

2020年5月

中国电子商务用户体验与投诉监测报告

数据来源： 电数宝  电诉宝

发布时间：2020年6月3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、消费评级榜	4
二、投诉数据	6
(一) 投诉地区分布	6
(二) 投诉领域分布	6
(三) 投诉性别及金额分布	7
(四) 投诉问题类型分布	8
三、典型案例	9
(一) 零售电商	9
【案例一】“盒马”商品货不对板 售后客服反复修改说辞	9
【案例二】“我厨”商品未按时送达 售后退款被告知“不点不退”	9
【案例三】“花礼网” 520 你的“爱”可能已迟到 用户诉退货难	10
【案例四】“转转”卖家七天无理由退货成“空话” 售后退款遭拒	10
【案例五】“快手”商家玩“失踪” 货到付款藏“猫腻” 验收反被拒	10
【案例六】“蘑菇街”播带货质量与售后成槽点 退货需承担运费	11
(二) 进口跨境电商	11
【案例一】“别样海外购”物流时效遭用户吐槽 清关遥遥无期 退款惨遭拒	11
【案例二】“洋葱”下单商品丢件 售后处理结果引纠纷	12
【案例三】“洋码头”频陷“假质疑云” 平台被质疑包庇买手	12
(三) 生活服务电商	12
【案例一】“平安好医生”活动宣传诱导消费 问诊质量遭质疑	12
【案例二】“小猪短租”订单被“截胡” 退款遇高额违约金	13
【案例三】“学慧网”被学员投诉诱导消费 联系客服退款反遭拒绝	13
【案例四】“尚德机构”以学费分期诱导学员入“套路贷” 售后退款难	13
【案例五】“沪江网校”一入分期深似海 课程内容引吐槽退款难上加难	14
【案例六】“帮考网”上报考一级消防工程师 退费无忧或成“谎言”	14
【案例七】“美团”商家食品安全问题堪忧 售后遇平台“推诿”	14
【案例八】“饿了么”配送时效遭吐槽 商品“不翼而飞”防不胜防	14

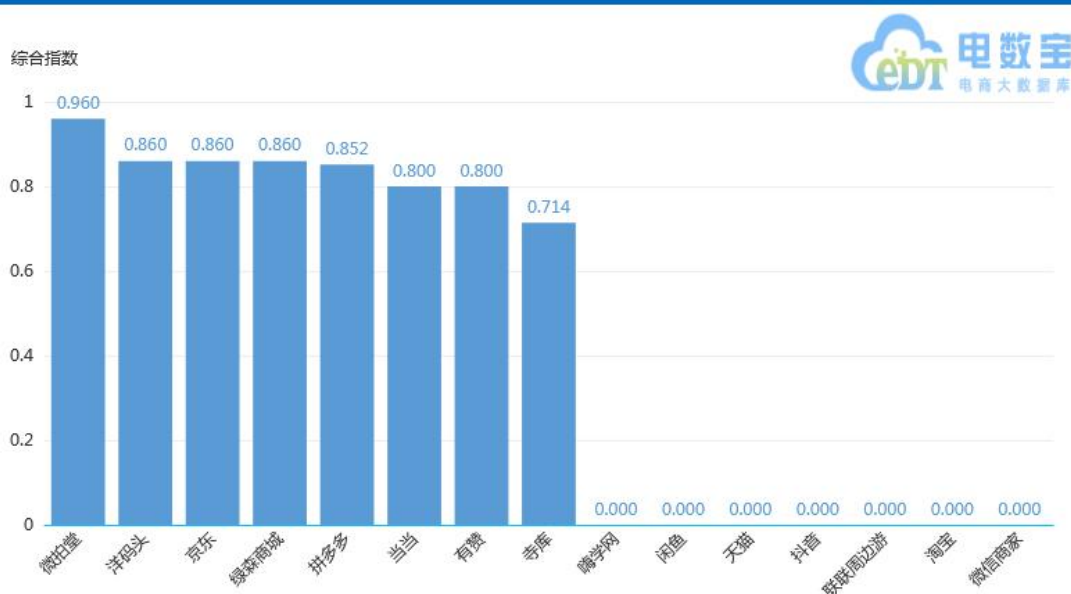
(四) 物流科技.....	15
【案例一】“货拉拉”预约下单已确认 订单无故取消售后难.....	15
(五) 金融科技.....	15
【案例一】“来分期”平台频遭投诉 还款金额有“双重标准”.....	15
【案例二】“拍拍贷”贷款涉嫌乱收费 高额利息 用户售后难.....	16
四、关于我们.....	17
(一) 关于“电诉宝”.....	17
(二) 关于网经社.....	18
(三) 2019-2020 年度网经社电子商务研究中心报告发布计划.....	20

一、消费评级榜

“五一”期间，“双品网购节”和上海“五五购物节”持续引爆消费者的购物热情，在大额促销活动的推动下，被压制的消费欲望也迎来了一轮井喷，大促过后各种消费问题也是“层出不穷”。在618大促来袭之际，6月2日，网经社电子商务研究中心发布《2020年5月中国电子商务用户体验与投诉监测报告》，报告公布了《2020年5月全国电子商务TOP15消费评级榜》。榜单涉及了综合零售电商、进口跨境电商、在线拍卖、OTA、在线教育、直播电商等领域。时刻引导电商更加规范，为消费者营造良好的电商消费市场。

