

2020年10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
电商大数据

案例来源： 电诉宝
电商投诉大数据

发布时间：2020年11月03日

报告编制：网经社电子商务研究中心



更多报告下载

目录

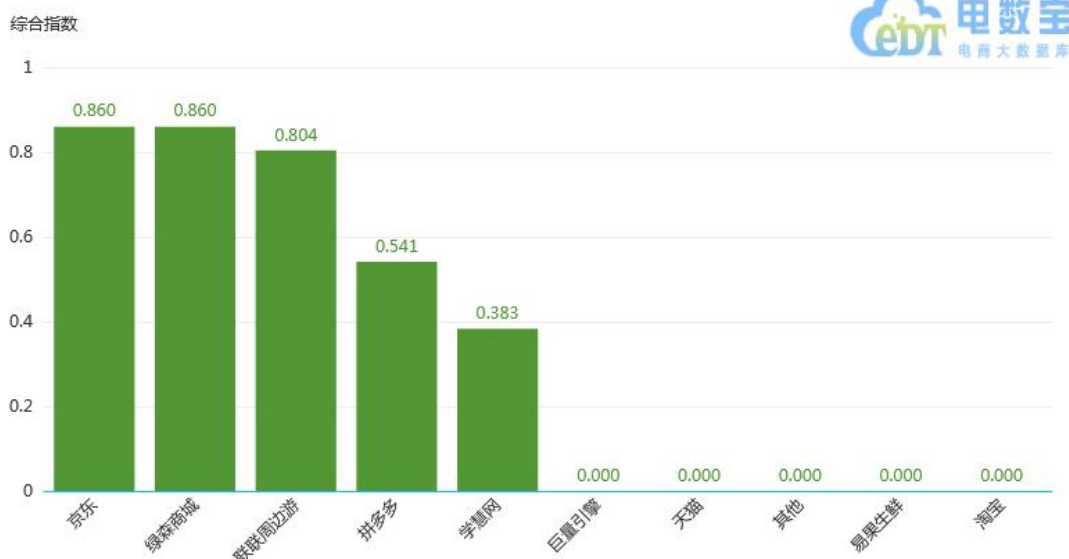
一、报告摘要.....	3
二、报告数据.....	6
(一) 投诉地区分布.....	6
(二) 投诉领域分布.....	6
(三) 投诉性别及金额分布.....	7
(四) 投诉问题类型分布.....	9
三、典型案例.....	9
(一) 零售电商.....	9
(二) 生活服务电商.....	14
四、关于我们.....	21
(一) 关于电诉宝.....	21
(二) 关于网经社.....	23
(三) 报告发布计划.....	25

一、报告摘要

11月3日，网经社电子商务研究中心发布《2020年10月中国电子商务用户体验与投诉监测报告》，报告涉及了综合零售电商（主要集中在直播电商、生鲜电商）、生活服务电商（主要集中在在线旅游、在线教育）等领域。报告公布了《2020年10月全国电子商务消费评级榜》，10月消费投诉数据及35家电商典型案例。

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）10月份受理的全国87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。

2020年10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1-3名的电商平台获得“建议下单”评级，依次为：京东（综合指数：0.860）、绿森商城（综合指数：0.860）、联想周边游（综合指数：0.804）。

2020年10月全国电子商务消费评级榜

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	京东	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
1	绿森商城	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
3	联联周边游	90.91%	0.680	4.500	0.804	建议下单
4	拼多多	59.57%	0.379	6.000	0.541	谨慎下单
5	学慧网	66.67%	0.167	0.000	0.383	不建议下单
6	巨量引擎	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
6	天猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
6	其他	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
6	易果生鲜	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
6	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

备注：

- 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。
 - 平台回复率：平台移交或被投诉电商用户投诉，被投诉电商的有效回复率。
 - 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。
 - 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。
- 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]。
- 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。
- 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。

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

排在4名的电商平台获得“谨慎下单”评级，为拼多多（综合指数：0.541）；排在5-10名的电商平台获得“不建议下单”评级依次为：学慧网（综合指数：0.383）、巨量引擎（综合指数：0.000）、天猫（综合指数：0.000）、易果生鲜（综合指数：0.000）、淘宝（综合指数：0.000）、其他（综合指数：0.000）。同时，报告公布了《2020年10月全国电商投诉榜》（依据投诉量排行），拼多多、淘宝、绿森商城居前三。



