

2024年Q4 中国电商平台商家投诉数据报告

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：2025年1月7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）投诉平台分布.....	4
（二）投诉问题类型分布.....	5
（三）投诉地区分布.....	6
（四）投诉经营类目分布.....	7
（五）投诉金额区间分布.....	8
（六）投诉商家性别分布.....	9
三、平台数据.....	10
（一）拼多多.....	10
（二）抖音电商.....	12
（三）淘宝.....	14
（四）天猫.....	17
（五）京东.....	19
（六）快手.....	21
（七）1688.....	24
（八）全球速卖通.....	26
四、十大典型案例.....	28
五、关于我们.....	34
（一）关于电诉宝.....	34
（二）关于网经社.....	37

一、报告摘要

四季度，电商大促不断，从国庆消费热潮到双 11、双 12 大促，再到年货节等，电商平台之间的竞争依然激烈，各大平台为了吸引和留住商家，不断推出新的政策和优惠措施。如退货宝服务、零手续费极速回款、百亿补贴等，旨在吸引更多商家入驻并提升消费者购物体验。

与此同时，商家之间的竞争也愈发白热化，尤其是在存量市场竞争的大环境下。中国商业联合会直播电商工作委员会副会长、网经社电子商务研究中心主任曹磊指出，对于商家来说，经营网店的主要运营成本分为四块：**流量推广费、平台服务费、物流仓储费用以及人力运营费用**。其中，流量推广费占到了运营成本的 10%-15%。商家大量资金投入后，回报率难以保证。商家面临的痛点包括：竞争压力大、打价格战；营销成本高；平台规则复杂；消费者需求多样化；供应链管理难度大；库存被平台“卷死”；库存被主播卷死；用户没有沉淀；退货率高，特别是服装行业；滥用规则：仅退款政策。

如在双 11 期间，有女装店在社交平台透露，发出去的 2000 件衣服中，有 1500 件被退回，退货率高达 75%。其中，很多退货理由是拍错尺码或者寄错包裹。据统计，女装已成为退货率最高的品类，特别是女装直播的退货率高达 80%，有的商家退货率甚至高达 90%。

12 月 11 日至 12 日，中央经济工作会议再次点名，提出综合**整治“内卷式”竞争**，规范地方政府和企业行为。实际上，除电商平台“仅退款”这项高度“内卷”的恶性竞争机制外，“自动跟价”、“全网比价”、“全网低价”等“内卷式”竞争也层出不穷，这“三座大山”压在商家们身上，他们的利润空间一次次被挤压，不利于营造良好的市场环境。

在此背景下，2025 年 1 月 7 日，依据国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”商家投诉通道（JTK.100EC.CN）Q4 受理的全国超 20 家电商平台 3500 余份商家投诉案例，以及电商大数据库“电数宝”分析的数据，网经社电子商务研究中心例行发布《2024 年 Q4 中国电商平台商家投诉数据报告》。报告涉及了综合电商、直播电商、B2B、跨境电商、数字生活服务等领域，并公布了四季度电

商平台商家投诉数据及十大典型案例，通过这些投诉案例可窥见当前电商平台商家困境。

2024年7月23日，国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”

(315.100EC.CN)联合网经社电子商务研究中心发起“电商平台‘仅退款’调查行动”，重点关注拼多多、京东、淘宝天猫、抖音电商、快手电商、1688、小红书等国内电商平台，以及速卖通、Temu、亚马逊、SHEIN等跨境电商平台。并于8月1日上线国内首个电商商家“仅退款”第三方投诉通道(JTK.100EC.CN)，投诉通道持续开放中。

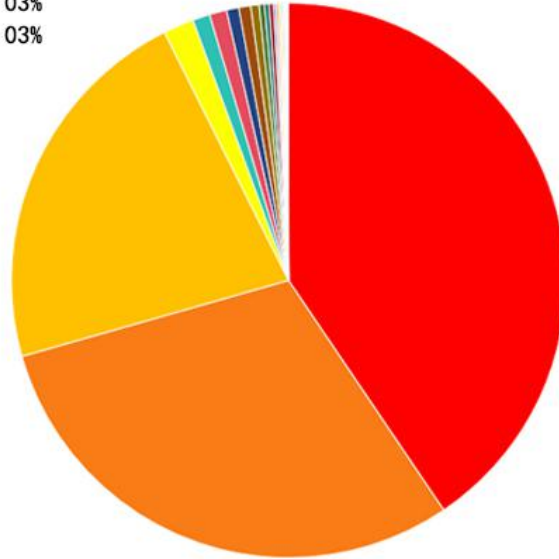
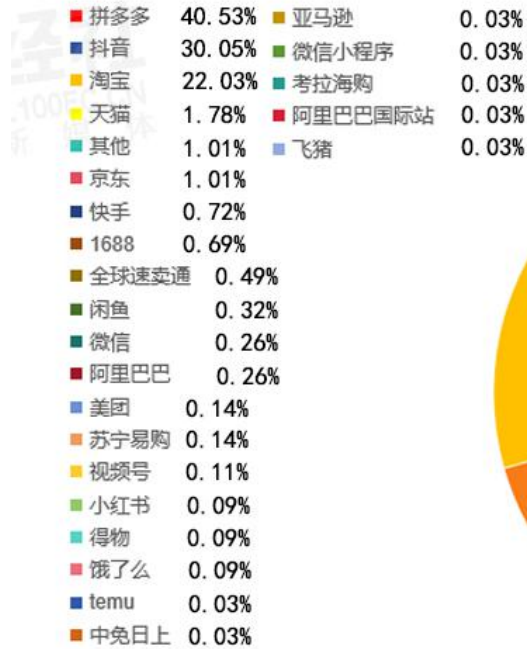
历时近一个半月的调查，于9月4日发布《2024年电商平台“仅退款”调查报告》(报告下载：www.100ec.cn/zt/24jtk/)，《报告》汇聚20余位电商行业专家、律师真知灼见，并收集了来自近2000位商家及1000位消费者的问卷反馈，揭露“仅退款”背后的真相。

二、整体数据

(一) 投诉平台分布

据“电诉宝”显示，四季度电商平台投诉占比依次为：拼多多(40.53%)、抖音电商(30.05%)、淘宝(22.03%)、天猫(1.78%)、京东(1.01%)、快手电商(0.72%)、1688(0.69%)、全球速卖通(0.49%)、闲鱼(0.32%)、微信(0.26%)、阿里巴巴(0.26%)、美团(0.14%)、苏宁易购(0.14%)、视频号(0.11%)、小红书(0.09%)、得物(0.09%)、饿了么(0.09%)、temu(0.03%)、中免日上(0.03%)、亚马逊(0.03%)、微信小程序(0.03%)、考拉海购(0.03%)、阿里巴巴国际站(0.03%)、飞猪(0.03%)、其他(1.01%)。

2024年Q4全国电商平台商家投诉平台占比分布



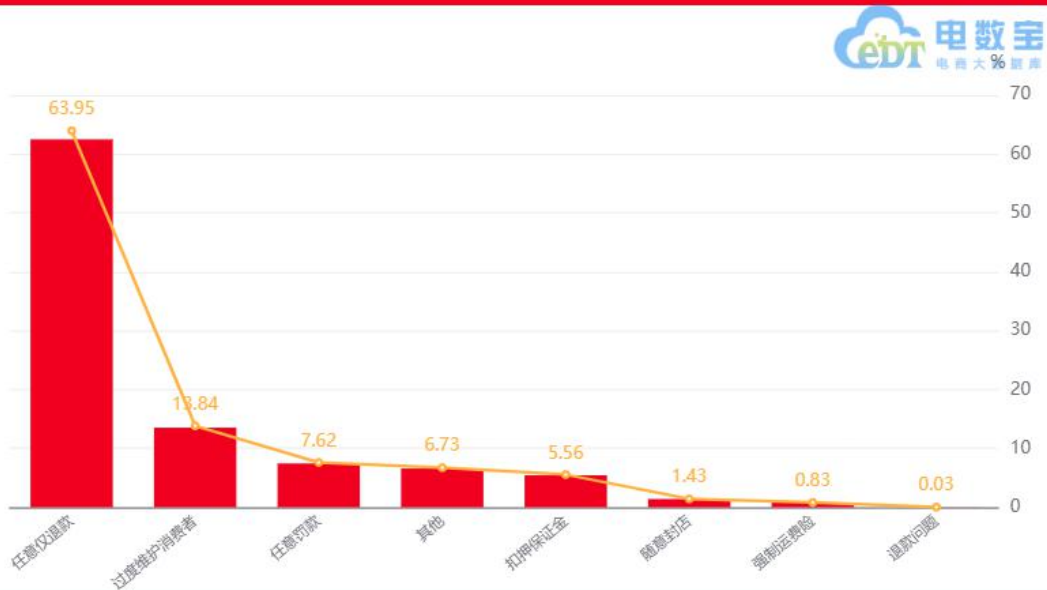
图表编制：网经社

网址：WWW.100EC.CN

（二）投诉问题类型分布

据“电诉宝”显示，2024年Q4全国电商平台商家投诉问题主要集中在这一七项，其中任意仅退款占比高达63.95%，排在第一；其余问题类型依次为：过度维护消费者（13.84%）、任意罚款（7.62%）、扣押保证金（5.56%）、随意封店（1.43%）、强制运费险（0.83%）、退款问题（0.03%）。

2024年Q4全国电商平台商家投诉问题类型分布



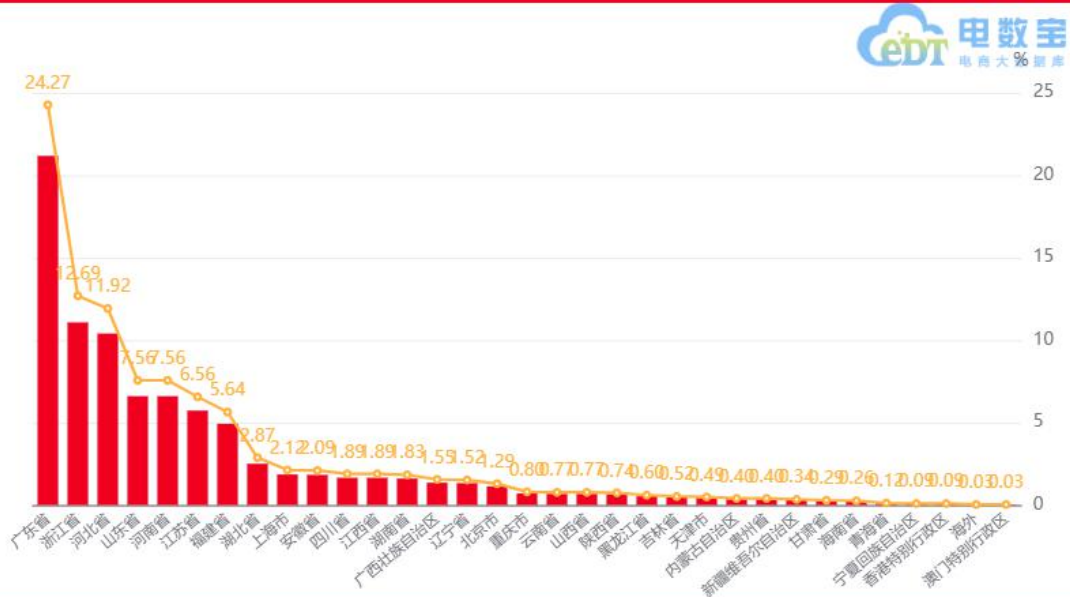
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

