

2020年12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
电商大数据库

案例来源： 电诉宝
电商投诉大数据

发布时间：2021年1月05日

报告编制：网经社电子商务研究中心



更多报告下载

目录

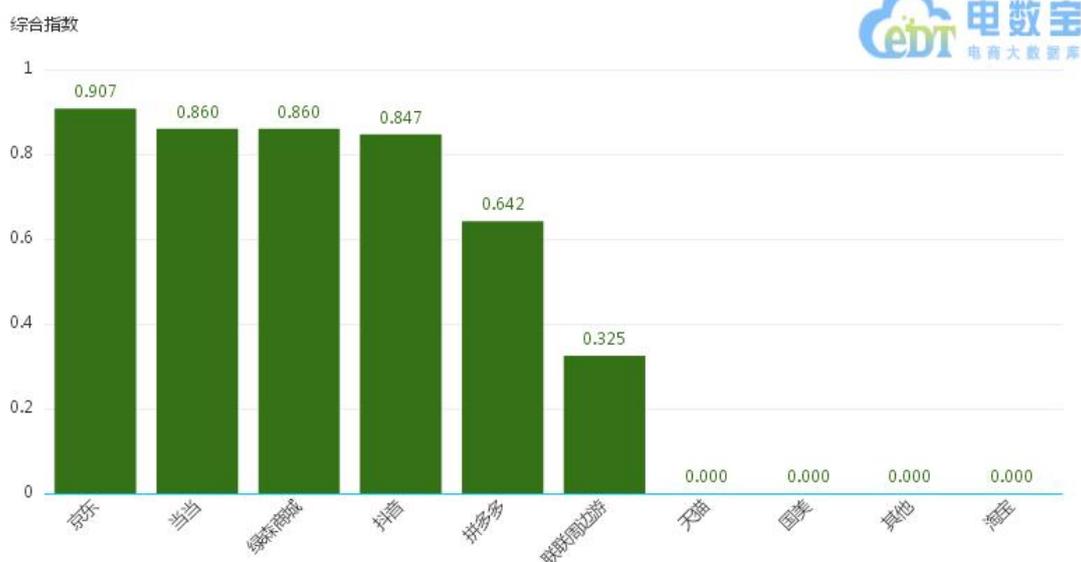
一、报告摘要.....	3
二、报告数据.....	6
(一) 投诉地区分布.....	6
(二) 投诉领域分布.....	6
(三) 投诉性别及金额分布.....	7
(四) 投诉问题类型分布.....	8
三、典型案例.....	9
(一) 零售电商.....	9
(二) 生活服务电商.....	14
四、关于我们.....	17
(一) 关于电诉宝.....	17
(二) 关于网络社.....	20
(三) 报告发布计划.....	22

一、报告摘要

1月5日，网经社电子商务研究中心发布《2020年12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、二手电商、社交电商、母婴电商）、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12月全国电子商务消费评级榜》，12月消费投诉数据及26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）12月份受理的全国97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12月全国电子商务综合指数对比图



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1-4名的电商平台获得“建议下单”评级，依次为：京东（综合指数：0.907）、当当（综合指数：0.860）、绿森数码（综合指数：0.860）、抖音（综合指数：0.847）。排在第5名的电商平台拼多多（综合指数：0.642）。

2020年12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	4.667	0.907	建议下单
2	当当	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
4	抖音	83.33%	0.767	10.000	0.847	建议下单
5	拼多多	78.95%	0.456	5.000	0.642	谨慎下单
6	联联周边游	50.00%	0.250	0.000	0.325	不建议下单
7	天猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
7	国美	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
7	其他	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
7	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6-7名的电商平台获得“不建议下单”评级，依次为：联联周边游（综合指数：0.325）、天猫（综合指数：0.000）、国美（综合指数：0.000）、淘宝（综合指数：0.000）。



电诉宝 全新升级 投诉过程透明化
信息动态一手掌握



- 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 零售电商 服务电商 金融科技 电商物流 产业电商
- 行业：全部
- 时间：2020 12月

