成一致，感谢您的反馈。

（三）数字教育数据与十大典型案例

数字教育上榜平台有 23 家：

投诉量 TOP10 依次为：一只船教育、嗨学网、潭州教育、尚德机构、中安建培、小叶子陪练、常青藤爸爸、潭州课堂、中职通；

排在第 11-23 名的是：深海教育、对啊网、网易云课堂、赛优教育、英语流利说、中安建培教育、佰昇教育、中公教育、开课吧、抖音查理老师、有道精品课、恒企教育、大鹏教育。



近3000商家 消费者投票调查 反映大众

- 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: **2024** 9月

1	一只船教育	2	嗨学网	3	潭州教育	4	尚德机构
5	中安建培	6	环球网校	7	小叶子陪练	8	常青藤爸爸
9	潭州课堂	10	中职通	11	深海教育	12	对啊网
13	网易云课堂	14	赛优教育	15	英语流利说	16	中安建培教育
17	佰昇教育	18	中公教育	19	开课吧	20	抖音查理老师
21	有道精品课	22	恒企教育	23	大鹏教育		

(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，涉及一只船教育、开课吧、中公教育、常青藤爸爸、中安建培、潭州教育、小叶子陪练、大鹏教育、尚德机构、英语流利说。

2024年9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
9月2日	一只船教育	“一只船教育”被指包过承诺成空谈 退款无门
9月11日	开课吧	“开课吧”被指承诺落空 服务缺失学费难退
9月12日	中公教育	权益何在？“中公教育”被指不履行全额退款承诺
9月18日	常青藤爸爸	“常青藤爸爸”被指商业欺诈 打卡返现拖延至今不予提现
9月19日	中安建培	“中安建培”被指售后不作为 学员退费无门
9月19日	潭州教育	用户投诉“潭州教育”宣传不实 诱导分期支付后课程无法观看
9月22日	小叶子陪练	“小叶子陪练”被指课程退款难 多次联系客服无果
9月22日	大鹏教育	用户投诉购买“大鹏教育”课程后无法登录 疑遭诈骗
9月27日	尚德机构	用户投诉“尚德机构”存在课程过期陷阱？霸王条款致消费者权益受损
9月28日	英语流利说	用户投诉“英语流利说”网课过期难退款

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

【案例一】“一只船教育”被指包过承诺成空谈 退款无门

9月2日，江苏省的张先生向“电诉宝”投诉称其于2019年接到一只船教育销售说一级消防VIP试验班包过型开班，只需要每天学习半小时，19年张先生花费了1000多小时考试未过，后来一只船教育的主任说私塾班可以包过，如不过可以退款，就升级私塾班。按照教育机构的要求，每天进行学习复习，考试还是未过，然后联系一只船教育的主任，不过当年参与这些事的机构老师都辞职了。

张先生表示，机构的投诉平台已经投诉了无数次，只有一次售后说正在办理退款手续，目前依然杳无音信，现在要求一只船教育部兑现退款承诺。

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。

【案例二】“开课吧”被指承诺落空 服务缺失学费难退

9月11日，辽宁省的王女士向“电诉宝”投诉称其于2021年8月26号在快手广告上购买开课吧网课自考汉语言文学大专课程，后来停考了考试也没考成，报名都没成功，老师也找不到，一点都不负责任，都没人管了，当时说考不过退学费，参考都没成功。

王女士称，他们公司负责人总换人，停考了也没人通知。王女士要求开课吧退还学费，还耽误大量时间。

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，并未收到平台方的反馈。

【案例三】权益何在？“中公教育”被指不履行全额退款承诺

9月12日，山西省贾女士向“电诉宝”投诉称其于2022年7月份报班中公协议班，协议表明未通过考试给予全部退款，后考试未过，中公以没有资金周转为由，经协商进行分10期退款，但到2024.8.26日为止，只退还了4期，后经法院协调又退还了4000元，时至今日中公仍未退还完毕，还余7280元未退还。

贾女士表示打电话给中公教育也不曾接通，报班老师也联系不上，法院每次都是说要求催促，但仍未起决定性作用，实质性的事情根本没有解决，现请求中公退还剩余7280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。

【案例四】“常青藤爸爸”被指商业欺诈 打卡返现拖延至今不予提现

9月18日，浙江省的白女士向“电诉宝”投诉称其于2021年接收到常青藤爸爸的打卡返现课程，先付费，按照要求打卡返现。一共4笔订单，就是卡在2021.10去提现的时候发现前面的提现了，后面的一直卡住，后来就说没钱了，要按照时间排队审核。