(三) 投诉地区分布

四季度，“电诉宝”受理投诉商家注册地区 TOP10 依次为广东省（24.27%）、浙江省（12.69%）、河北省（11.92%）、山东省（7.56%）、河南省（7.56%）、江苏省（6.56%）、福建省（5.64%）、湖北省（2.87%）、上海市（2.12%）、安徽省（2.09%）。

2024年Q4全国电商平台商家投诉地区分布



图表编制：电数宝

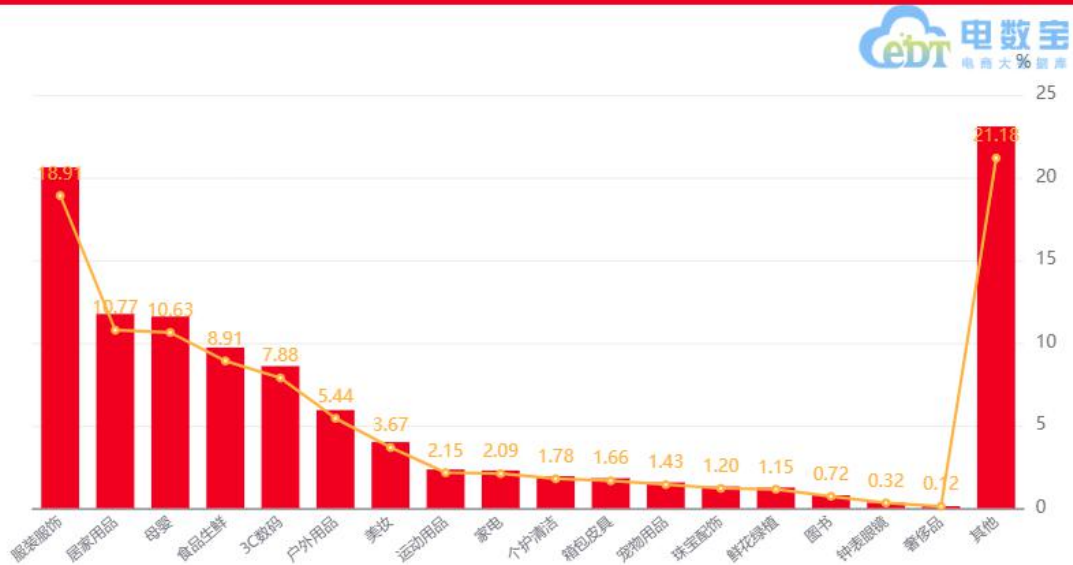
来源：WWW.100EC.CN

（四）投诉经营类目分布

四季度，“电诉宝”受理投诉商家的经营类目 TOP10 为服装服饰（18.91%）、居家用品（10.77%）、母婴（10.63%）、食品生鲜（8.91%）、3C 数码（7.88%）、户外用品（5.44%）、美妆（3.67%）、运动用品（2.15%）、家电（2.09%）、个人防护清洁（1.78%）。

此外，箱包皮具、宠物用品、珠宝配饰、鲜花绿植、图书、钟表眼镜、奢侈品等类目商家也有不少投诉案例。

2024年Q4全国电商平台商家投诉经营类目分布



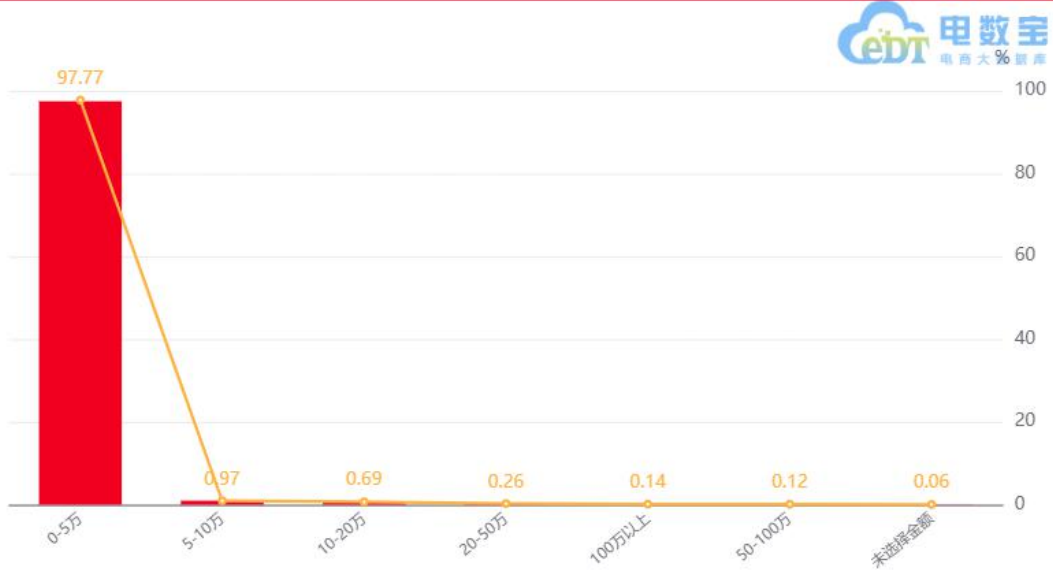
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

（五）投诉金额区间分布

据“电诉宝”显示，四季度商家投诉金额分布主要集中在0-5万（97.77%）、5-10万（0.97%）、10-20万（0.69%）、20-50万（0.26%）、100万以上（0.14%）、50-100万（0.12%）、未选择金额（0.06%）。

2024年Q4全国电商平台商家投诉金额分布



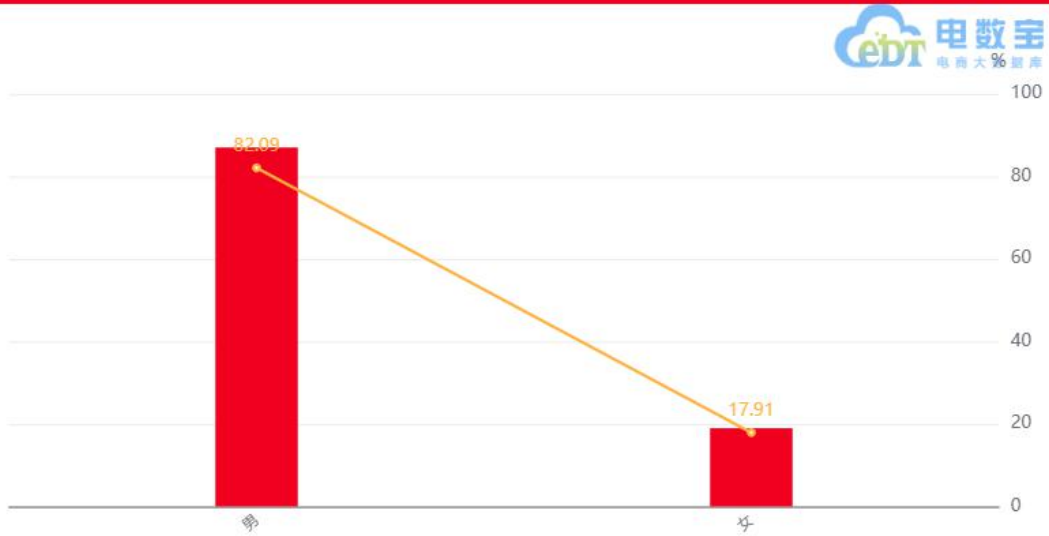
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

(六) 投诉商家负责人性别分布

据“电诉宝”显示，四季度男性商家负责人投诉比例为 82.09%，女性商家负责人投诉比例为 17.91%。

2024年Q4全国电商平台商家投诉性别分布



图表编制：电数宝

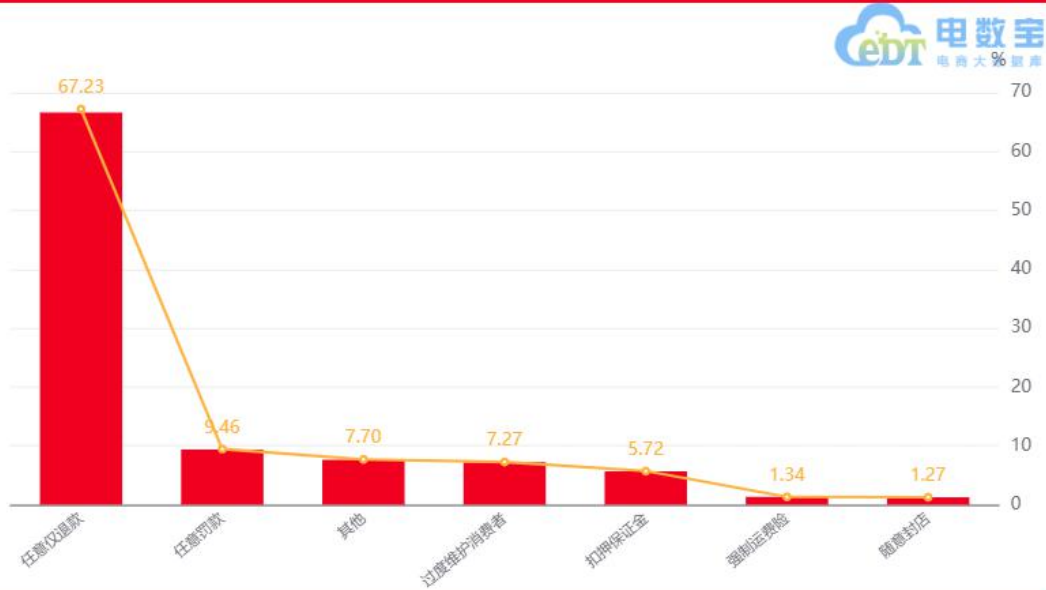
来源：WWW.100EC.CN

三、平台数据

（一）拼多多

据“电诉宝”显示，2024年Q4拼多多平台涉及1411份商家投诉，问题类型主要集中在这六项，其中**任意仅退款**占比最高，为67.23%；其余问题类型依次为：任意罚款（9.46%）、过度维护消费者（7.27%）、扣押保证金（5.72%）、强制运费险（1.34%）、随意封店（1.27%）。