2020年10月 全国电商投诉榜

1	拼多多	2	淘宝	3	绿森商城	4	京东
5	易果生鲜	6	其他	7	天猫	8	联联周边游
9	巨量引擎	10	学慧网	11	微拍堂	12	苏宁易购
13	旅划算	14	飞猪	15	唯品会	16	转转
17	1688	18	得物APP	19	小红书	20	大塘小鱼
21	红布林	22	洋码头	23	海带宝	24	熊猫生活
25	微店	26	年丰大当家	27	微信商家	28	抖音
29	美团	30	同程旅行	31	找靓机	32	有赞
33	交易猫	34	杂志云	35	快手	36	支付宝
37	饿了么	38	别样	39	EMS快递	40	爱彼迎
41	帮考网	42	途虎养车	43	华为商城	44	当当
45	中华会计网校	46	海狐海淘	47	去哪儿	48	票牛
49	好乐买	50	京东到家	51	丝芙兰	52	猎趣
53	花奇优选	54	微盟	55	澳洲制造	56	斑马物联网
57	大咖知识学堂	58	云顺商城	59	小天聪官方商城	60	特步
61	汉鼎电商	62	惠买	63	百度糯米	64	工行融e购
65	卷皮	66	上海臣洁水管检测维修	67	泉程荟玩	68	携程
69	货拉拉	70	盒马鲜生	71	海淘免税店	72	冰冰购
73	百世	74	侠侣亲子游	75	51Talk	76	尚德机构
77	H&M官网	78	速卖通	79	走着瞧旅行	80	每日优鲜
81	海渡罗转运	82	一只船教育	83	我厨	84	潭州教育
85	玩物得志	86	山姆会员商店	87	德国BA保镖商城	88	soul
89	闲鱼						



电商投诉，就上“电诉宝”

二、报告数据

(一) 投诉地区分布

据“电诉宝”显示,2020年10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、北京市、浙江省、江苏省、上海市、山东省、福建省、四川省、河南省、湖北省。

2020年10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10月全国网购用户投诉领域依次集中在国内网购、商家纠纷、跨境网购、在线差旅、物流快递、网络支付、网络订餐、分期消费、银行电商、P2P网贷、网络传销、网络用车。

2020年10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10月全国网购男性占比为51.59%，女性占比为48.41%。另外，消费金额主要在1000-5000元区间、100-500元区、0-100元区间，占比分别为25.43%、22.74%、14.43%。

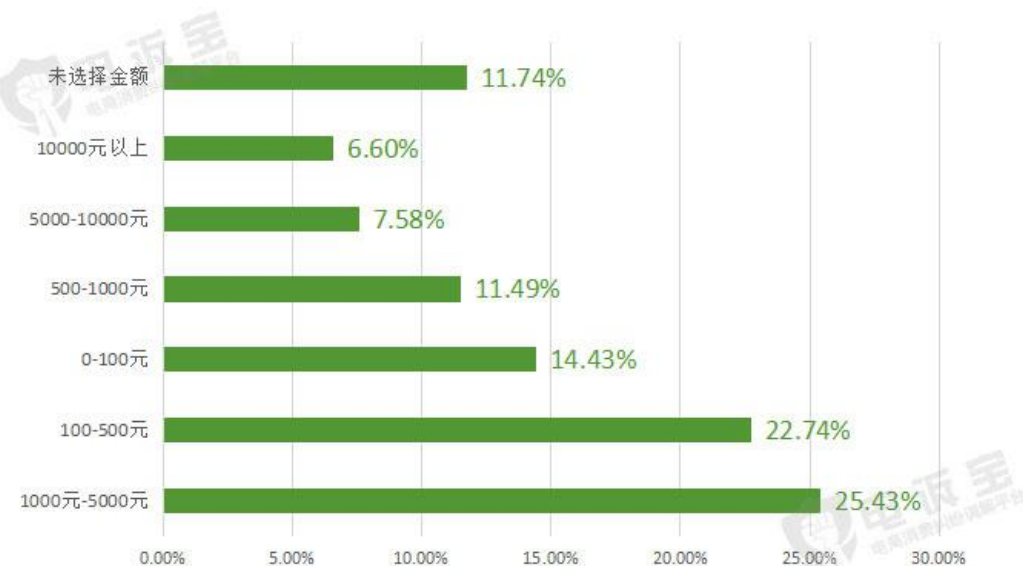
2020年10月全国电子商务投诉用户性别分布



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10月全国电子商务投诉金额分布



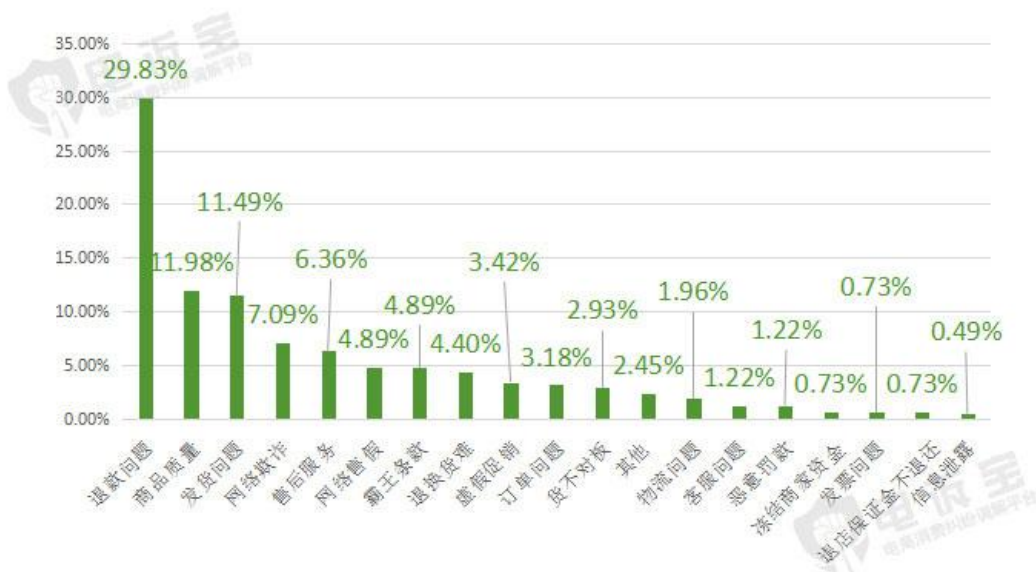
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