据悉，该榜单依据国内电商专业消费调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）5月份受理的全国142家电商真实海量用户投诉案例大数据所得，依据反馈率、反馈时效、满意度多项指标，由系统建模、自动评估、公开披露，其数据评级完全由平台智能化生成。详见“电数宝”（DATA.100EC.CN）。

2020年5月全国电子商务消费评级指数对比



图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

其中，排在1-7名的电商平台获得“建议下单”评级，依次为：微拍堂（综合指数：0.960）、洋码头（综合指数：0.860）、京东（综合指数：0.860）、绿森商城（综合指数：0.860）、拼多多（综合指数：0.852）、当当（综合指数：0.800）、有赞（综合指数：0.800）；

排在第8名的电商平台寺库（综合指数：0.714）获得“谨慎下单”评级，

排在9-15名的电商平台获得“不建议下单”评级，依次为：嗨学网（综合指数：0.000）、闲鱼（综合指数：0.000）、天猫（综合指数：0.000）、抖音（综合指数：0.000）、联联周边游（综合指数：0.000）、淘宝（综合指数：0.000）、微信商家（综合指数：0.000）。

2020年5月全国电子商务TOP15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	微拍堂	100.00%	1.000	8.000	0.960	建议下单
2	洋码头	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
2	京东	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
2	绿森商城	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
5	拼多多	100.00%	0.972	2.000	0.852	建议下单
6	当当	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
6	有赞	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
8	寺库	100.00%	0.714	0.000	0.714	谨慎下单
9	嗨学网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
9	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
9	天猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
9	抖音	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
9	联联周边游	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
9	其他	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
9	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
9	微信商家	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]。

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。

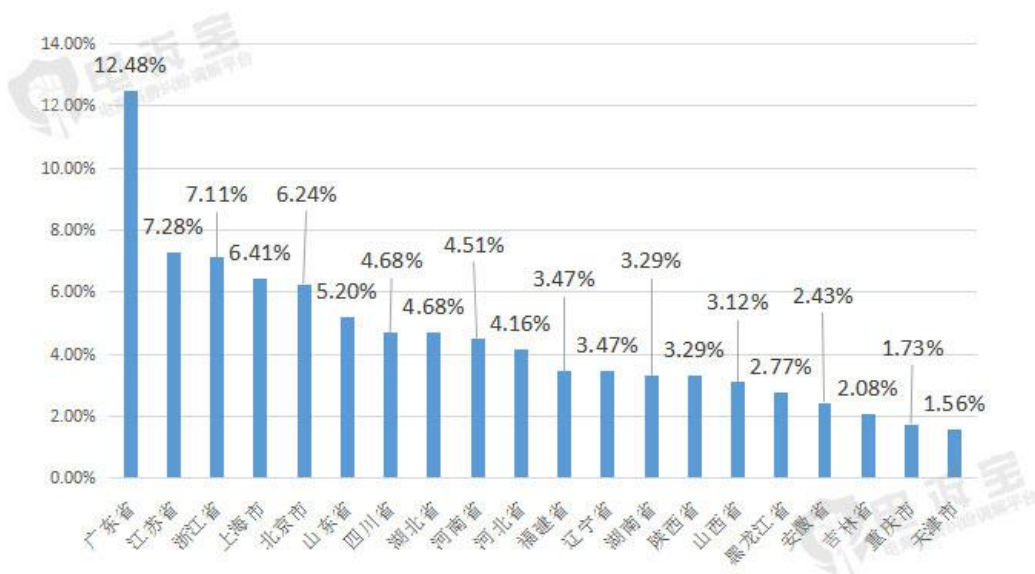
4、本榜单所有数据均由系统后台根据各电商平台上述行为，依据上述模型算法自动生成，不受任何人工因素影响。