2024年Q4拼多多平台商家投诉问题类型分布

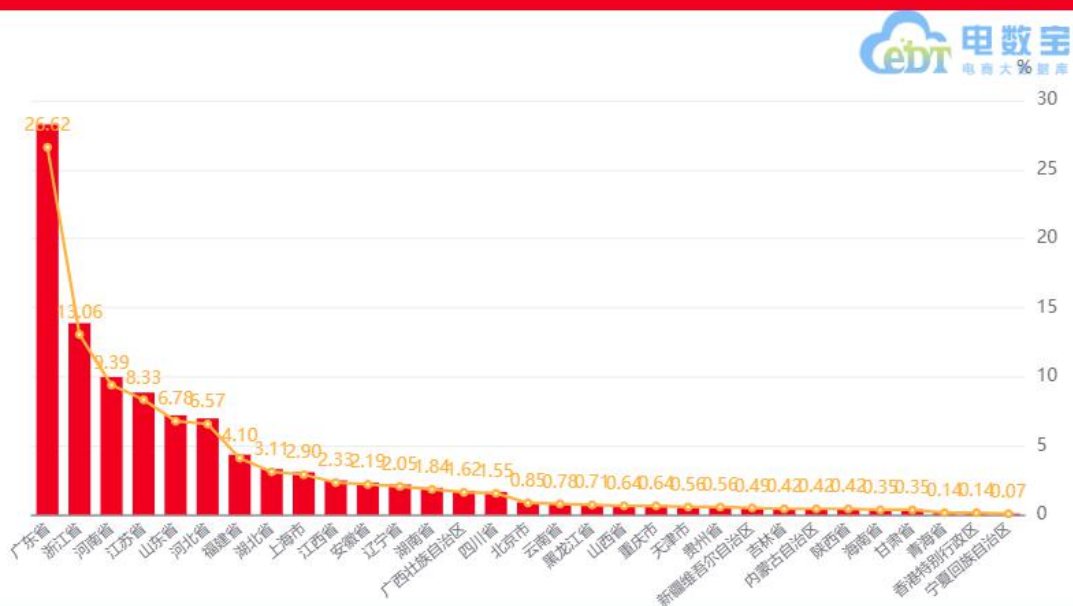


图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

四季度，投诉拼多多平台的商家注册地区 TOP10 依次为广东省（26.62%）、浙江省（13.06%）、河南省（9.39%）、江苏省（8.33%）、山东省（6.78%）、河北省（6.57%）、福建省（4.10%）、湖北省（3.11%）、上海市（2.90%）、江西省（2.33%）。

2024年Q4拼多多平台商家投诉地区分布

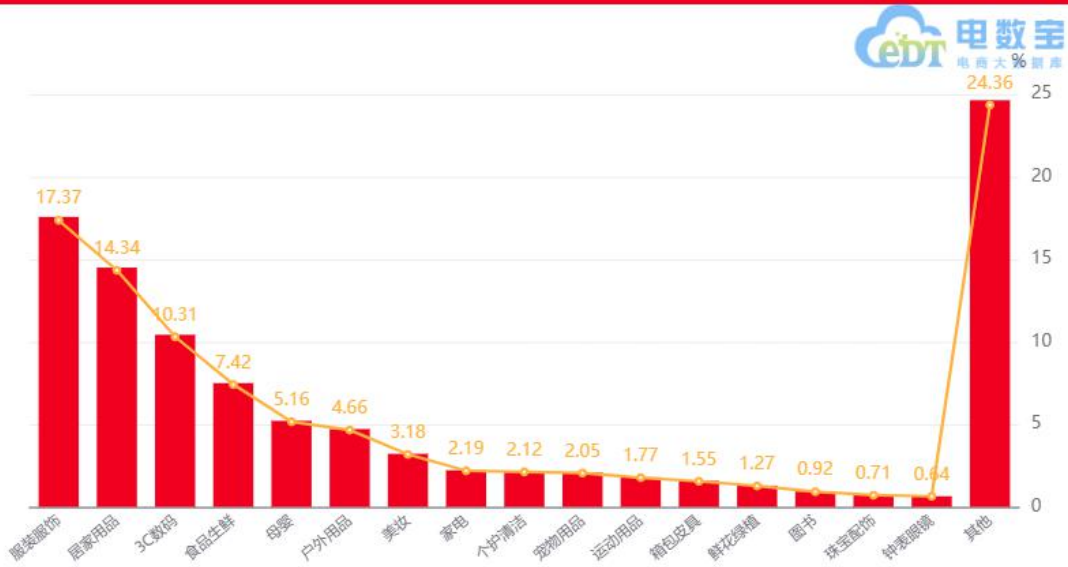


图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

四季度，投诉拼多多平台的商家经营类目依次为服装服饰（17.37%）、居家用品（14.34%）、3C数码（10.31%）、食品生鲜（7.42%）、母婴（5.16%）、户外用品（4.66%）、美妆（3.18%）、家电（2.19%）、个护清洁（2.12%）、宠物用品（2.05%）、运动用品（1.77%）、箱包皮具（1.55%）、鲜花绿植（1.27%）、图书（0.92%）、珠宝配饰（0.71%）、钟表眼镜（0.64%）、其他（24.36%）。

2024年Q4拼多多平台商家投诉经营类目分布



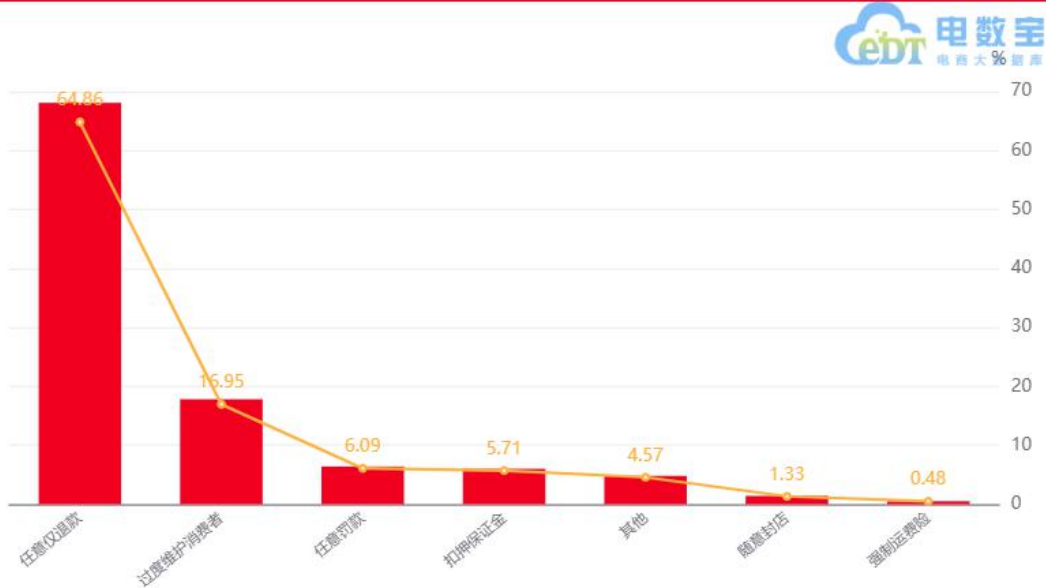
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

（二）抖音电商

据“电诉宝”显示，2024年Q4抖音电商平台涉及1046份商家投诉，问题类型主要集中在：任意仅退款（64.86%）、过度维护消费者（16.95%）、任意罚款（6.09%）、扣押保证金（5.71%）、随意封店（1.33%）、强制运费险（0.48%）。

2024年Q4抖音电商平台商家投诉问题类型分布

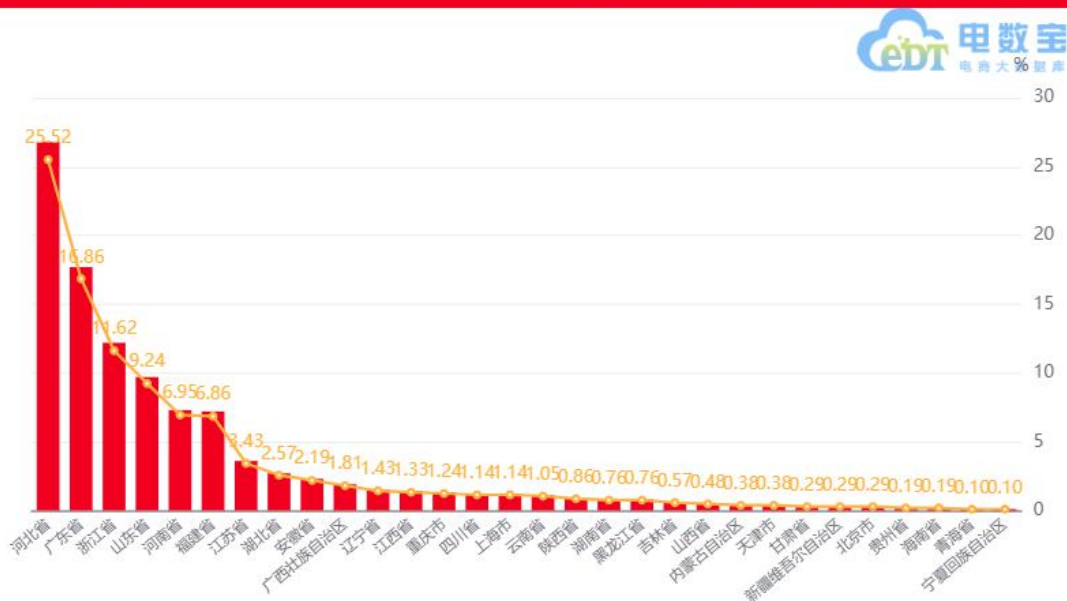


图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

四季度，投诉抖音电商平台的商家注册地区 TOP10 依次为河北省（25.52%）、广东省（16.86%）、浙江省（11.62%）、山东省（9.24%）、河南省（6.95%）、福建省（6.86%）、江苏省（3.43%）、湖北省（2.57%）、安徽省（2.19%）、广西壮族自治区（1.81%）。