1	拼多多	2	淘宝	3	京东	4	绿森商城
5	联联周边游	6	其他	7	当当	8	抖音
9	天猫	10	国美	11	走着瞧旅行	12	有赞
13	熊猫生活	14	饿了么	15	微信商家	16	微拍堂
17	小红书	18	闲鱼	19	美团	20	飞猪
21	洋码头	22	每日优鲜	23	得物APP	24	店宝宝
25	侠侣亲子游	26	学慧网	27	唯品会	28	海带宝
29	孩子王	30	蘑菇街	31	帮考网	32	旅划算
33	批批网	34	网易严选	35	橙心优选	36	拉趣网
37	太平鸟	38	贝贝（贝店）	39	寺库	40	德国BA保镖商城
41	考拉海购	42	别样	43	漳州教育	44	途虎养车
45	苏宁易购	46	马蜂窝	47	去哪儿	48	达令家
49	小米有品	50	返利网	51	Bonpont	52	大塘小鱼
53	周大福珠宝	54	小米商城	55	天猫国际	56	建行善融商城
57	万能小哥	58	顺丰速运	59	华为商城	60	德国w家
61	波奇网	62	顺丰优选	63	1688	64	支付宝
65	年丰大当家	66	速卖通	67	快手	68	闪亮时刻海淘
69	环球U品	70	杭州一起火女装批发网	71	小年鱼	72	掌门1对1
73	阿里巴巴国际站	74	轻氧	75	够购网	76	华润万家
77	民生通讯	78	天天拍车	79	华润万家	80	NIKE商城
81	孔夫子旧书网	82	甩甩宝宝	83	万师傅	84	交易猫
85	转转	86	好食期	87	爱订不订	88	鲁班到家
89	海豚家	90	三星网上商城	91	工银E生活	92	海淘免税店
93	nice	94	折800	95	麦淘亲子	96	金鹰购
97	葡萄英语						

（以上为投诉量排行榜）

由于投诉量的多少与平台的市场占有率有直接关联，为避免被竞争对手和部分媒体关注且恶意放大，故不显示。
因新平台于2018年315前夕正式上线运行，在此前投诉数据未予统计故未显示。

二、报告数据

（一）投诉地区分布

据“电诉宝”显示，2020年12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、山东省、浙江省、江苏省、北京市、四川省、福建省、辽宁省、河北省、河南省。

2020年12月全国电子商务投诉地区TOP20分布



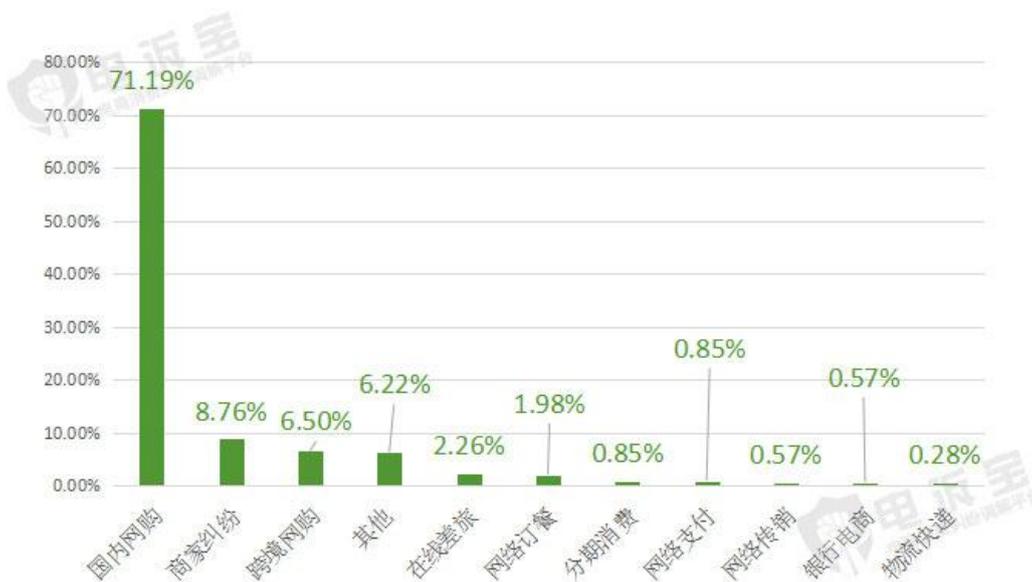
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

（二）投诉领域分布

据“电诉宝”显示，2020年12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、网络订餐、分期消费、网络支付、网络传销、银行电商、物流快递。

2020年12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12月全国网购男性占比为45.76%，女性占比为54.24%。另外，投诉金额主要集中在100-500元区间、1000-5000元区间、0-100元区间，占比分别为27.12%、18.08%、16.67%。