白女士称到现在接近3年，一个10月份的申请终于排到428号，一个同年12月份的申请刚排到2万多号。按照这个速度10年他不知道是否健在，也许能拿到钱。这属于一种商业欺诈行为，投诉！

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】“中安建培”被指售后不作为 学员退费无门

9月19日，河南省胡先生向“电诉宝”投诉称其于2022年6月29日在中安建培教育平台上报名学习二级建造师课程，学费是7000元，现在已跟着中安建培的网课学习了两年，都没有考过，现在申请退费，中安建培售后故意拖延不办，也联系不到售后，这都半个月过去了，也没个消息。

胡先生联系客服，就是各种推托，说给反馈，可是售后部门就是不给联系，也不处理问题，胡先生现在都没有办法了，也没有个部门监督管理他们。胡先生的诉求是根据合同约定，一科不过退1000，三科都没考过，退胡先生3000学费就行。

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，尚未收到中安建培的工作人员回复。

【案例六】用户投诉“潭州教育”宣传不实 诱导分期支付后课程无法观看

9月19日，吉林省的宋女士向“电诉宝”投诉称其在潭州教育公众号上，看到原画的广告，诱导她报名游戏原画角色入门课程，并未提及不能保证课程售后，诱导投诉人办理12期分期支付学费，每月支付190元，以微信发生网页链接，转到潭州旗舰店，进行付款，投诉人于2021年4月12日用花呗付款。

宋女士表示后续的课程不能观看，被投诉平台存在欺骗、诱导消费的行为。被投诉人公司存在实际教学与宣传情况不相符，无法提供其承诺的教育培训的售后。基于此宋女士要求解除合同，要求退款款2280。

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】“小叶子陪练”被指课程退款难 多次联系客服无果

9月22日，广东省的陈女士向“电诉宝”投诉称其于2020年11月5日，在小叶子钢琴1V1陪练App上购买了共计81节的钢琴陪练课程。陈女士表示当时客服还额外赠送了33节课，作为促销活动的一部分。然而，至今仍剩余超过一半的课程未使用。

陈女士表示近期由于个人原因联系客服，要求退还未使用的课程费用。陈女士多次尝试联系客服，在线客服回复先登记，让其等待5个工作日退费老师会联系我，可是等了N个5日过去了，仍然没有电话回复，另外陈女士也打了小叶子人工客服电话400-029-2609，也是让她等回电。

陈女士现希望客服及时和自己联系，核实相关课程费用，并退款。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。

【案例八】用户投诉购买“大鹏教育”课程后无法登录 疑遭诈骗

9月22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。严先生之前想的是在平台上学习到有用的知识，他们要对我如此承诺。

严先生表示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。严先生认为自己受到了诈骗，想追回已经交过的学习费用。

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“尚德机构”存在课程过期陷阱？霸王条款致消费者权益受损

9月27日，湖南省的水女士向“电诉宝”投诉称其于2023年4月3日，在尚德机构APP中购买了《行政管理本科报考冲刺班》课程，在购买前和对方的工作人员进行微信沟通，工作人员没有明确说明服务年限，单纯的引导水女士在APP订单中缴费开通课程。

水女士表示中途由于个人原因听了一段时间课程后没有上课，2024年9月15日登录学习时显示课程过期，无法使用，详看服务协议才发现服务器只有短

短一年时间，在一年的时间内考完所有的专升本的课程根本不可能，所以水女士认为他们平台存在霸王条款及欺诈行为，现申请理赔。

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“英语流利说”网课过期难退款

9月28日，河南省的郭女士向“电诉宝”投诉称其于2023年10月15日在淘宝买了英语流利说的一个课程，起初郭女士有每天坚持学习，但是后来因为学业繁忙，假期郭女士去打了暑假工，后来就没空去学习。

郭女士前几天发现这个课程是有时间期限的，并且刷视频看到网课是可以退款的，郭女士就重新下载了淘宝，但是发现这个商品被下架了，店铺也没有了，郭女士当时就放弃了，今天发现店铺又开了，去找他们，客服说只能根据你剩余的时间进行退款，可是现在就剩10多天的时间了，按时间退郭女士根本要不回来多少钱。

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*	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。

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 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 9 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10月9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)

(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)