二、投诉数据

（一）投诉地区分布

据“电诉宝”显示，2020年5月全国网购投诉用户主要集中地排名前十的依次为广东省、江苏省、浙江省、上海市、北京市、山东省、四川省、湖北省、河南省、河北省。

2020年5月全国电子商务投诉地区TOP20分布



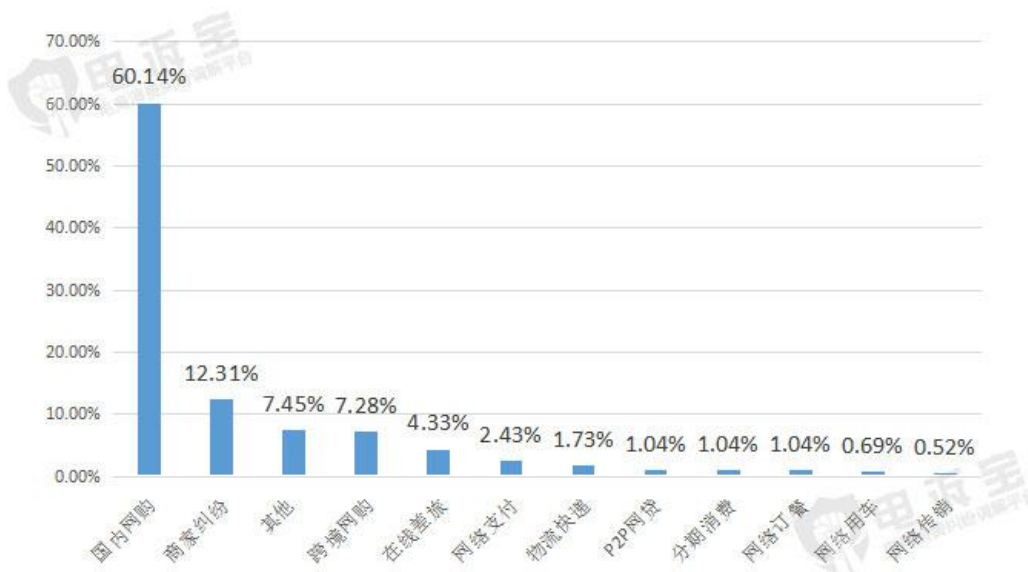
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

（二）投诉领域分布

据“电诉宝”显示，2020年5月全国网购用户投诉领域集中在国内网购、商家纠纷、跨境网购、在线差旅、网络支付。

2020年5月全国电子商务投诉领域分布



图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

（三）投诉性别及金额分布

据“电诉宝”显示，2020年5月全国网购男性占比为47.66%，女性占比为52.34%。另外，消费金额主要在100-500元区间、1000-5000元区、0-100元区间，占比分别为24.44%、20.80%、18.54%。

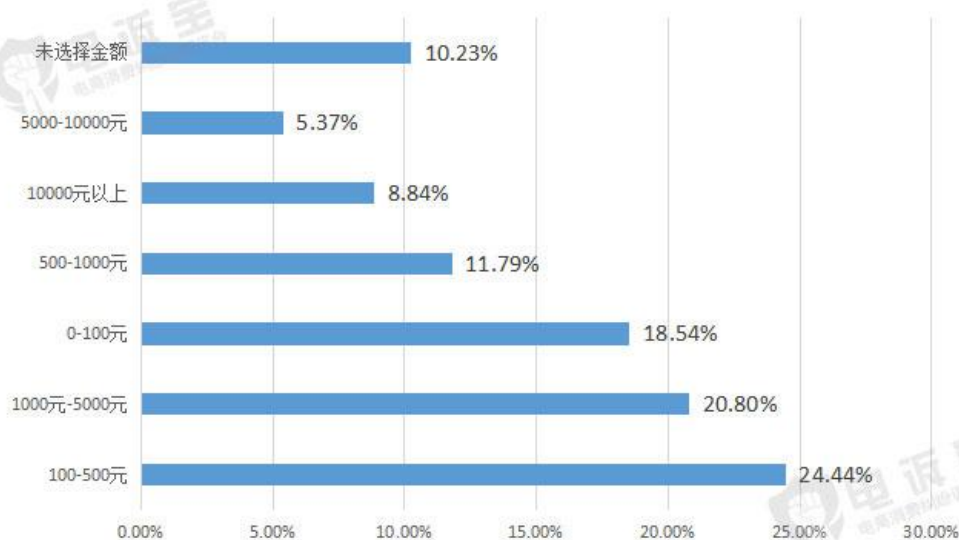
2020年5月全国电子商务投诉用户性别分布



图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

2020年5月全国电子商务投诉金额分布



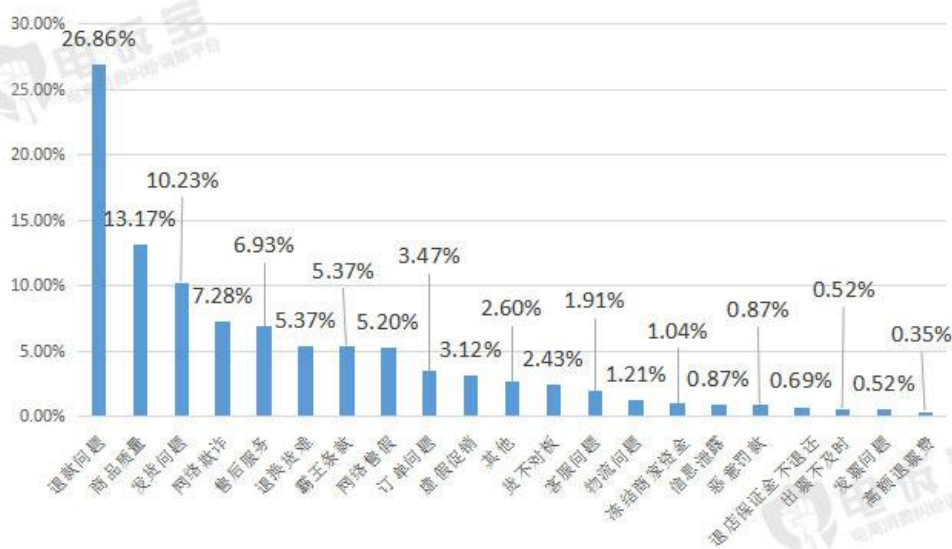
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