（四）投诉问题类型分布

据“电诉宝”显示，10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、网络售假、霸王条款、退换货难、虚假促销、订单问题。

2020年10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】“卷皮网”店铺保证金难退还 售后遇推诿规则多变引不满

10月13日，“电诉宝”接到广东省的高先生投诉称他于8月在武汉奇米网络科技有限公司旗下“卷皮玩”申请退店，按照平台要求60天后解冻保证金，但是申请提现成功以后，平台却一直以审核需要15个工作日和打款5个工作日为由延迟退还。退保证金的规则一直修改，多次找平台却告知只能等待，肆无忌惮的拖延退保证金时间。

【案例二】“红布林”二手商品寄卖存“隐忧” 商品召回“缺斤短两”售后难

10月12日，“电诉宝”接到北京市的王女士投诉称她于2020年5月份在致美生活（北京）科技有限公司旗下“PLUM红布林”平台寄卖个人闲置的DIOR墨镜，寄给平台时有墨镜、Dior墨镜外包装纸盒、Dior皮质墨镜盒和Dior墨镜布。9月份王女士召回了此套物品，收到包裹时，只有一副Dior墨镜，品牌原装配件全都没有。之后联系红布林平台，工作人员告知丢失，王女士认为平台一边收取高额的佣金，一边随意处理我们的东西。

【案例三】“我厨”究竟怎么了？平台菜品均下架账户余额难提现

10月10日，“电诉宝”接到上海市的谢女士投诉称她于2020年9月发现我厨（上海）科技有限公司旗下“我厨买菜”里面账户余额还剩下198.5元。现在打开商城app已经没有任何菜品可供选择，也没有派送服务。发现问题多次联系客服电话也无人接听。后来上网百度才发现这个商城已经于19年底就倒闭了。而我作为我厨买菜好几年的注册用户，在网站倒闭前却没有收到任何通知，现在也完全联系不到网站或者客服人员处理退款事宜。

【案例四】“抖音”直播课程下单容易退款难 联系客服多次协商仍被拒

四川省的向先生于2020年10月12日在北京微播视界科技有限公司旗下旗下“抖音”平台木子老师带你考教资直播间购买商品（幼儿 小学 中学教师资格证线上课程（笔试+面试），当日因不再需要购买该商品要求退款，商家拒绝退款，并于当日下架该商品，现今该直播账户已无任何商品存在，本人与客服协商不成后与电话客服协商，该电话客服言辞凿凿拒不退款，同时客服一直劝说不要退款。

【案例五】“当当”购买图书临时降价 因“促销”商品补差价被拒

河南省的王女士于2020年10月8日在北京当当网信息技术有限公司旗下旗下“当当”平台购买了一套英语图书，收到货后发现该图书降价22元，联系客服希望能够退差价，可是平台客服称该商品为促销商品，不予补差价。客服问问题长时间未回复。闫先生认为他拥有要求退差价的权力，任何商品都有保价的，但在当当平台却无法退差价。对此，“当当”表示已联系消费者协商处理，告知商品在参与促销活动下产生的降价不符合价保，基于体验，此单特殊为其退15.9元余额，同意。

【案例六】“转转”手机到货质量“堪忧” 换货商品“一成不变”商家玩“失踪”

重庆市的曾先生于2020年10月1日在转转精神科技有限责任公司旗下“转转”二手平台买了一部手机，商家卖的坏手机，沟通之后说帮更换或者维修，10月7日将手机寄回商

家进行维修或者更换，10月13日商家把手机寄回给我，我发现并没有更换或者维修，之后商家不回消息。

【案例七】“绿森商城”被指非法占用资金 发货延迟售后客服“无作为”引不满

湖北省的孙女士于2020年9月26日在浙江绿森信息科技集团有限公司旗下旗下“绿森商城”购买华为P40手机一台，承诺3天内发货，结果到10月20日仍未发货，期间多次联系在线客服和电话客服均被告知已登记，帮催促库房发货，但是就是不发。而后在平台论坛和贴吧发现绿森有多起这样的情况发生，很怀疑绿森集团非法占用客户资金。对此，“绿森商城”反馈称：经核实您购买商品目前在排队安排中，会争取早日安排发出。

【案例八】“每日优鲜”拉新返现活动被质疑 规则不明确返现遇阻

浙江省的姚女士为北京每日优鲜电子商务有限公司旗下旗下每日优鲜老用户，2020年10月19日听朋友说“每日优鲜”在搞老用户邀请新用户，新用户只要实付订单满29元并签收完成，老用户即可返还100元无门槛券。于是10月20日就邀请朋友，但正是这一邀请发现了每日优鲜规则不明确，每日优鲜私自判定无效 将活动链接分享微信好友后，朋友通过链接进入每日优鲜小程序并注册成为新用户，下单实付近50元。朋友用自己账户下单后收货联系方式填写的不是本人，当天下午多订单配送完成并显示已签收，但是姚女士打开自己的邀请名单却发现，朋友订单状态为待下单也未收到返券。联系每日优鲜客服，对方表示因收件联系电话非下单电话，故不返券。姚女士表示活动规则中并未提及收货联系方式必须为下单用户本人。新用户下单未付款后取消订单，活动即无效。