2024年Q4抖音电商平台商家投诉地区分布

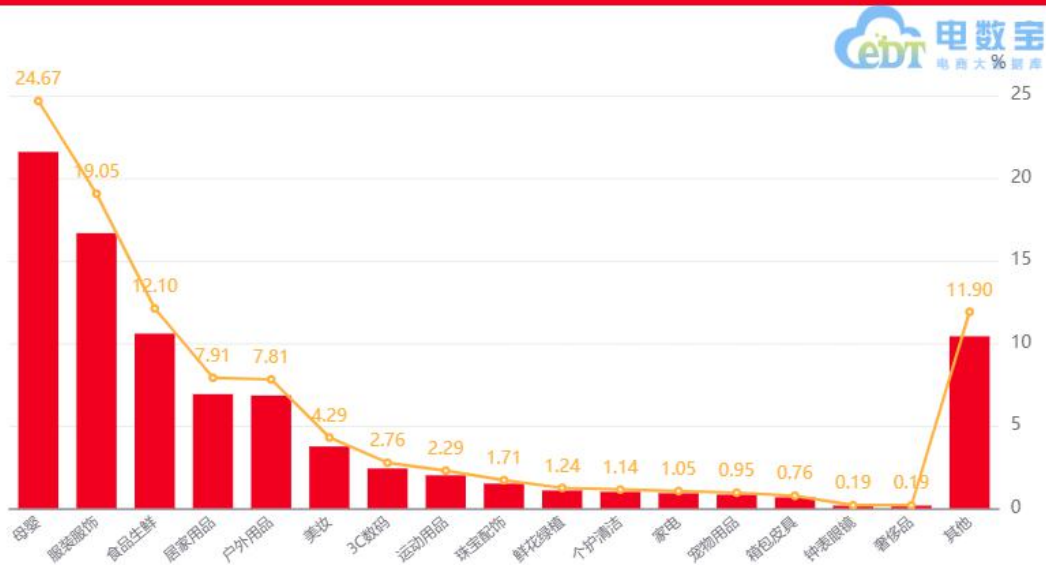


图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

四季度，投诉抖音电商平台的商家经营类目依次为母婴（24.67%）、服装服饰（19.05%）、食品生鲜（12.10%）、居家用品（7.91%）、户外用品（7.81%）、美妆（4.29%）、3C数码（2.76%）、运动用品（2.29%）、珠宝配饰（1.71%）、鲜花绿植（1.24%）、个护清洁（1.14%）、家电（1.05%）、宠物用品（0.95%）、箱包皮具（0.76%）、钟表眼镜（0.19%）、奢侈品（0.19%）、其他（11.90%）。

2024年Q4抖音电商平台商家投诉经营类目分布



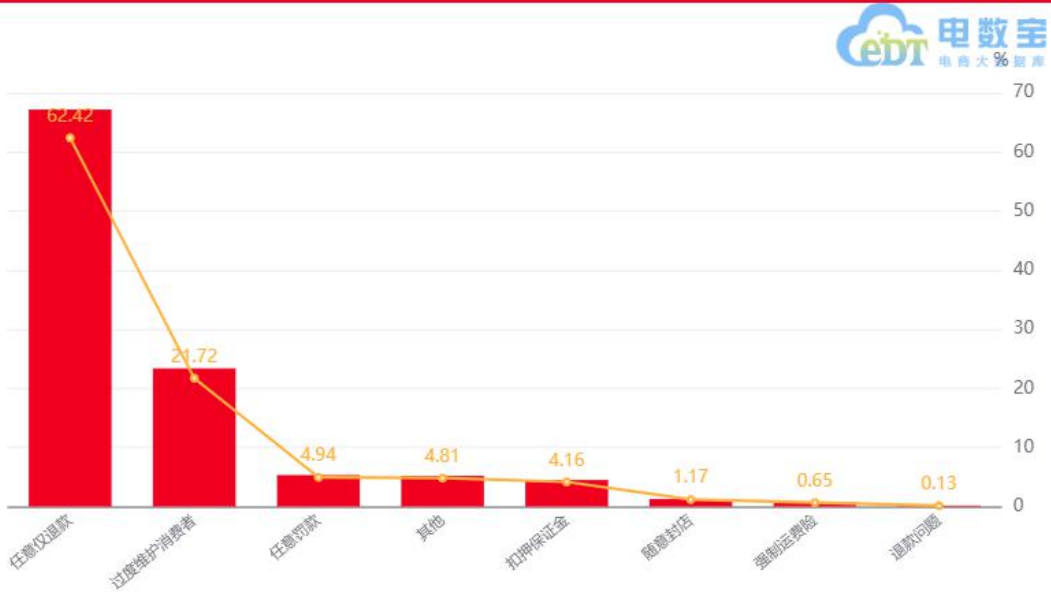
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

（三）淘宝

据“电诉宝”显示，2024年Q4淘宝平台涉及767份商家投诉，问题类型主要集中在：任意仅退款（62.42%）、过度维护消费者（21.72%）、任意罚款（4.94%）、扣押保证金（4.16%）、随意封店（1.17%）、强制运费险（0.65%）、退款问题（0.13%）。

2024年Q4淘宝平台商家投诉问题类型分布

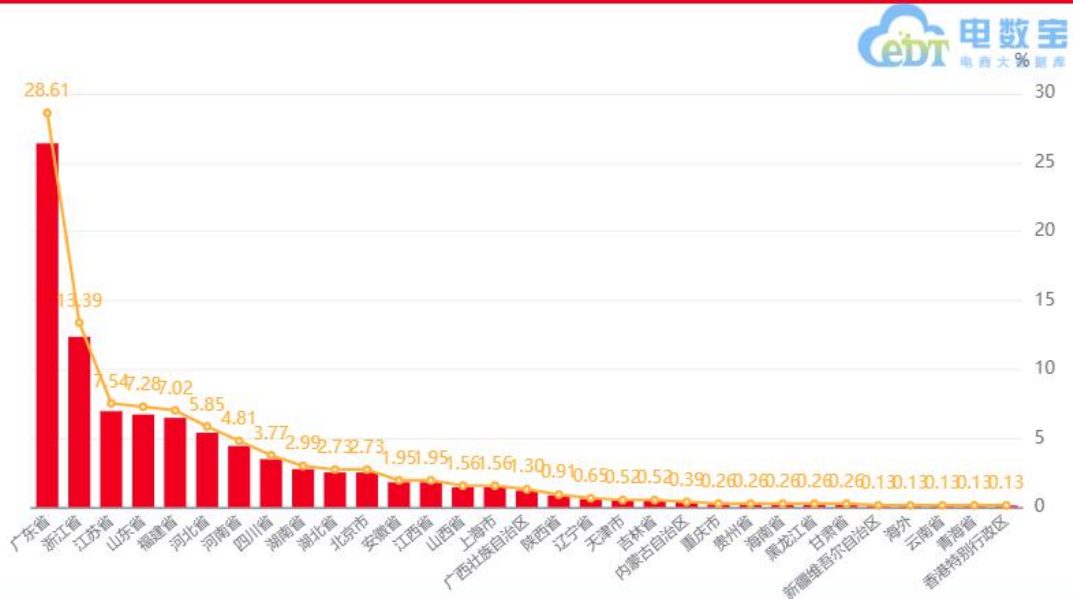


图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

四季度，投诉淘宝平台的商家注册地区 TOP10 依次为广东省（28.61%）、浙江省（13.39%）、江苏省（7.54%）、山东省（7.28%）、福建省（7.02%）、河北省（5.85%）、河南省（4.81%）、四川省（3.77%）、湖南省（2.99%）、湖北省（2.73%）。

2024年Q4淘宝平台商家投诉地区分布

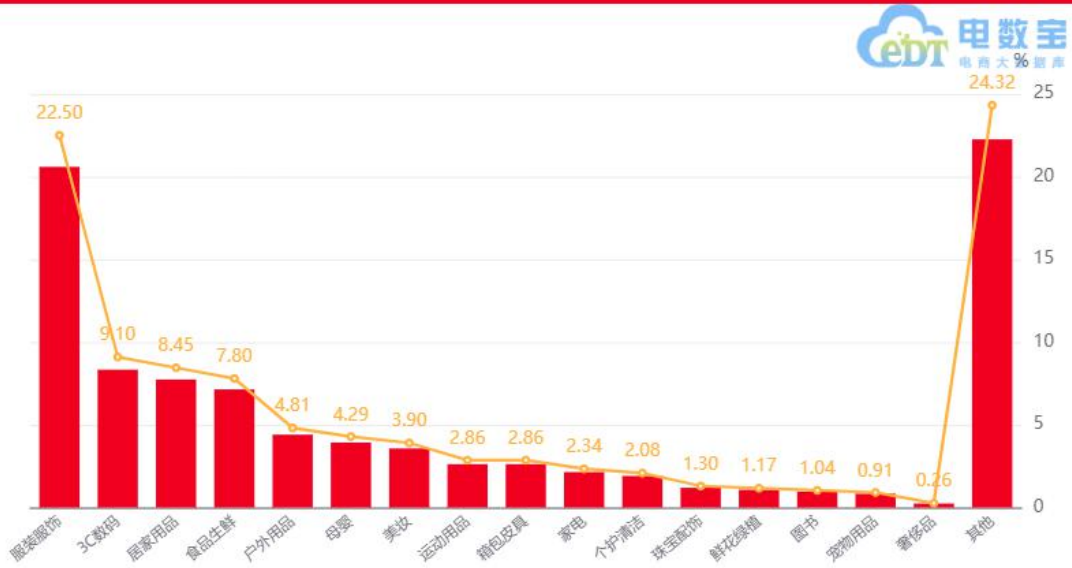


图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

四季度，投诉淘宝平台的商家经营类目依次为服装服饰（22.50%）、3C 数码（9.10%）、居家用品（8.45%）、食品生鲜（7.80%）、户外用品（4.81%）、母婴（4.29%）、美妆（3.90%）、运动用品（2.86%）、箱包皮具（2.86%）、家电（2.34%）、个护清洁（2.08%）、珠宝配饰（1.30%）、鲜花绿植（1.17%）、图书（1.04%）、宠物用品（0.91%）、奢侈品（0.26%）、其他（24.32%）。

2024年Q4淘宝平台商家投诉经营类目分布



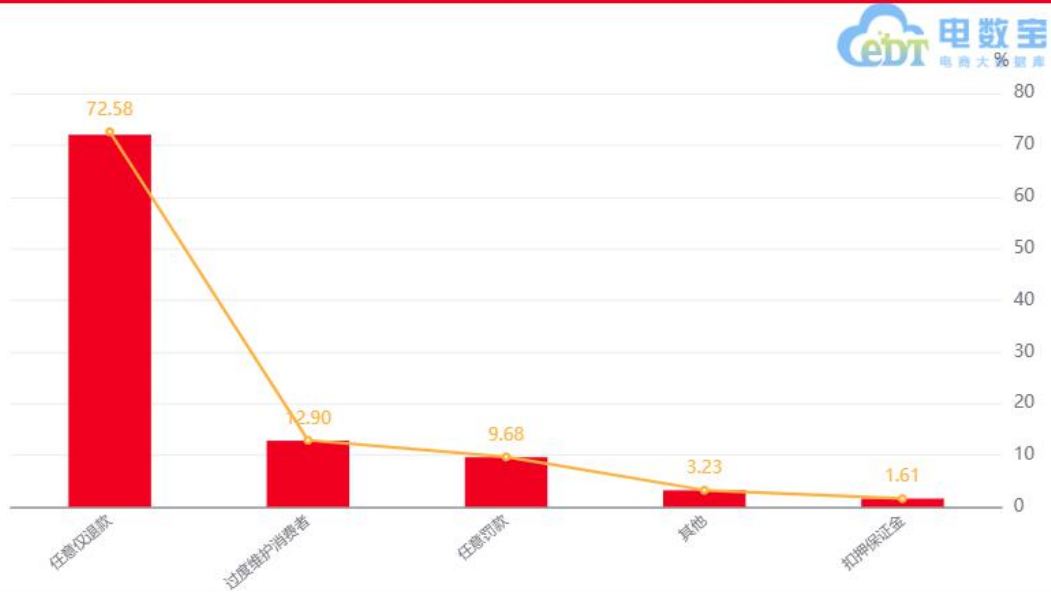
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