（四）投诉问题类型分布

据“电诉宝”显示，5月全国网购用户投诉问题类型排名前十的依次为：退款问题、商品质量、发货问题、网络欺诈、售后服务、退换货难、霸王条款、网络售假、订单问题、虚假促销。

2020年5月全国电子商务投诉问题类型分布



图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

三、典型案例

（一）零售电商

【案例一】“盒马”商品货不对板 售后客服反复修改说辞

上海市的姚先生于2020年4月28日通过阿里巴巴集团旗下“盒马”预售买入佳沛奇异果巨无霸18粒装（单过170克），5月2日收到货之后发现变成25粒装的中果，通过盒马投诉电话反馈被告知巨无霸金果是没有的，同时也未提前告知原因，姚先生表示如果不是他发现东西货不对板就只能自己受理差价。售后联系客服时原因一直在变，一因没有巨无霸愿意补差价，二因送错货了同意退货，三因仓库发货客服不知道具体情况，各种扯皮推卸责任。

【案例二】“我厨”商品未按时送达 售后退款被告知“不点不退”

上海市的石女士于2020年5月15日中午12点在我厨（上海）科技有限公司旗下“我厨”app预约5月17日8:30-17:30配送，至5月17日晚18:00左右打电话反馈未收到货，而我厨给石女士的答复是等物流回复，多次联系后被告知如今日未配送可取消订单，同时告知商品会在17:30前送达。当18:07分石女士仍未收到包裹售后退款时却被客服告知先确认收货才能退款，石女士表示疑惑，未收到货却要确认收货，而且客服告知不点不给退。

【案例三】“花礼网” 520 你的“爱”可能已迟到 用户诉退货难

湖南省的曾先生于2020年5月20日在深圳市百易信息技术有限公司旗下“花礼网”订购花束一束，花费285元，订购页面写明可以当日送达，约定于5月20日下午2点-5点送达，结果5点30分仍未送达，导致客户非常生气。曾先生认为平台如果无法做到当日送达就不要在宣传页面中宣传可以做到当日送达，涉及虚假宣传，而后我要求退款时发现平台无退款界面以及取消订单界面，拨打平台客服电话为虚假电话，无限占线，在线人工客服也为虚假客服，无人回应。

同时，上海市的余女士也表示她先生于2020年5月19日在“花礼网”订购鲜花给他，派送时间为2020年5月20日8:00~17:00（办公时间段）送到办公地点，但是花礼网平台并未按时送达且中间没有一个电话告知会晚送，于是我们打客服电话告知要退货，客服强势告知已经在配送不允许退货。

【案例四】“转转”卖家七天无理由退货成“空话” 售后退款遭拒

江西省的万先生于2020年4月27日在北京转转精神科技有限责任公司旗下“转转”平台下单购买手机，到货时实物与卖家和平台验机图片不符所以选择拒收并联系转转平台，转转平台已不能七天无理由退货的霸王条款把我的钱直接转给了卖家，并且还是在万先生未确认收货的情况下，现在手机已经拒绝签收，物品还在快递那里。下单时卖家告知全新带发票不满意可以退款，打开后后屏幕划痕严重，发票充电器都是oppo的，客服与卖家均以七天不支持退款的霸王条款为由，不予退款。对此，“转转”表示经核实平台工作人员此前已与万先生联系告知解决订单纠纷的具体方式且已认可。

【案例五】“快手”商家玩“失踪” 货到付款藏“猫腻” 验收反被拒

甘肃省的张先生于2020年4月17日上午10时17分在北京快手科技有限公司旗下旗下

“快手”平台上面以店铺名为飞哥数码科技1的店铺里面下单了一台苹果手机,当时交定金30元剩下的为货到付款1690元人民币,但是张先生收到货之后快递员却告知必须要把钱付了以后才可以打开看,付款后打开发现苹果11promax手机是假的,然后联系商家想办理退款退货,结果商家开始玩失踪,联系客服也联系不上,打电话也不接。

【案例六】“蘑菇街”播带货质量与售后成槽点 退货需承担运费

吉林省的王女士于2020年3月7日在杭州卷瓜网络有限公司旗下“蘑菇街”APP直播平台商家下单购买Dior999口红一支,商品于3月14日收到,到货后王女士法相商品无外包装封膜及产品说明书,口红膏体侧壁划痕两处,当联系商家说明商品损坏情况要求退换货时,商家却称运输碰撞或海关检查时所致,属正常现象不影响使用。于是她随即联系蘑菇街平台客服介入,但客服前后三次协商结果均为不予以退换货,仅赔偿20元平台优惠券,3月23日蘑菇街客服告知如需退货,需自行承担税费及运费。王女士认为商品质量问题为什么由消费者承担,可能出现的商品问题应该提前告知消费者。对此,蘑菇街发来反馈称:由于海外商品可能因快递运输途中会摇晃抛等一些情况导致膏体受损,属于正常现象,但考虑到王女士的购物体验,平台已与商家重新进行积极沟通,目前订单将支持退货并且不扣除相关费用,订单退货流程已重新打开,可以尽快寄回商品。