【案例九】“小红书商城”退货商品“已签收”久未退款 专员推诿引不满

山西省的吴女士于2020年10月12日在行吟信息科技（上海）有限公司旗下旗下“小红书”上买的黛珂精华店铺（自营店）商家签收了，一直不给退款。商家于10月17日签收，21日退款 但一直没有退，电话联系专员被告知耐心等待，一段时间后再次专员无法接通，后面专员电话回复告知快递没有收到。吴女士认为显示已经签收 却被告知快递不在，感觉不想给退款。对此，“小红书”反馈称：用户所述商品退货需审核，不排除审核时间延误造成退款延迟，查询已在22号已为用户确认退款，联系用户已收到商品款项。

【案例十】“年丰大当家”大闸蟹到货“缺斤短两” 售后多次客服“无作为”

山东省的常女士于2020年7月16日购买了深圳市年丰大当家科技有限公司旗下“年丰

大当家”汇滋味旗舰店大闸蟹8只，货品为电子提货兑换卡，主页标明为母4只，公4只，母2.5两一只，公3.5两一只，总重量2斤4两，兑换后于10月16日收到货，晚上回家称重，去掉绳子为1斤7两，缺少7两，商家表示只愿意赔偿5两缺重，10月17日投诉至年丰大当家平台，表示记录进行查看，并添加了售后微信，将图片全部发送，10月19日无任何回复。第二次致电年丰大当家平台，又将信息提供一遍，表示记录进行沟通，后无回复，10月22日第三次致电，表示之前未有投诉记录，进行记录沟通商家。

【案例十一】“闲鱼”下单美容仪检测为假货 卖家信息被指虚假售后难

10月28日，“电诉宝”接到广东省的林女士投诉称她于2020年4月10日在浙江淘宝网络有限公司旗下旗下“闲鱼”购买了卖家的一台宙斯美容仪，价格为2800元。经过官方验证，美容仪和发票均为假货，现卖家虽已承认是假货，但还是拒不退款。闲鱼平台现已冻结了卖家的支付宝账号，但是卖家无法联系。林女士表示当时卖家提供给她的个人信息都为虚假，电话也不能接通。现闲鱼平台说真实的实名认证需要执法机构才能获取，无法直接提供给我。

【进口跨境电商】

【案例一】“别样”下单久未发货 14天无理由退换货取消订单却遇阻

何先生于10月4日在上海别样秀数据科技有限公司旗下“别样”上下单了一个双Jimmy Choo的鞋子，但是3天仍未发货，显示商家还在备货中。想取消订单发现此商品不退不换不能取消，于是联系客服，客服一开始以商家正在备货为由拒绝取消订单，在沟通后客服同意收取6美金才愿意尝试取消订单。但官网显示商品是收到货14天内无理由退换的，但现在却因在发货之前备货时间太长而无法取消，同时在别样代购的网站上这个鞋子也不需要等可以直接发货。

【案例二】“海淘免税店”手链质量问题存疑 售后退换货遇虚假发货引不满

10月16日，“电诉宝”接到四川省的君女士投诉称她于2020年8月25日在杭州橙子信息科技有限公司旗下“海淘免税店”app购买潘多拉手链，半个月不到的手链全部氧化，联系售后维修告知让寄回1-7天归还，国庆前应该是可以到手。9月21日发货到售后店铺地址，9月26日已签收。国庆前君女士联系却告知核实手链要1-5天，几天后问多久清洗完却告知要7-15天。但是18日要用这条手链要求13号发回却告知品牌方已经清洗完毕已

发货给，隔天君女士联系圆通快递被告知无物流，现在已经过去 20 天。

【案例三】“洋码头”商品真假鉴定引疑 售后遇敷衍客服说辞多变

上海市的顾女士于 2020 年 10 月 9 日通过“洋码头”平台上的商家购买一件罗意威的卫衣，购买时商家表示说平台可以支持鉴定服务，联系后平台说不支持鉴定，在顾女士进行多次沟通后平台告知会通过他们合作的第三方好狮鉴定机构鉴定衣服真假，但拿到货并无好狮的鉴定证书，只有洋码头自己出具的证书，让洋码头出具好狮的鉴定报告却被告知没有，很明显并无去鉴定，平台售后过于敷衍及推脱。

对此，“洋码头”反馈称：经核实，买家在购买时曾向商家咨询是否可提供洋码头平台鉴别服务，商家表示可以。但实际此款商品品牌不在平台鉴别范围内，买家得知无法鉴别后要求退货，商品已在运输途中且商品不支持无理由退货故而商家拒绝了买家退款诉求。经平台介入后，买家实际担心商品真伪，故平台特殊为买家提供了其他资源鉴别服务（鉴别为正品），并为买家提供平台鉴别证书，买家不认可。考虑买家体验，如买家仍然担心，可支付 300 元鉴别费用，平台为买家代送至中国检验集团进行鉴定，此鉴定机构具有国家权威性。