(四) 天猫

据“电诉宝”显示，2024年Q4天猫平台涉及62份商家投诉，问题类型主要集中在：任意仅退款（72.58%）、过度维护消费者（12.90%）、任意罚款（9.68%）、扣押保证金（1.61%）。

2024年Q4天猫平台商家投诉问题类型分布

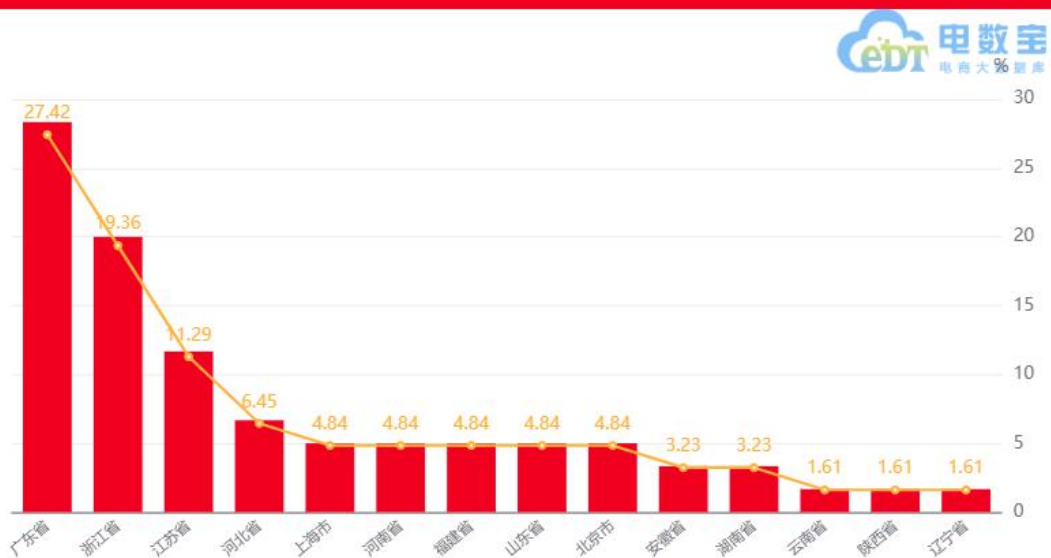


图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

四季度，投诉天猫平台的商家注册地区 TOP10 依次为广东省（27.42%）、浙江省（19.36%）、江苏省（11.29%）、河北省（6.45%）、上海市（4.84%）、河南省（4.84%）、福建省（4.84%）、山东省（4.84%）、北京市（4.84%）、安徽省（3.23%）。

2024年Q4天猫平台商家投诉地区分布

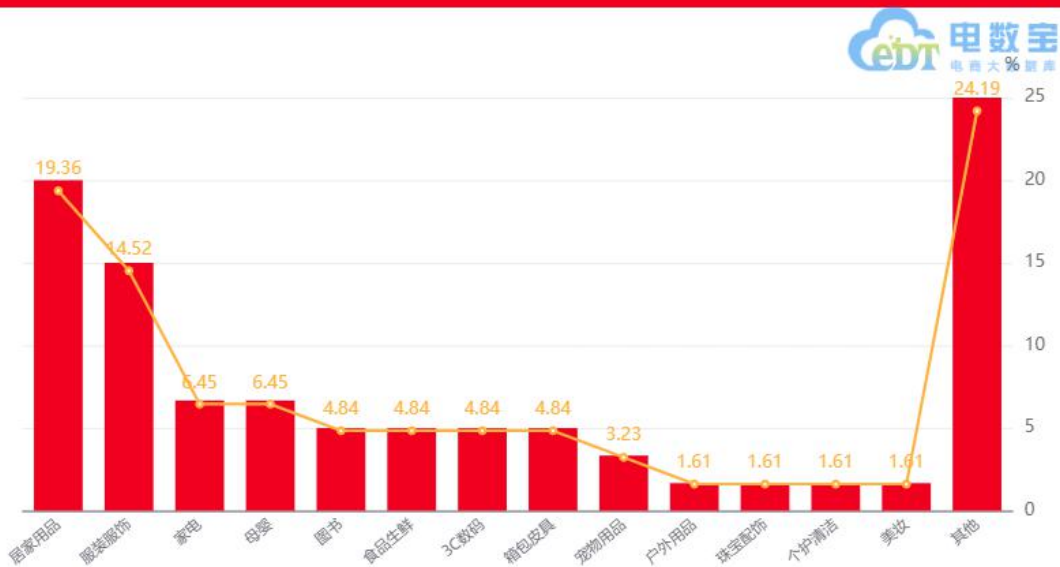


图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

四季度，投诉天猫平台的商家经营类目依次为居家用品（19.36%）、服装服饰（14.52%）、家电（6.45%）、母婴（6.45%）、图书（4.84%）、食品生鲜（4.84%）、3C数码（4.84%）、箱包皮具（4.84%）、宠物用品（3.23%）、户外用品（1.61%）、珠宝配饰（1.61%）、个护清洁（1.61%）、美妆（1.61%）、其他（24.19%）。

2024年Q4天猫平台商家投诉经营类目分布



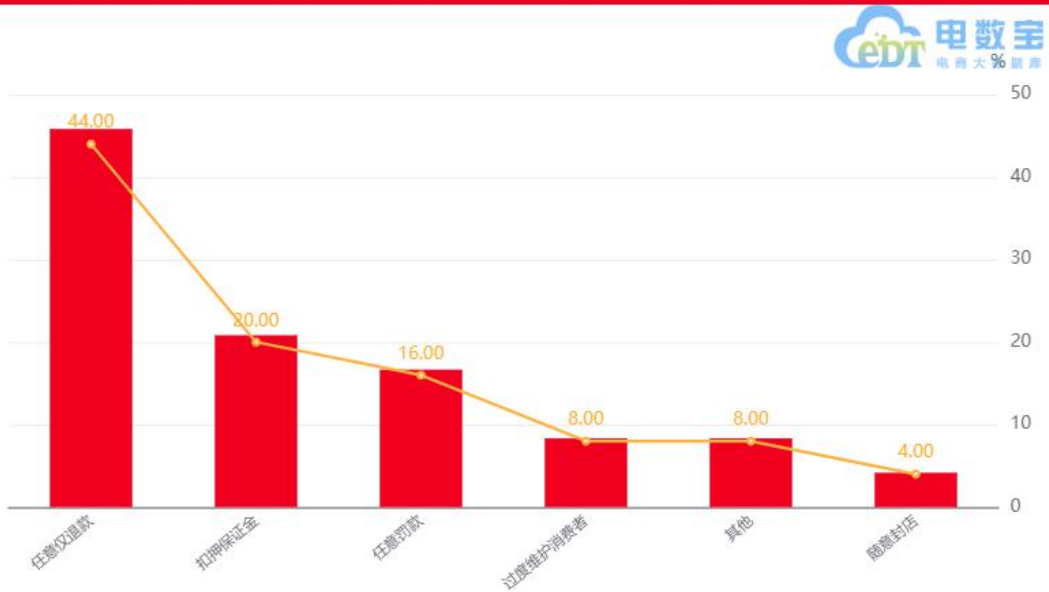
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

（五）快手电商

据“电诉宝”显示，2024年Q4快手电商平台涉及25份商家投诉，问题类型主要集中在五项，其中任意仅退款占比高达44.00%，排在第一；其余问题类型依次为：扣押保证金（20.00%）、任意罚款（16.00%）、过度维护消费者（8.00%）、随意封店（4.00%）。

2024年Q4快手电商平台商家投诉问题类型分布

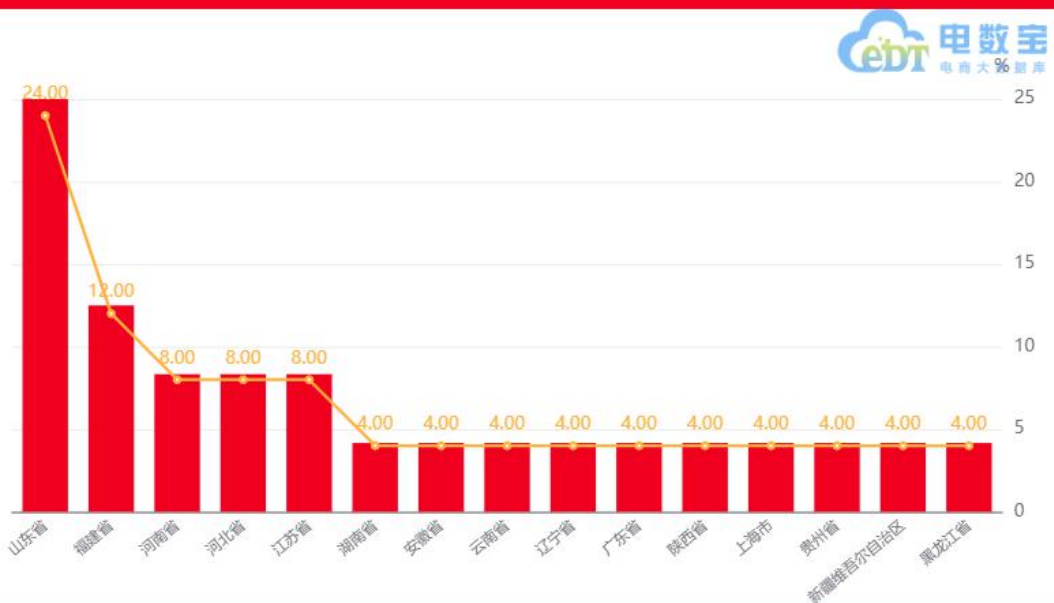


图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

四季度，投诉快手电商平台的商家注册地区 TOP5 依次为山东省（24.00%）、福建省（12.00%）、河南省（8.00%）、河北省（8.00%）、江苏省（8.00%）。