(二) 进口跨境电商

【案例一】“别样海外购”物流时效遭用户吐槽 清关遥遥无期 退款惨遭拒

上海市的唐女士3月11日在上海别样秀数据科技有限公司旗下跨境电商平台“别样app”上购买了Algenist的几件护肤产品,共计1700余元,从美国发货。按之前别样物流速度15天内能收到商品,因疫情期间拖延一个多月还未清关。唐女士表示 下单后至今多次与别样app人工客服沟通均被告知催促物流,4月18日客服提出另增加5美元运费补贴。因别样物流的时效性太差,而护肤品属于日用品,唐女士已另择途径购买到,于是提出退货申请,但被客服以已经在清关无法退货为由拒绝了。当要求别样提供海关的联系方式核实所购商品的实际物流情况时也被拒绝。

上海市的杨女士也表示她于2020年02月20日在“别样”(跨境网购APP)上购买一款coach女包,运费加货物一起为2607.6元。因商家进口手续问题导致杨女士5月25日还未收到货物,期间多次联系商家客服,并在得到客户确认会重新报关的前提下,经查询还未有

物流运输时效，也不能确定什么时候能运到。于是，杨女士当日联系客服申请退款，客服承诺补偿运费但无法退款。

【案例二】“洋葱”下单商品丢件 售后处理结果引纠纷

福建省的林女士 2020 年 4 月 24 日在洋葱集团旗下“洋葱”网站上面购买了酵素等 4 到 5 件商品，她原计划趁节假日商品寄到家里方便签收，但被告知是贴无货并且单方面强行退款，剩余 4 件商品 5 月 5 日仍未到货。于是，林女士要求改地址后但没回复，快递公司送达签收后，洋葱告知不能更换地址并且不能退货，商品丢失后只给赔付 10 元的优惠券，方便下次使用，说是这是赔付的最高限额。

【案例三】“洋码头”频陷“假怀疑云” 平台被质疑包庇买手

陕西省的马女士称她于 2020 年 4 月 20 日在上海洋码头网络技术有限公司旗下“洋码头”电商平台购买欧莱雅黑精华，到货后和实物对比明显是假货，各方面都不符合正品标准。当联系卖家却不予理睬，联系平台客服也不予受理，售后退换货难。

广东省张女士表示她于 4 月 22 日，23 日分别在“洋码头”买了三件商品，5 月 2 日收到其中一件商品兰蔻口红，张女士根据以往下单购买的经验怀疑是假货，于是对于洋码头首页宣称的“海外正品，严格监管，买手认证，售后无忧”存疑。当要求退掉其余未收到的商品，联系买手和平台多次都无果，不予退货。平台客服来电态度很强硬，表示不能退货，就算拒收退回也不行，而且拒收导致货物丢失由自己承担。

河北省的付女士表示她于 2020 年在“洋码头”平台中洋码头优选旗舰店购买了兰蔻粉水，在广东夫妇直播间下单 259 元，经多次鉴定均为假货，买手不理人，洋管家一直再说是正品。对此，“洋码头”均回复是专员已受理投诉，会尽快为您核实处理。至今未有反馈处理结果。

（三）生活服务电商

【案例一】“平安好医生”活动宣传诱导消费 问诊质量遭质疑

湖北省的石女士于 2020 年 05 月 22 日在平安健康互联网股份有限公司旗下“平安好医

生”平台医生的诱导下购买了私人医生，同时告知购买私人医生订制才能享受优惠券，购买后直接激活。石女士称她是咨询瘦身减肚子，诊断湿气阻碍导致代谢慢，而医生直接开处方并告知称2个疗程可解决问题，于是当她支付一个疗程费用后，再次向医生咨询多长时间可以达到效果却被告知要3到4个月。因一生开处方前后回答不一致，石女士表示异议，然后医生直接发一份食谱和每天保证40分钟的有氧运动。石女士认为如按照食谱和运动执行就无需吃任何药就可以瘦身的，于是申请退款，但却被以各种理由拒绝，当同意退款时却再次被要求提银行卡号，同时告知是因不能一次性退还到原本的帐号。

【案例二】“小猪短租”订单被“截胡” 退款遇高额违约金

2020年5月3日，山西省的王先生于在北京快跑信息科技有限公司旗下“小猪”app订房，结果支付1450元后，小猪房东告知他房间已被订出去了，让申请退款，在王先生退款后却被告知违约让联系小猪，客户告知三个工作日再给解决，于是在没退款的情况下再次订房，但个人信息却被泄露给他人，老外就在房子里，疫情期间，因屋子里有异味于是和小猪协商，他先退房间，第二天给答复，结果第二天去被告知说只给退款40%。