【案例四】“熊猫生活”网购商品高额国际运费 商品发货延迟退货无人受理

10 月 14 日，周女士在上海惊浪计算机信息技术有限公司旗下“熊猫生活”网购两件衣服，付款时并未标注邮费，付款之后显示高额国际运费，于是转寄国内，运费依然不合理，而且长达一周不给予发货，要求退货时联系不上客服，并且在半小时以后屏蔽我所有信息，我现在查不到我订单的所有信息，上面填写的订单号是我咨询的号码，因为我的所有订单信息被屏蔽了。

对此，“熊猫生活”表示作为一家代购公司，商品邮寄海外是需要支付国际运费的，在 APP 中有说明可以查看到。另外可以在 APP 中，点击我的账户--最底部的运费查询，查看对应线路的运费标准。各线路的寄送限制，可点击特色查看。我们正常是不支持转寄国内的，客户觉得运费贵想寄送国内，我们也特殊帮他申请了，国内运费+服务费+包装费 8 元，总共是 24 元。客户一共 2 个订单，一个卖家已发货至我们仓库，还有一个也发来了，不过客户之前有联系我们更换尺码，工作人员检查到卖家并没有更换。所以联系卖家换货了，耽搁了一些时间。该客户一直有联系我们沟通，我们都是及时回复他的问题，并不存在屏蔽他的消息。在 APP 发起咨询联系客服，是需要根据订单号发起的，所以他说不能查看订单也

是不可能的。

（二）生活服务电商

【案例一】“美团”预约假期民宿入住难 平台商家说法不一退款遇阻

北京市的李先生于8月26日在北京三快在线科技有限公司旗下“美团”低价下了一个国庆节的民宿订单，9月11日民宿致电告知店内因故无法营业，需要取消订单，同日李先生向美团咨询，美团反馈民宿可正常营业接待，并承诺了相关保证，如当天未能入住会提供权益保障并进行赔付。10月5日李先生一行三人到达住宿地却发现无法入住，联系美团协调此事，美团让自行联系民宿正常入住，但民宿说无法接待，除非提供核酸证明。而美团以民宿可以正常接待为由拖延处理此事，并拒绝退款，于是李先生只能国庆加价找了另家店入住。

【案例二】“票牛网”平台地址显示存偏差 观看演出被拒引纠纷

10月10日，“电诉宝”接到山西省的郭女士投诉称她在上海颂品网络科技有限公司旗下“票牛网”平台购买的苏紫旭太原站门票，票牛官方平台上的地址与实际演出地址不符，在演出当天也没有短信通知，致使郭女士一行人浪费一个多小时找地址，找到后主办方以没有在票牛平台发布门票为由，拒绝验票。郭女士认为通过票牛网买票，即与票牛网达成买卖，构成债权债务关系，与其他第三方无关。一般官网发布的短信，都是以《票牛网》开头，却是一个182开头的个人短信所以未查看，同时，票务应该是与平台沟通，发布任何通知也是通过官方平台再通知消费者。

【案例三】“百度糯米”退款难问题频现 客服退款“捆绑”协议引不满

10月11日，“电诉宝”接到广东省的黄女士投诉称她于2018年8月9日在北京糯米网科技发展有限公司旗下“百度糯米”申请退款一份跆拳道培训班体验课订单，金额为99元。申请后，平台上有显示退款流程，但却迟迟没有退到账，咨询多次客服先说要实名注册退到百度钱包。黄女士因不愿意注册，就一直没有退款，最近又咨询客服说可以退银行卡，信息发了个链接给我，让提供信息，但填写中发现要强制开通一个叫“百信银行”的服务协议。

【案例四】“饿了么”订餐食品安全存“隐忧” 售后赔偿用户引不满

10月26日，“电诉宝”接到广东省的颜先生投诉称他在上海拉扎斯信息科技有限公司旗下旗下“饿了么”平台订餐，到货后发现所订餐食食品安全卫生情况非常差，外卖都快吃完了却发现一只黑色的小虫子。联系饿了么却不重视了食无有忧理赔也是摆设，按照食品安全法规定吃出异物应理赔1000，不足1000按照此金额处理，在按照要求走流程后平台只愿意退回订餐费，颜先生不接受。

【在线旅游】

【案例一】国庆假期“旅划算”预约演唱会门票取消受阻 音乐节结束退费“难上加难”

陕西省的梁女士于9月底在广州市旅划算国际旅行社有限公司旗下“旅划算”平台购买“2020年海棠乐缘音乐节”58元两张演唱会门票，在演唱会开始之前已申请退款，客服也同意了，但五天后仍未收到退款，再次联系客服被告知因退款平台对不上要退回支付宝，客服登记支付宝账号和姓名后经查询仍杳无音讯，10月4日的演唱会已结束，订单显示已使用，可能也无法退款了，该平台未按约定进行退款，于是我再次和客服交谈，客服一直未给予明确答复。对此，“旅划算”反馈订单已安排退款。