2024年Q4快手电商平台商家投诉地区分布



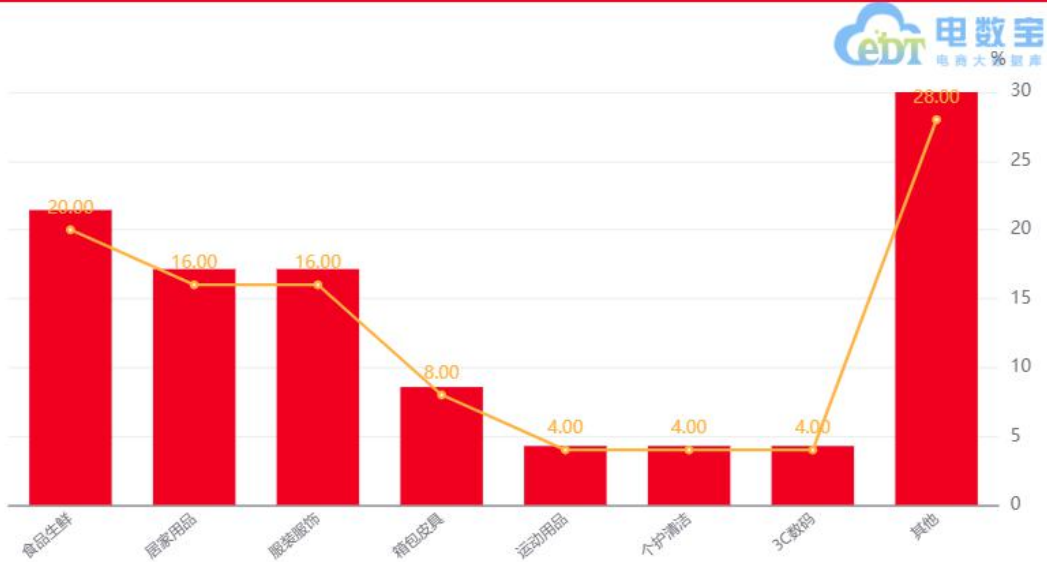
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

四季度，投诉快手电商平台的商家经营类目依次为食品生鲜（20.00%）、居

家用品（16.00%）、服装服饰（16.00%）、箱包皮具（8.00%）、运动用品（4.00%）、个护清洁（4.00%）、3C数码（4.00%）、其他（28.00%）。

2024年Q4快手电商平台商家投诉经营类目分布



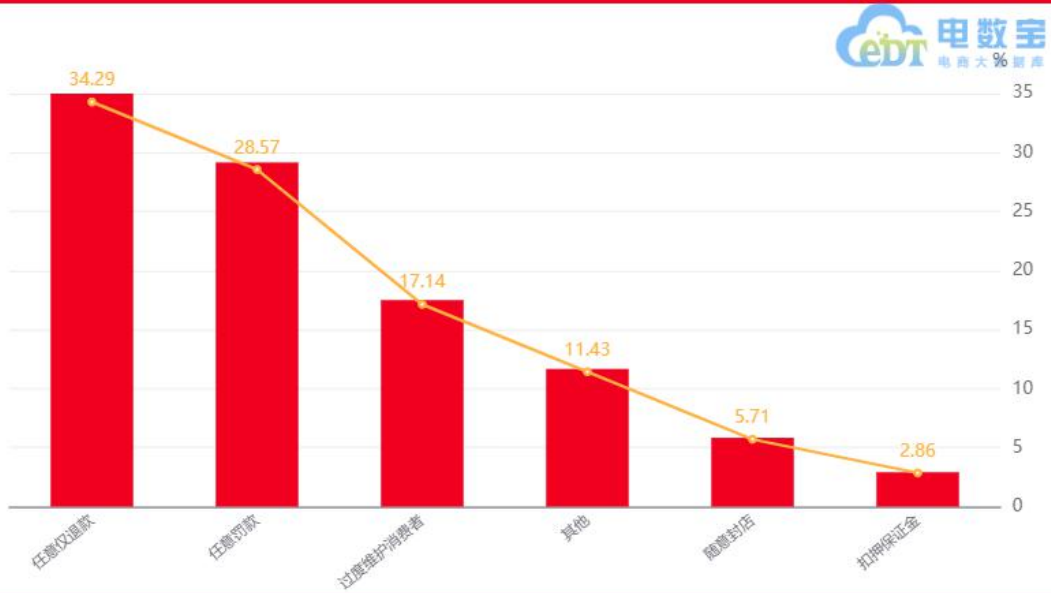
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

（六）京东

据“电诉宝”显示，2024年Q4京东平台涉及35份商家投诉，问题类型主要集中在五项，其中任意仅退款占比高达34.29%，排在第一；其余问题类型依次为：任意罚款（28.57%）、过度维护消费者（17.14%）、随意封店（5.71%）、扣押保证金（2.86%）。

2024年Q4京东平台商家投诉问题类型分布

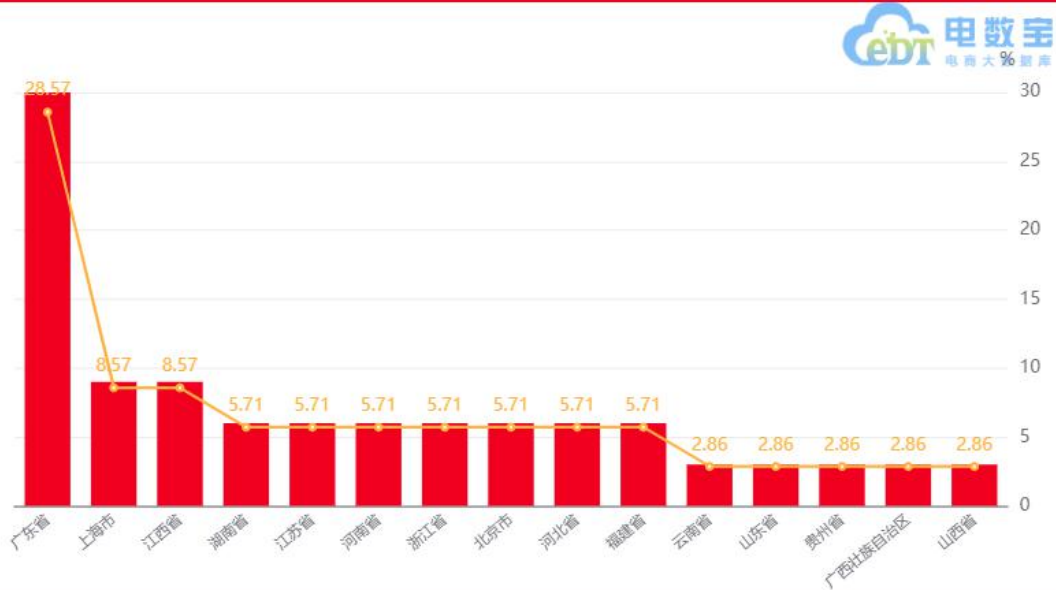


图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

四季度，投诉京东平台的商家注册地区 TOP10 依次为广东省（28.57%）、上海市（8.57%）、江西省（8.57%）、湖南省（5.71%）、江苏省（5.71%）、河南省（5.71%）、浙江省（5.71%）、北京市（5.71%）、河北省（5.71%）、福建省（5.71%）。

2024年Q4京东平台商家投诉地区分布

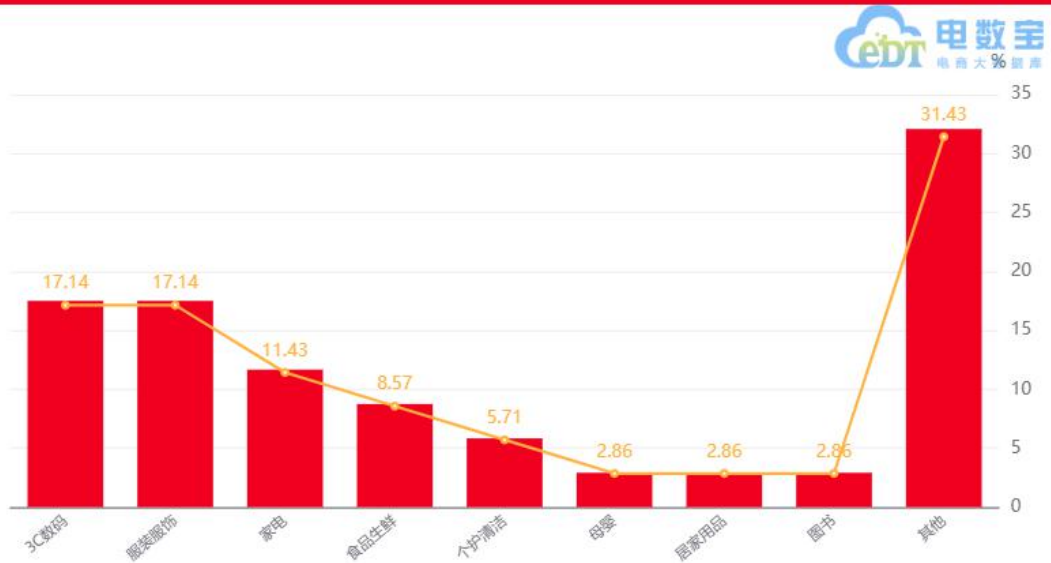


图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

四季度，投诉京东平台的商家经营类目依次为 3C 数码（17.14%）、服装服饰（17.14%）、家电（11.43%）、食品生鲜（8.57%）、个护清洁（5.71%）、母婴（2.86%）、居家用品（2.86%）、图书（2.86%）、其他（31.43%）。

2024年Q4京东平台商家投诉经营类目分布



图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

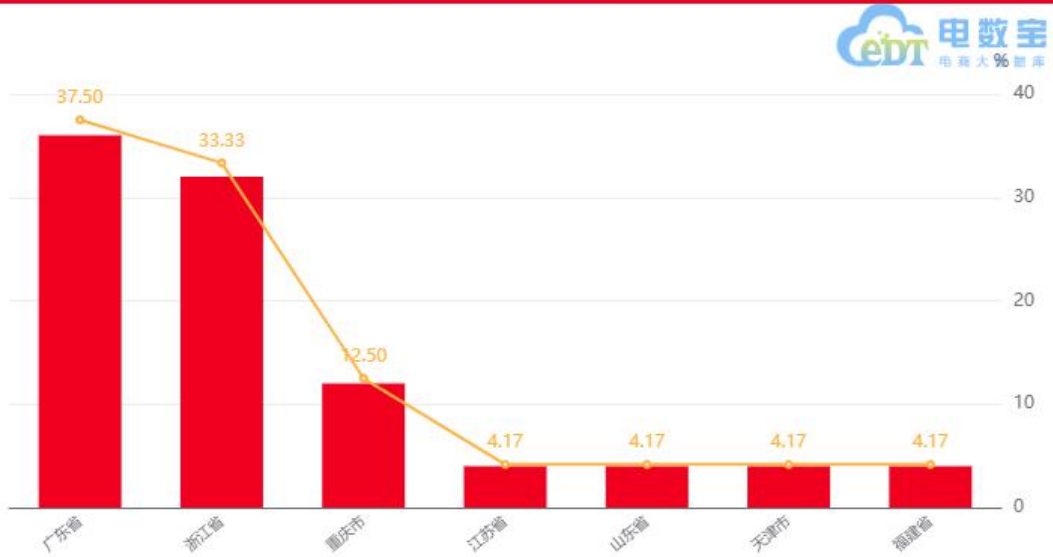
(七) 1688

据“电诉宝”显示，2024年Q4 1688平台涉及24份商家投诉，问题类型主要集中在五项，其中任意仅退款占比高达62.50%，排在第一；其余问题类型依次为：过度维护消费者（12.50%）、任意罚款（4.17%）、其他（20.83%）。