【案例三】“学慧网”被学员投诉诱导消费 联系客服退款反遭拒绝

“电诉宝”接到山东省的孙女士投诉称她于2019年5月20日在北京学慧网络科技有限公司报名自考，交学费5584元。后因实际服务与交费前承诺的服务不符申请退款却遭拒。在学习中在职老师建立社群，成员100多人，每人最少收取186元并称为试卷费与老师资格考试费等等，合计收费金额20000-30000元。因认为学慧网诱导消费并且涉嫌诈骗，孙女士于2019年11月6日与学慧网签订退费协议（霸王条款）。协议内容承诺会在90个工作日内退还费用至提供的银行账户。承诺扣除所谓的“课程管理费”25%，合计1396元。退还剩余75%，合计4188元。临近90个工作日到期之前咨询学慧网客服。客服告知2020年3月17日是最后一个工作日，但是90个工作日已过，学慧网以向上反馈为由，拒不退款。对此，学慧网反馈称是经过确认才办理的。

【案例四】“尚德机构”以学费分期诱导学员入“套路贷” 售后退款难

“电诉宝”接到广东省的林女士投诉称她于2018年2月18日报了北京尚德在线教育科技有限公司旗下“尚德机构”学前教育专业专升本，销售老师告知这是最后一次机会专升本，2019年没有优惠，并告知可以申请分期付款。因急需学历林女士便报考，但课时感

觉老师照本宣科对她没有帮助，于是售后退款。2019年通过班主任售后但被告知无法退款但可以寄考前真题。再次联系退款却被告知因2019年已经退过无法在退款，两年仍未退款并被告知已电话答复为准，另有一份协议，但协议林女士表示他并不知情。

【案例五】“沪江网校”一入分期深似海 课程内容引吐槽退款难上加难

“电诉宝”接到阚女士投诉称她于2018年11月5日在沪江旗下“沪江网校”平台购买了雅思课程，被诱导开通优学宝分期付款，上了3节网课，已经缴纳2000元的费用，因对课程内容不满意于是要求退课，但是却被告知继续缴纳退款费用并寄回书本。阚女士表示因未及时退回书籍，优学宝不断地发送分期付款通知，现已达10000余元。

【案例六】“帮考网”上报考一级消防工程师 退费无忧或成“谎言”

2020年5月9日，“电诉宝”接到辽宁省的周女士投诉称她于2019年1月11日报名“帮考网”的一级消防工程师培训，下单是宣传的是退费无忧班，于是花呗分期付款4980元。招生人员告知有效期三年，一年后如不想学了就可以退费70%，并未说明其他附加条件。现在要求退费时却被要求必须参加考试，而且在线学习要求达到80%，各种推脱不构成退费条件，当微信联系时无人理睬。对此，“帮考网”表示仍在协商处理中。

【案例七】“美团”商家食品安全问题堪忧 售后遇平台“推诿”

河南省的韩先生投诉称他于2020年1月10日在北京三快在线科技有限公司旗下“美团网”给他母亲订购一份海鲜疙瘩汤，但是当天中午吃完后晚上便开始腹泻拉肚子，于是在第二天中午去药店购买两盒止泻及消炎药，但吃药后不见好转，晚上开始出现四肢无力，呕吐现象。第三天，韩先生母亲出现四肢抽搐，呕吐，腹泻严重的现象，送到医院检查结果提示脱水，电解质紊乱，化验PCT感染指标25，正常人指标为0-0.05，并送入重症监护病房，防止细菌感染。同时医生告知是食物中毒，韩先生也按医院要求，已上报国家传染病中心。随后联系美团，在等待半个月后，美团却给到无权利要求商家做赔付，让自行解决的结果。接到该用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台相关工作人员督办妥善处理，对此，“美团”发来反馈称：因无凭证证明由于餐品问题造成，未达成和解。

【案例八】“饿了么”配送时效遭吐槽 商品“不翼而飞”防不胜防

四川省的李先生曾表示他于2020年4月6日在“饿了么”购买一份冒菜，配送方式为蜂鸟配送，在骑手接到订单取到餐品之后于20:15电话联系他到小区门口取餐，当到小区

门口等待，在保安值班处没有看到餐品。李先生说 20:30 平台显示骑手已送达，在等待四十分钟一直未取到餐，然后在平台提出退款遭到商家拒绝，理由为骑手说餐品交给小区门口保安，尚未得到解决。

（四）物流科技

【案例一】“货拉拉”预约下单已确认 订单无故取消售后难

浙江省的沈女士于 2020 年 4 月 30 日通过“货拉拉”平台预约次日（2020 年 5 月 1 日下午 1 时）的小面包车，用于从下城区泰地北上小区搬往萧山区金马飞鸟集，司机于 2020 年 5 月 1 日 12:00（行车前 1 小时）与她确认具体地址及打包进度，沈女士告知司机已基本打包完毕，能够准时出发，且明确小区入口在南门。12:55 查看订单时发现订单被无故取消，且未接到任何短信或电话通知，且之后所有行程都被打乱，与客服沟通无果。

（五）金融科技

【案例一】“来分期”平台频遭投诉 还款金额有“双重标准”

吉林省的刘女士称她自 2016 年 6 月 30 日在北京快乐时代科技发展有限公司旗下“来分期”借款开始至 2020 年 4 月，界面显示总额度为 51000 元，累计借款已用额度 68225.27 元，剩余额度 35287.86 元。却被客服告知累计借款 226400 元，累计还款为 189244.71 元，还仍需还 87656.72 元（其中本金、利息和其他费用不明，平台没有显示），于是刘女士多次联系客服要剩余还款 87656.72 元的明细，却被告知没有，与客服协调还款并未同意，只开通提前还款通道。刘女士疑惑：如客服所说 借款 226400 元还款 189244.71 元，那提前还款应该 35287.86 元，或加相应国家标准利息，但是却要还 8 万多，利率远远超出国家规定的民间借贷的利率，同时表示“来分期”存在私自扣款，盗取个人信息及通讯录内容，隐藏转账记录等行为。