【案例二】“联联周边游”国庆下单优惠商品临时涨价 补差价引不满退款遭拒

河南省的郭女士于2020年10月2日在京联永欣科技（成都）有限公司第三分公司旗下“联联周边游”购买天目湖维景酒店的一个399元优惠套餐，后服务项目里的酒店联系告知郭女士需补差价800元。郭女士认为如补差价和其他平台或渠道比就没什么优势，所以在购买当天就跟平台客服沟通要退款，结果客服告知定制产品不能退。对此，“联联周边游”反馈：经核实此产品国庆期间酒店都有涨幅，若介意，可后续正常时间段使用产品，也可以转赠朋友使用，同时此套餐到期时间为2020年11月30日，较为充足。

【案例三】“侠侣亲子游”预付式消费存“隐忧” 预约假期出行因故取消退款难

10月5日，“电诉宝”接到安徽省的舒女士投诉称她于此之前在厦门侠网旅游服务有限公司旗下合肥“侠侣亲子游”的微信小程序上购买合肥融创水上乐园99元票，计划打算十一假期带孩子去玩，却因孩子生病无法如期出门，考虑到今年疫情特殊情况，故向客服申请延期，也提供了医院开的药品照片但被拒，申请退款同被拒。多次联系客服沟通却被挂断电话。

【案例四】“爱彼迎”预定十一假期民宿环境差引不满 售后多次仲裁退款难

内蒙古自治区郑女士于2020年9月12日在爱彼迎网络（北京）有限公司旗下旗下“爱彼迎”订购10月4日起民宿一间共三日，金额共计939元，平台显示房屋位于一个二层楼中。10月4日到达目的地却发现民宿是二层楼院中墙角临时搭建的塑钢一层平房，门口左侧2米处是院内的公共厕所（无门），院内都是废弃的家具、垃圾、塑料盆，杂草也没有人清理，屋内潮湿，屋内大概有10平米，只有一扇80X80的窗户，望向屋外是路边小汽车的车顶，才发现是一个半地下的房子，随即联系爱彼迎要求退房退款同时告知平台与房东已离开房屋不会入住，可以另行出租。平台上传照片后平台告知需经过仲裁解决，第一回平台告知结果与房东上传照片一致，不予退款，第二回仲裁结果为门口有厕所平台无法核实，平台无法控制外部环境。第三回打电话联系客服要求核实房屋坐落位置，平台回复根据照片无法判断房屋位置，无法解决。郑女士表示每次都是平台发消息没有电话回复，一天没住平台自动确认，扣除929元房费，并电话告知以后会改进，这回无法处理。

【案例五】“去哪儿”航班时间重叠改签机票 因故无法登机退票遭拒

10月6日，“电诉宝”接到江苏省的夏先生投诉称他于2020年7月25日在北京趣拿信息技术有限公司旗下旗下“去哪儿”网购买了一张9月23日由美国圣路易斯至马来西亚吉隆坡的联程机票，其中中转美国芝加哥，东京。但出票后发现因首段航线：圣路易斯—芝加哥的起飞时间为9月23日早上11点，到达芝加哥的时间是中午12:54。而第二段芝加哥飞东京的航程起飞时间为中午11:55，意味着还没到芝加哥，芝加哥飞东京的飞机就已经起飞了。于是夏先生向去哪儿反应且平台同意帮改签。但是在9月23日凌晨，夏先生因检测机构Walgreens未如期提供Covid-19检测报告，导致无法获得核酸码成功登机，于是联系去哪儿网客服电话申请退票，但退票申请被拒，理由是：因夏先生的票做过改签，所以无法进行退票申请。对此，“去哪儿”反馈称核实只能自愿退且已经退款完成。经过核实，用户预订的时候已经提示了核酸检测信息，且航班变动后影响用户出行时间我们也积极联系用户更改航班时限，也再次提示过用户核酸问题。消费者登机时，无法提供平台也是严格执行航司规则退改给用户。

【案例六】“同程旅行”航空公司原因航班取消 疫情保险退费时长引不满

10月14日，“电诉宝”接到北京市的陈先生投诉称他于2020年4月18日在同程网络科技股份有限公司旗下“同程旅游”平台订购了一张埃及航空的5月31日从伦敦出发经停开罗到北京的机票和疫情保险，总共支付了3736元人民币，5月18日同程旅游通知因航空

公司原因航班取消，陈先生于5月19日发起退票申请，5月25日同程旅游退回疫情保费217元，但剩余机票款3519元至今未退回，陈先生表示曾多次跟同程旅游沟通，同程旅游均以航空公司未退款为由拒绝退款。而在6月份其他票代也购买过埃及航空的机票，也同样被取消了航班，但票代能够及时退款。对此，“同程旅行”反馈称客诉部门对于此事已经电话联系您致电沟通。

【案例七】“飞猪”平台未与商家合作酒店价格“浮高” 取消订单高额手续费难返还

10月16日，“电诉宝”接到浙江省的赵女士于9月21日在阿里巴巴旗下“飞猪”平台芜湖分水线酒店专营店下单安吉竹博园开元度假村高级园景大床1间夜，并支付房费1649.98元。后在其它平台携程看到该酒店同款房型只需要661元/间夜，认为平台价格过高，提出取消订单，被强制收费订单客额的29%手续费。店家告知是支付给酒店，后联系酒店，酒店告知并不存在和飞猪有平台合作，酒店不和携程之外的其它平台有销售合作协议，也并未收到所谓支付的29%的手续费，数次沟通未果，对方均拒绝退还手续费478.15元。对此，“飞猪”反馈称：飞猪有明确的价格保障，商家预定价格不得高于酒店当时的门市价，如果高于，将支持退差价，反馈核实。