四季度，投诉 1688 平台的商家注册地区 TOP5 依次为广东省（37.50%）、浙江省（33.33%）、重庆市（12.50%）、江苏省（4.17%）、山东省（4.17%）。

2024年Q4 1688平台商家投诉地区分布

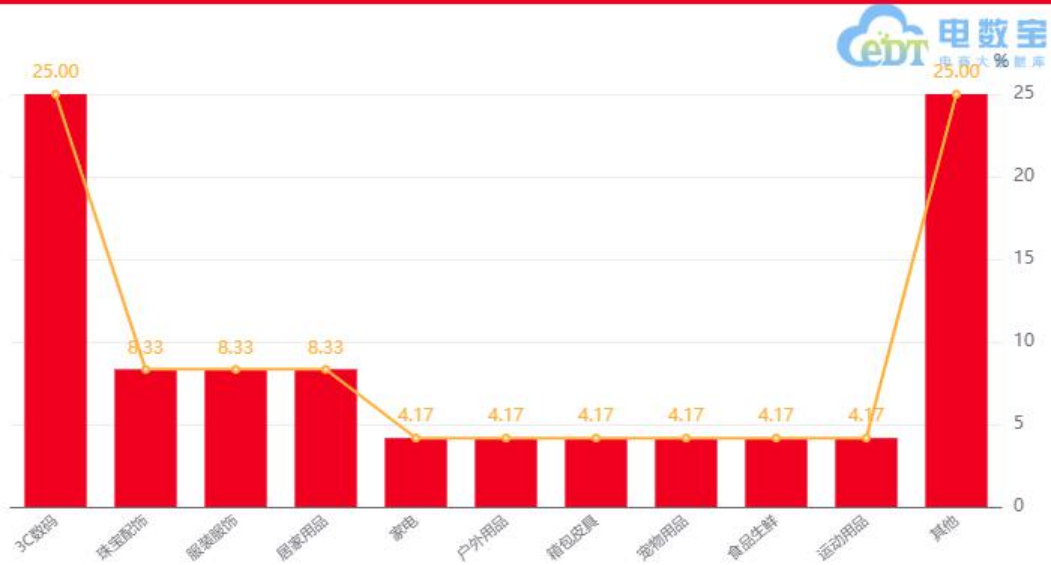


图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

四季度，投诉 1688 平台的商家经营类目依次为 3C 数码（25.00%）、珠宝配饰（8.33%）、服装服饰（8.33%）、居家用品（8.33%）、家电（4.17%）、户外用品（4.17%）、箱包皮具（4.17%）、宠物用品（4.17%）、食品生鲜（4.17%）、运动用品（4.17%）、其他（25.00%）。

2024年Q41688平台商家投诉经营类目分布



图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

(八) 全球速卖通

据“电诉宝”显示，2024年Q4全球速卖通平台涉及17份商家投诉，问题类型主要集中在：过度维护消费者（23.53%）、任意仅退款（23.53%）、扣押保证金（11.77%）、随意封店（5.88%）、任意罚款（5.88%）。

2024年Q4全球速卖通平台商家投诉问题类型分布

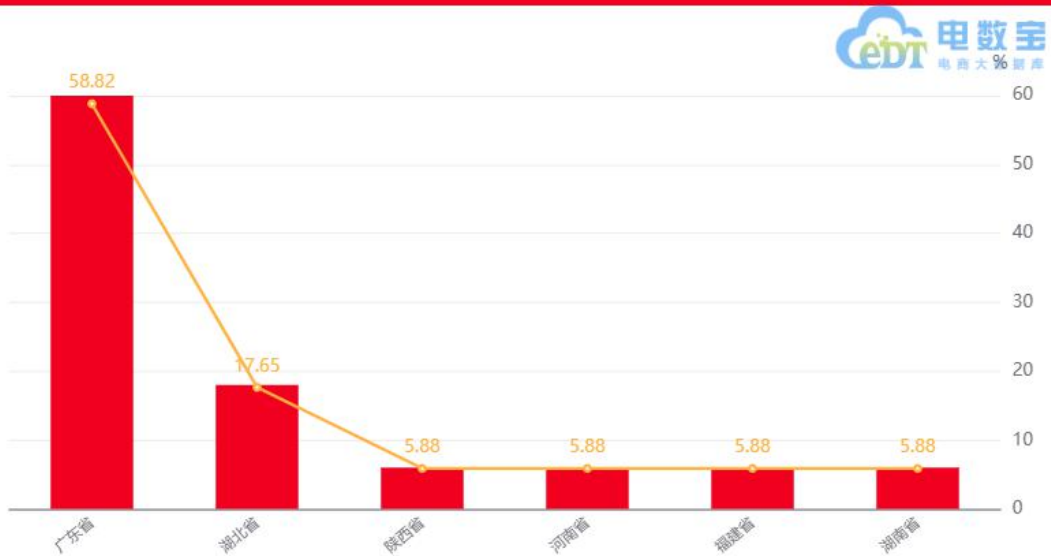


图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

四季度，投诉全球速卖通平台的商家注册地区依次为广东省（58.82%）、湖北省（17.65%）、陕西省（5.88%）、河南省（5.88%）、福建省（5.88%）、湖南省（5.88%）。

2024年Q4全球速卖通平台商家投诉地区分布

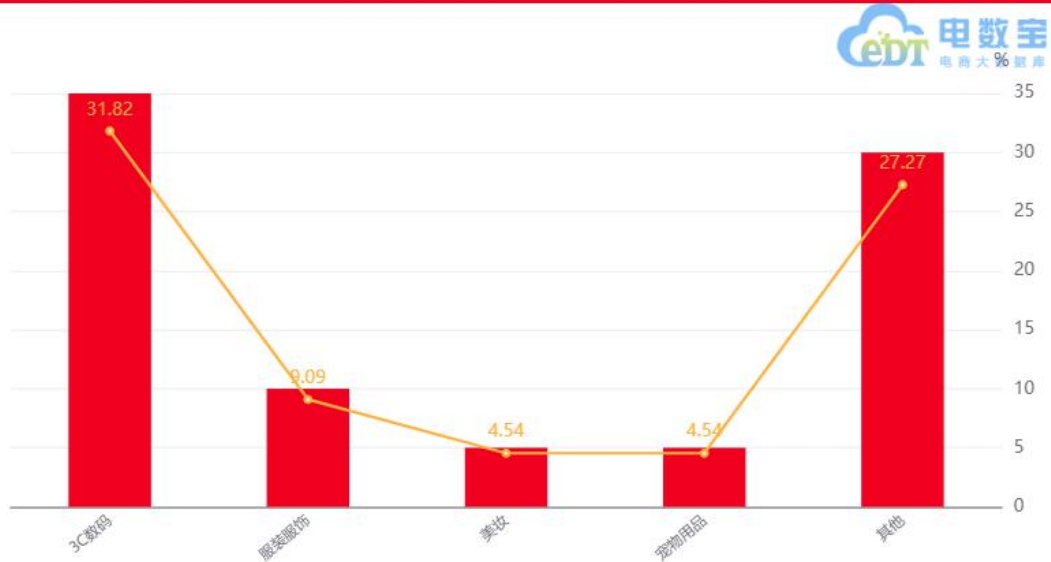


图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

四季度，投诉全球速卖通平台的商家经营类目依次为 3C 数码（31.82%）、服装服饰（9.09%）、美妆（4.54%）、宠物用品（4.54%）、其他（27.27%）。

2024年Q4全球速卖通平台商家投诉经营类目分布



图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

四、十大典型案例

据“电诉宝”受理商家维权案例，我们从中选取十大典型投诉案例，涉及淘宝、1688、抖音、快手、拼多多、微信电商、天猫、考拉海购、饿了么、美团、小红书。涉及问题包括：任意仅退款、过度维护消费者、冻结店铺资金、退款问题、随意封店等。

2024年Q4电商平台商家投诉十大典型案例

投诉时间	投诉平台	投诉商家	问题类型	投诉案例
10月8日	淘宝	美怡靓家灯饰	过度维护消费者	“淘宝”买家申请退货后又召回 商家要求申诉被平台拒绝
10月18日	1688	重庆英码电子	过度维护消费者	用户投诉“1688”平台擅自“仅退款” 商家遭遇钱货两空困境
10月31日	抖音	吴志勤的小店	任意仅退款	商家投诉“抖音”平台买家恶意仅退款 回复：剔除商家售后拒绝率考核指标
11月8日	快手	ZUZU丸贞初瑞雪家店播	任意仅退款	商家称买家还未上传凭证“快手”就直接“仅退款”处理
11月23日	拼多多	小均均办公文具用品店	过度维护消费者	消费者虚假退货？“PDD”商家要求平台追回货款
11月28日	微信电商	和美玉业6666	冻结店铺资金	商家称被“微信电商”判定违规 一百多万的货款冻结六个月
12月6日	天猫	继旗舰店	任意仅退款	货物签收了还能仅退款？“天猫”商家投诉遭遇不合理判定
12月7日	考拉海购	云听美容护肤专营店	冻结店铺资金	店铺无故被冻结“考拉海购”被指无故封店 拒不提供证明
12月21日	美团	蜜水堂 深度解压体验馆	随意封店	店铺被“美团”操作下线 商家要求平台退还剩余年费
12月24日	小红书	鲸喜礼Yoo萌宠优品	退款问题	“小红书”商家投诉经历不合理“品质退款”判定 影响店铺关键数据

图表编制：网经社

网址：WWW.100EC.CN

【案例一】“淘宝”买家申请退货后又召回 商家要求申诉被平台拒绝

10月8日，淘宝平台上一居家用品商家孙先生（美怡靓家灯饰）向“电诉宝”投诉称其于2024年9月22日在淘宝平台经历了不合理的“退款”判定，侵害了卖家的权益，孙先生要求淘宝退还货款和扣除的运费。