同时，天津市的刘先生投诉称他于 2019 年 11 月 7 日在“来分期”平台分期购买 opporeno2 手机一部，但是本期还款查看明细才发现收取服务费，随后联系客服说被告知购买时自己应该计算一下。刘先生认为来分期变相收取高额利息，故意引诱消费者消费，在合同上不提及任何服务费用问题，购物页面显示分九期免费，等到还款才知道有服务费，而且联系该公司客服，客服只是重复一当时显示页面为主。

【案例二】“拍拍贷”贷款涉嫌乱收费 高额利息 用户售后难

2020年4月“电诉宝”接到陕西省的张先生投诉称他于2017年10月在上海拍拍贷金融信息服务有限公司旗下“拍拍贷”上有借款，第一次借款金额20000元，实际到账18500元，但是无法查询到借款合同。之后联系在线客服查询合同标注的年化利率11%，实际收取1500砍头息，还款总金额23000多，已经超过36%，联系客服却被告知贷款有合同属于合理费用。第二次借款10500实际到账的，借款也显示是年化利率11%，实际还款金额比合同本息金额要远远超出。联系客服不退高出利息以及砍头息。

湖南省的肖先生也曾投诉称他在“拍拍贷”借款，后联系客服一次性全部提前还款。但是被告知要收取2700余元的风险保障金，客服表示风险保障金是每月一算的。经查询，肖先生发现官网也没有写任何表明提前回本就是一次性缴纳，更没有关于这个的合同。对此，“拍拍贷”反馈：解释提前结清息费收取规则，目前提前还清系统最多可减免996元利息，确实无法再减免更多费用，用户要求提供每笔借款的每期还款明细，告知收费透明引导自行查看借款合同上费用相关，用户表示如果不能处理自己后续一分钱不会还款，不怕征信及催收，后挂机。

四、关于我们

（一）关于“电诉宝”

网经社电子商务研究中心法律权益部成立于2010年，专注于泛电商的消费权益维护，兼顾法律（推动立法、电商法规、法律案例分析、法律援助）、媒体、电商信用、电商质检、安全、电商物流。实时跟踪把握电商法律动态，研究并运营有“电诉宝”、“电子商务法律求助服务平台”等业内知名平台。

此前，网经社法律权益部还参与由国家工商总局牵头发起的《网络商品及服务交易监督管理条例》的立法工作并担任立法组成员。

网经社电商法律权益服务体系



“电诉宝”（电子商务消费纠纷调解平台；315.100EC.CN）运行近十年来，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，已连续第九年发布，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。



（二）关于网经社

网经社公司是中国电商行业的“Bloomberg”。运营网经社 www100EC.cn(电商门户)、电子商务研究中心(智库)、电数宝(DT)、电融宝(FA)、电诉宝(315)等子平台，面向电商提供媒体/智库/平台三大系列、20 余项专业服务。



网经社网站（100EC.CN）旗下拥有 100 多个电商细分频道、平台、分站，365 天/12 小时滚动发布国内外电商资讯，为全国电商用户提供全面、及时、专业的资讯，是国内首屈一指的电商门户入口。

公司总部位于杭州，系国内唯一拥有 A 股上市公司背景的服务电商产业链的第三方媒体、智库和平台，母公司在全国拥有 30 个分支机构，员工 1000 余人，市值近百亿，实力雄厚，是我国电商行业的见证者与推动者。

网经社在工信部、公安机关网站合法备案运行，服务客户除覆盖各大电商上市公司、独角兽等“头部平台”和创业者外，还包括国家和各地政府部门，有口皆碑。



数据墙：

平均每天有 50-100 万人/次（PV），访问我们网经社电商门户网站

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 50 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、演讲的各类电商论坛、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+家中小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

(三) 2019-2020 年度网经社电子商务研究中心报告发布计划

【电商行业类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《2019 年全球电子商务数据报告》	√			
《2019 年度中国电子商务市场监测数据报告》	√	√		
《2019 年度中国电商人才状况调查数据报告》	√			
《2019 年度中国电商上市公司数据报告》	√			
《2019 年新上市 17 家电商公司数据报告》	√			
《2019 年度中国新三板挂牌电商公司数据报告》	√	√		
《2019 年度中国泛电商“独角兽”数据报告》	√	√		
《2019 年度中国泛电商“千里马”数据报告》	√	√		
《2019 年度中国电商百强数据报告》	√	√		
《2020 年 AppStore 中国互联网下载量数据报告》				√
《2020 中国互联网(电商)行业战“疫”成果报告》				临时
《2020 中国互联网(电商)行业战“疫”政策报告》				临时
《2020 中国互联网(电商)行业战“疫”分析报告》				临时