【案例八】“携程”预定澳门酒店因疫情无法入住 售后退改签遭拒

广东省的邓女士于2020年10月18日在上海携程国际旅行社有限公司旗下“携程”定了澳门丽思卡尔顿酒店10月25日入住一晚至10月26日，因为疫情原因，签证无法与往日一样出签，故10月25日无法到达入住，与携程商量沟通更改入住时间和取消订单，都得到拒绝的回应。拒绝退款，以及拒绝更改入住日期。在邓女士不能入住的情况下，携程方一直以酒店方不肯退款更改为由，电话联系酒店，酒店称钱已经支付给了携程，一开始酒店是同意退款的，后面又说去申请未果，携程硬硬是不给退和改。

【案例九】“走着瞧旅行”599云南游因疫情无法出行退款难 强制消费引不满

2020年10月22日，“电诉宝”接到广东省的姚女士投诉称她于2019年11月2日在MISS南公众号上购买的无锡走着瞧旅行社有限公司旗下“走着瞧旅游”云南游单价599元，买了两张。由于疫情无法出行，联系走着瞧客服申请退款却被拒绝只同意延期，后来又可以说可以打八折退20%的钱。但由于疫情原因无法出行，但走着瞧就是强制消费不予退款，多次联系对方置之不理，联系购买的公众号MISS南，也不处理。目前只收到了走着瞧寄来的两张

旅游卡，并没有签订旅游合同，走着瞧也没有给我预定酒店餐饮，并没有实际的损失，却不同意退款。

【在线教育】

【案例一】“51Talk 无忧英语”预付消费存“隐忧” 课程质量差退款因过时限被拒

江西省的熊女士投诉称北京大生知行科技有限公司旗下“51Talk 无忧英语”客服人员通过电话或微信推销强化学习英语套餐，她于 2020 年 03 月 08 日 15:16:01 预付款 9888 元购买 291 次一年的课时，孩子进入 app 上课网络卡，10 月 6 日上课过程网络很卡，一节课 25 分钟至少要退出一次，要求课程顾问退款预交款，可是 51talk 课程顾问以缴费超过半年为由，拒绝退款，熊女士表示只是操作转账，没有签书面协议，全部都是推销套餐工作人员操作。

【案例二】“尚德机构”诱导分期贷款报名课程 课程质量差退款因“电子协议”被拒

10 月 14 日，“电诉宝”接到浙江省的张女士投诉称她于 2020 年 1 月 8 日在北京尚德在线教育科技有限公司旗下“尚德客服”诱导下报名了行政管理专本连读专业，以分期贷款形式报名，课程总费用 16800 元，分期 14178 元左右。但是购买后授课质量差无合同发票，资质问题存疑，课程含大量广告内容，题目重复滥竽充数。1 对 1 名师授课服务，实际为 1 名老师负责千人以上学员、尚德工商登记只有教育咨询资质，没有教育培训资质，属于超范围经营、购买课程后找不到售后、霸王条款，购买课程没有任何合同和退款协议，等到退款时拿出一些不知来路没有见过的的电子协议。

【案例三】“学慧网”分期付款需缴纳定金 审核未过退款现“新生注册费”引质疑

北京市的闫先生在北京学慧网络科技有限公司旗下“学慧网”购买课程，平台告知可以分期付款，但是需要缴纳 2760 元的定金，办理分期后系统提示由于系统评分不足审核未通过，想退换定金，可平台却告知定金不能退的，需要补齐全款才能退费，然后补齐全款后申请退款的时候却被告知需要缴纳 1100 元左右的新生注册费。闫先生认为并没有使用他们家的服务却被扣款，而且 90 个工作日内才给退款。对此，“学慧网”反馈：已联系学员，沟通退费事宜，学员同意继续学习。

【案例四】“中华会计网校”购买课程下单容易退款难 售后遇强制消费

10月16日，“电诉宝”接到四川省的陈女士投诉称他于2020年8月25日在北京东大正保科技有限公司旗下“中华会计网校”购买注册会计师[高效实验班+机考]联报专用2021，由于个人职业方向变化打算不再学习该课程，于是她请求退款，开始网校客服一直说根据网校规定不能退款，在一再要求下，网校最终给退了款，但钱没有原路返回至支付时所用的京东金融账户而是回到了中华会计网校的账户里，当要求把中华会计网校账户里的钱退回京东金融账户，中华会计网校不予退回，强制在其平台消费。对此，“中华会计网校”反馈称：已电话沟通处理。