孙先生表示：1、买家恶意申请质量问题退货退款，并没有任何的实质证据，提供的图片就是产品的包装零件图片；2、买家申请的是退货退款，物流上门取件，平台提前退款，物流运输途中，买家以寄件人的身份召回货物（顺丰快递已出红章证明），孙先生并没有收到退货；3、淘宝系统已识别到买家异常，已把首次质量问题品退指标剔除，淘宝小二已核实；4、多次线上客服和商家电话申诉，均告知孙先生支持消费者的售后诉求，维持原判。

孙先生称，买家要求退货退款，他都没收到货物，凭啥申诉不了？再者说，正常买家会在平台退款后退货运输途中把货物召回吗？孙先生认为这明显是骗钱骗货的，可淘宝平台小二就是看不到这是诈骗，有点让商家寒心。做淘宝这么

多年，还是第一次遇到这样的骗钱骗货手段，可淘宝的作为很让人生气。

【案例二】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，1688平台上一3C数码商家冉先生（重庆英码电子有限公司）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。

【案例三】商家投诉“抖音”平台买家恶意仅退款 回复：剔除商家售后拒绝率考核指标

10月31日，抖音平台上一食品生鲜商家吴先生（吴志勤的小店）向“电诉宝”投诉称其于2024年10月31日在抖音电商平台经历了不合理的“仅退款”判定。吴先生称，买家于25号申请了一次仅退款，因买家商品是正常的无质量问题的新鲜黑老虎果，商家拒绝后买家申请平台介入，10月28号仲裁支持用户退款，仅退款了一半，吴先生也不想再去理论。

然而，10月31号，买家再次恶意申请仅退款，凭证图为一包纸巾，拒绝后买家再次申请平台仲裁。吴先生的诉求是平台取消买家恶意申请仅退款所产生的品退和拒绝买家再次申请恶意仅退款。

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，抖音工作人员表示：您好，经核实订单前期商家考虑消费者体验同意退款一半，现消费者再次申请仅退款，现售后状态仲裁协商中建议商家积极和买家进行协商，若协

商不一致会有仲裁客服介入处理。关于拒绝消费者售后影响体验分问题，告知商家拒绝售后申请后，消费者申请仲裁，平台判定是非商家责任，会剔除商家售后拒绝率考核指标。建议注意关注订单后续售后状态，感谢您的理解与支持。

【案例四】商家称买家还未上传凭证 “快手”就直接“仅退款”处理

11月8日，快手平台上一个护清洁商家张先生（ZUZU 丸贞初瑞雪家店播）向“电诉宝”投诉称，买家购买了2个产品，收到货以后未与客服沟通，传了一张图片说是破损，直接申请仅退款。张先生只看到半张图片，驳回买家仅退款的申请，买家随后申请平台介入，介入后要求买家上传凭证。

张先生称，买家还没上传凭证呢，同时平台给买家仅退款了，中间客服专员未曾核实，未经商家同意就给买家仅退款，造成商家损失。张先生表示疑惑，现在平台不经核实就仅退款了吗？买家说破损就是破损了吗，不需要去核实吗？即使破损可以退货退款，张先生也明确告知不支持仅退款了。

【案例五】消费者虚假退货？“拼多多”商家要求平台追回货款

11月23日，拼多多平台上一商家高先生（小均均办公文具用品店）向“电诉宝”投诉称消费者于2024年9月28日在其网店购买一款支架式白板，10月1日第一次申请退货退款，10月10日再次申请退货退款。但消费者未按照高先生提供的地址寄回商品，并提供虚假退货单号诈骗商家。消费者收件地址是湖北省襄阳市，退货单号发货地为青岛市，退货单号的收件地址联系人也不是高先生提供的。

高先生称，因仓库未及时找到这个退回商品，平台自动退款。高先生多次找平台寻求帮助追回货款，平台均不给予申诉。找平台提供消费者联系方式也不提供，高先生无法联系上消费者。高先生表示自己经历了不合理的“虚假退货并不给予追回货款”判定，侵害了商家权益，诉求是平台追回货款或提供消费者真实的收件人名字和联系方式。

【案例六】商家称被“微信电商”判定违规 一百多万的货款冻结六个月

11月28日，微信平台上一珠宝配饰商家周先生（和美玉业 6666）向“电诉

宝”投诉称其于 2024 年 11 月 22 日被平台判定违规。根据违规提及的发布违禁信息实施细则，均未提到处罚冻结提现货款。周先生称自己所有产品通过视频号官方基地质检发货合规商家，一个月交给官方质检费用都十几万，对此处罚存在异议，申请撤销冻结可提现支付资金 6 个月的处罚。

周先生认为，微信平台存在滥用规则判定商家货款，处罚过于严重，一百多万的货款冻结六个月。周先生面临资金压力，无法生存。周先生表示，他们的商品能不能售卖也都是和微信官方质检基地沟通过，可以上链接才发布售卖的，所有的商品也都是通过质检基地质检发货的。

【案例七】货物签收了还能仅退款？“天猫”商家投诉遭遇不合理判定

12 月 6 日，天猫平台上一居家用品商家余先生（继红旗旗舰店）向“电诉宝”投诉称其于 2024 年 12 月 3 日在天猫电商平台经历了不合理的“仅退款”判定，对于天猫平台无故做出的仅退款很不理解，甚至没有给卖家一个拒绝的机会就直接仅退款给客户了。

余先生称，客户申请仅退款说明是需要退货处理，天猫平台客服却直接就给客户仅退款成功，但是货物客户已经拿走了，余先生认为需要平台退货款或者让客户把货物退回。余先生对于天猫平台客服做出的这个仅退款处理表示不理解以及不认可，判定仅退款的理由是什么以及为什么货物签收了还能仅退款？余先生认为这侵害了卖家权益，诉求是追回货款或者产品。

【案例八】店铺无故被冻结“考拉海购”被指无故封店 拒不提供证明

12 月 7 日，考拉海购平台上一美妆商家梁先生（云听美容护肤专营店）向“电诉宝”投诉称其于 2023 年 12 月 27 日突然接到通知，称店铺涉嫌出售假冒品牌商品，并因此导致店铺被冻结，涉及的货款金额高达 90 余万元。梁先生公司要求平台能够提供详细的检测报告以及完整的证据链路，但平台拒不提供。

梁先生希望电商平台能够全面、完整地提供所有相关的证据链路和检测报告。且要求查看从店铺发货到检测机构接收并检测商品的全过程视频。此外，梁先生的公司还要求电商平台提供相关的法律依据，说明为何会采取冻结并扣除店

铺货款的处理措施，而不是一纸单方面后台通知。

【案例九】店铺被“美团”操作下线 商家要求平台退还剩余年费

12月21日，美团平台上一商家胡先生（蜜水堂·深度解压体验馆）向“电诉宝”投诉称其于2024年8月1日在美团开店，2024年11月12日被美团操作下线。胡先生称店铺被美团平台操作下线，应当把未使用到的年费退给他。

胡先生称自己开店时通过平台交了1800元年费，如果关店或退店，是按天计算，减去已经使用的天数，把店铺下线后，剩余天数所对应的年费，同样按天计算退还。美团没有理由扣掉他剩余的年费。

胡先生多次咨询客服，对方也没有提供相应的依据和证据。胡先生表示，1800元不是店铺保证金，也不是违约金，如果是保证金，店铺侵犯消费者权益了，也应当赔偿给消费者，而不是进美团自己的口袋，何况这不是保证金，所以剩余的年费理应退还。

【案例十】“小红书”商家投诉经历不合理“品质退款”判定 影响店铺关键数据

12月24日，小红书平台上一居家用品商家陈先生（鲸喜礼 Yoo 萌宠优品）向“电诉宝”投诉称其于2024年12月24日在小红书电商平台经历了不合理“品质退款”判定，侵害了商家与消费者的公平交易权利，该笔订单的不合理判定影响店铺的“品质退货率”等相关数据，对店铺的正常经营造成严重影响。

陈先生称，2024年12月21日买家购买了其店铺一个价值12.8元的宠物梳子，买家发起“材质/颜色/款式与描述不符”原因申请退款退款，并描述“难用。质量一般”，申请退货原因未提供实际相关证明，并且描述的问题为个人感受并无实际商品问题。买家申请平台介入后，描述商品问题为“掉齿 歪齿”，但买家提供的图片证明中并无实际问题，产品本身为软齿设计，软尺高低分布设计并不存在断齿，该理由与“材质/颜色/款式与描述不符”完全无关。

陈先生表示，商家拒绝该退货原因后，买家申请平台介入，平台没有根据任何关联证据直接同意该理由退货。陈先生的诉求是重新判定该笔订单的合理退款

理由，同时由商家赔付买家的 8 元运费退回，删除该笔订单对店铺“品质退货率”以及该笔订单对其他相关数据的影响。

附录：

“电商平台‘仅退款’调查行动”：www.100ec.cn/zt/diansubao/

《2024 年电商平台“仅退款”调查报告》：www.100ec.cn/zt/24jtk/

《2024 年 Q3 中国电商平台商家投诉数据报告》：www.100ec.cn/zt/2024Q3dspt/

《2024 年 10 月中国电商平台商家投诉数据报告》www.100ec.cn/detail--6643752.html

国内首个电商商家“仅退款”第三方投诉通道：JTK.100EC.CN

五、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。



商家投诉通道持续开放 为全国电商卖家发声

消费者投诉	商家投诉	进度查询	平台登录
姓名*	姓名	所在地*	邮箱*
投诉平台*	店铺名称*	店铺名称	店铺链接
经营范围*	问题类型*	涉及金额*	
营业执照信用代码	仅用于店铺的真实性,提高客诉解决率,不对外泄露	投诉标题*	请输入标题 如: XXX平台不合理“仅退款”判定
投诉内容*	我于X年X月X日在XX电商平台经历了不合理的“仅退款”判定,侵害了XX权益,我的诉求是xx。(字数200-500个)		
*订单截图凭证	针对上传图片的备注说明		
平台评判截图(如)	针对上传图片的备注说明		

[更多↓](#)

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 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。



具体服务包括：1) 向平台企业提供：媒体传播业务为核心的品牌服务，基于网经社数字经济门户、自媒体矩阵、3000人媒体库；2) 向政府/机构提供：研究咨询为核心的智库服务，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”；3) 向渠道方、商家/创业公司提供多样化的服务：“千电万商”生态圈、网经社投融资中心，包括私董会、展会、招商会、创业孵化等。

网经社在工信部、公安机关网站备案运行，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 Q4 中国电商平台商家投诉数据报告》”。

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：2025年1月7日

官方公众号 ID: i100EC

(近 40 万电商人都在看!)



网购投诉平台 ID: DSWQ315

(在线网购投诉)



商家投诉 (JTK.100EC.CN)

(商家反向维权通道)



电诉宝 (315.100EC.CN)

(消费者投诉通道)