【零售电商类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《2019 年度中国零售电商市场监测数据报告》	√	√		
《2019 年度中国社交电商发展报告》	√			
《2019 年度中国二手电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国农村电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国生鲜电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国汽车电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国医药电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国导购电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国二手车电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国社区团购市场数据报告》	√			
《2019 年度中国家电电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国美妆电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国奢侈品电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国母婴电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国食品电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国家居建材电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国服装电商市场数据报告》	√			
《2020 年“618”电商消费评级数据报告》	√			
《2020 年“双 11”电商消费评级数据报告》	√			

【跨境电商类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《2019 年度中国跨境电商市场监测数据报告》	√	√		
《2019 年度中国出口跨境电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国进口跨境电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国跨境电商服务商市场数据报告》	√			

《2019 年度中国跨境支付市场数据报告》	√			
《2019 年度中国跨境物流市场数据报告》	√			

【生活服务电商类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《2019 年度中国生活服务电商市场监测数据报告》	√	√		
《2019 年度中国在线旅游（OTA）市场数据报告》	√			
《2019 年度中国在线教育市场数据报告》	√			
《2019 年度共享经济市场数据报告》	√			
《2019 年度共享单车市场数据报告》	√			
《2019 年度共享住宿市场数据报告》	√			
《2019 年度网约车市场数据报告》	√			
《2019 年度共享办公市场数据报告》	√			
《2019 年度共享充电宝市场数据报告》	√			
《2019 年度共享汽车市场数据报告》	√			
《2019 年度在线外卖市场数据报告》	√			
《2019 年度互联网家装市场数据报告》	√			
《2019 年度互联网医疗市场数据报告》	√			

【产业电商类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《2019 年度中国产业电商市场数据报告》	√	√		
《2019 年度中国大宗电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国企业采购电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国工业品电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国快消品 B2B 市场数据报告》	√			
《2019 年度中国钢铁电商市场数据报告》	√			

《2019 年度中国塑化电商市场数据报告》	√			
-----------------------	---	--	--	--

【电商物流类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《2019 年度中国电商物流市场数据报告》	√			
《2019 年度中国即时物流市场数据报告》	√			
《2019 年度中国同城货运市场数据报告》	√			
《2019 年度中国同城配送市场数据报告》	√			
《2019 年度中国智慧物流市场数据报告》	√			
《2019 年度中国冷链物流市场数据报告》	√			

【投融资类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《2019 年度中国电子商务投融资市场数据报告》	√	√	√	√
《2019 年度中国生鲜电商行业融资数据报告》	√			
《2019 年度中国二手电商行业融资数据报告》	√			
《2019 年度中国汽车电商行业融资数据报告》	√			
《2019 年度中国社交电商行业融资数据报告》	√			
《2019 年度中国交通出行行业融资数据报告》	√			
《2019 年度中国在线教育行业融资数据报告》	√			
《2019 年度中国在线旅游行业融资数据报告》	√			
《2010-2019 年度 BATJ 电商领域投资数据报告》	√			

【电商权益类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《2019 年度中国电子商务用户体验与投诉监测报告》	√	√	√	√
《2019 年度十大电商行业消费投诉数据与典型案例》	√			

例报告》				
《2019 年度中国社交电商合规报告》	√			
《2019 年度中国电子商务法律报告》	√			
《2019 年度中国电商平台消费评级数据报告》	√			
《2019 年度中国电商消费主题调查报告》	√			
《2019 年度中国跨境电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《2019 年度中国二手车电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国二手电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《2019 年度中国生鲜电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《2019 年度中国社交电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《2019 年度中国在线旅游消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《2019 年度中国在线外卖消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国在线教育消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《2019 年度中国电商物流消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国海淘转运消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国品牌电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国二手潮鞋交易平台消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国母婴电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国医药电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国交通出行消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国导购类电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国分期电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国在线票务消费投诉数据与典型案例报告》	√			

• **报告准则：**坚持客观性、全面性、权威性、专业性基础上，兼顾商业性，力求传播广泛性、各项效果超预期。

• **调研方法：**平台调研、平台评测、“神秘买家”抽查、供应商与合作伙伴调研、用户调查、政策研究、专家访谈、桌面研究、律师审查等。

• **数据来源：**一手调研数据、中心历史数据库、行业公开数据，以及中心合作伙伴、政府部门、科研机构、咨询公司、第三方数据监测工具、相关指数、中心采购数据等等。

• **发布渠道：**（1）网经社 www.100ec.cn 电商门户网站及《电商周刊》EDM 订阅用户（覆盖数百万电商行业用户）；（2）网经社入驻自媒体平台（覆盖数千万电商相关群体）；（3）3000+实名认证的记者库媒体采用（覆盖数亿级电商用户受众）。

• **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《2020年5月中国电子商务用户体验与投诉监测报告》”。

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：2020年6月3日

官方公众号 ID :i100EC

(30万+电商人都在看!)



网购投诉平台 ID :DSWQ315

(在线网购投诉)



电数宝 (DATA.100EC.CN)

(12年沉淀 10万+条数据 覆盖 4000+电商)



电诉宝 (315.100EC.CN)

(我要投诉)