【案例五】“大塘小鱼”打卡规则多次修改难度提升 资格被取消售后客服态度引不满

10月21日，“电诉宝”接到河北省的唐女士在北京渔塘软件科技有限公司旗下的大塘小鱼的诱导下，于5月20日通过微信在北京渔塘软件科技有限公司大塘小鱼APP花费16036元购买图书包，之后发生一系列问题，购课时承诺，按时打卡，会分期返还6000元，当时对于打卡并无明确要求。过程中不断的修改打卡规则，加大打卡难度，包括突出显示放弃打卡按钮、要求在几秒内完成一个特别模糊的验证码、强制关注几十个公众号等。最后在9月17日，没有任何沟通的情况下，恶意取消唐女士的打卡资格，只单方面短信通知，之后也没有任何解释。单方面修改合同，在购买时电子合同不需要确认，直接生成，后又单方面修改，增加责任条款，购买时说包含3箱图书。在他们承诺发货的8月份只发了50多本书，后在9月及10月才分别发出。实际也只有167本，并非承诺的300本全进口书籍，联系客服态度恶劣。

对此，“大塘小鱼”反馈称：学习过程中的弹窗验证是国家网络安全性基本要求：验证必须人在，而不是机器刷脚本刷课，输入验证后即可学习，不难，自己可以换pad或者电脑上课都可以，发现有大量人挂机刷课，用脚本刷课，多个页面刷课，多个设备刷课，凌晨时间刷课等等，违规操作自行导致课程放弃打卡无法恢复，请勿再进行违规操作，验证码这是必须有的基本验证功能哈，所有涉及到可能进行了异常操作和违规操作的账户会出现随机验证码，国家网络安全性基本要求，出现验证码就麻烦配合必须输入正确即可，否则就是重新从头学习即可。不想验证可以按照弹窗提示‘’放弃全部笃局即可不再弹出验证码，进入非笃局自主学习模式‘’点击确认，即可放弃全部笃局打卡课程。是否点击是用户自主操作，我们是不可能越过手机去强迫您点击的，如果您点击就可以提前解锁课时、拖拽进度条学习或者不弹出验证码，如果想达到这些目的，就只能放弃全部笃局，这个界面提示很清楚，请

看清楚再操作。系统对应文字写得非常清楚，操作之后无法撤销。课程不在返现，仍可继续学习。

【案例六】“一只船教育”网上培训课程承诺不一 售后遇客服推诿退费难

10月22日，“电诉宝”接到山东省的柳女士投诉称她于2020年7月报名了北京一只船教育科技有限公司旗下“一只船教育”网上培训，一只船工作人员承诺给报名，并通过培训考试，后期挂证等服务。第一次付款500元，第二次付款6480元，共计6980元。后期工作人员发了视频让自己报名，与承诺不一致。因8月份出差未报名考试，工作人员一直强调没看他们朋友圈，柳女士表示没报上名就退费，对方就不再回复。联系工作人员一直推托责任，不答复说在处理中，两个月也未给处理。后期工作人员打电话态度蛮横，说没报名他们也提供了课程，没听课也不能退费。

【案例七】“帮考网”购买课程学习时间宣传不符 售后遇条约限制退费难

10月23日，“电诉宝”接到上海市的俞女士投诉她称于2020年8月接到重庆帮考教育科技有限公司旗下“帮考网”销售电话，推销他们的注册会计师，说通过后好处很多之类的话，然后俞女士就报名话费3500元购买注册会计师的课程，但是销售知道上班时间长告知一天学习一个小时就可以了，后面也好通过。现看了下课程直播视频一个就差不多一两个小时左右，还不加要刷题，作业，录播等等。一天需花费四五个小时，还不一定就像销售说的好通过。于是俞女士联系客服退款3000元，剩余的500元就当服务费和一本书的费用了，结果客服不同意拿所谓的条约限制俞女士，必须要看满多少小时的课程，还有刷多少题，还要参加考试等等，成绩要达到多少，才能按比例退款，这明显就是霸王条约。对此，“帮考网”反馈称：目前还在协商处理中。

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。



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。



电诉宝 全新升级 投诉过程透明化 信息动态一手掌握

法律 | 调查 | 曝光 | 电商

首页 投诉榜 评级榜 律师团 报道 专题 请输入平台名称搜索 如：淘宝

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

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 嗨字网	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

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余项专业产品服务。



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

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》	√	√		
《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年度中国共享经济市场数据报告》	√			
《2019年度中国共享单车市场数据报告》	√			
《2019年度中国共享住宿市场数据报告》	√			
《2019年度中国网约车市场数据报告》	√			
《2019年度中国共享办公市场数据报告》	√			
《2019年度中国共享充电宝市场数据报告》	√			
《2019年度中国共享汽车市场数据报告》	√			
《2019年度中国在线外卖市场数据报告》	√			
《2019年度中国互联网家装市场数据报告》	√			
《2019年度中国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	季度	月度
------	----	----	----	----

		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》	√			
《2019 年度 BATJ 电商领域投资数据报告》	√			
《2010-2019 年阿里巴巴投资数据报告》	√			
《2010-2019 年腾讯投资数据报告》	√			
《2010-2019 年百度投资数据报告》	√			
《2010-2019 年京东投资数据报告》	√			

【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10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：2020年11月3日

官方公众号 ID :i100EC

网购投诉平台 ID :DSWQ315

(30万+电商人都在看!)

(在线网购投诉)



电数宝 (DATA.100EC.CN)

电诉宝 (315.100EC.CN)

(12年沉淀 10万+条数据 覆盖 4000+电商)

(我要投诉)