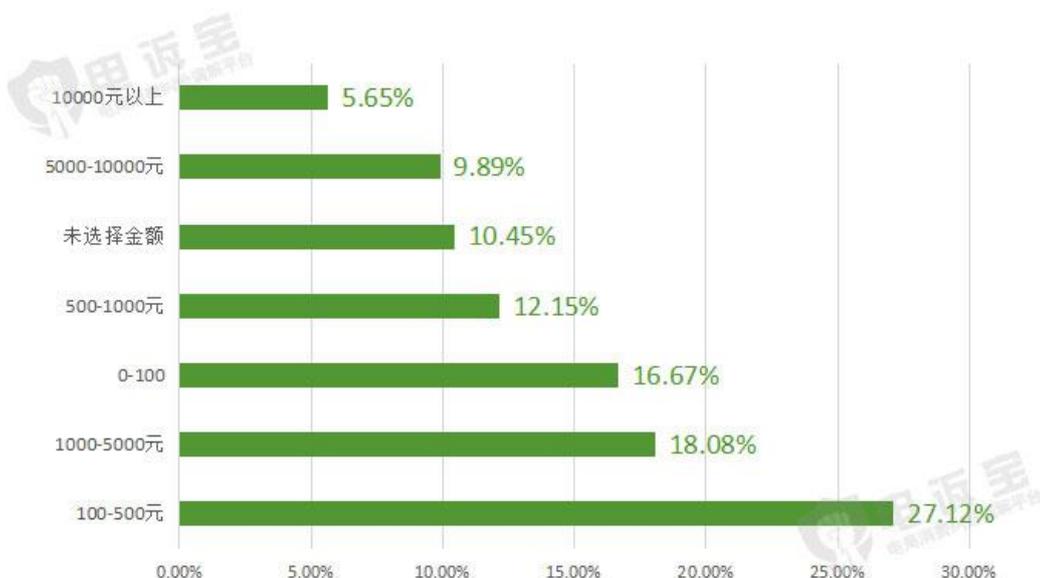
2020年12月全国电子商务投诉用户性别分布



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12月全国电子商务投诉金额分布



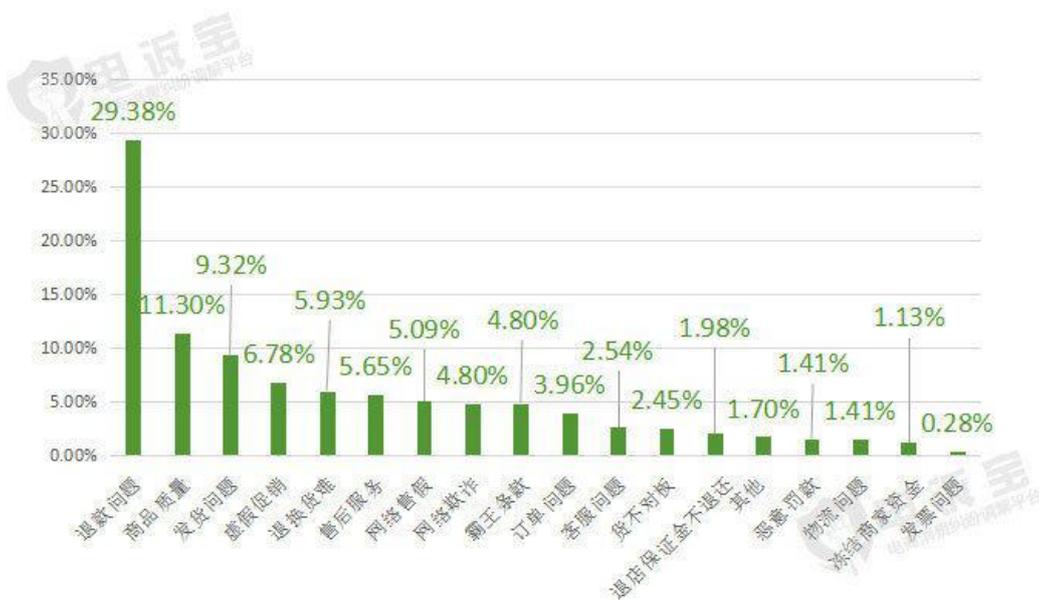
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

（四）投诉问题类型分布

据“电诉宝”显示，12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、虚假促销、退换货难、售后服务、网络售假、网络欺诈、霸王条款、订单问题。

2020年12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】用户称“拉趣网”推销会员店铺效果差 被指捆绑消费退款难

11月30日，“电诉宝”接到辽宁省的闻先生投诉称遇“拉趣网”客服推销人员推销拉趣网会员，介绍会提升电商店铺效果。但并没有告知平台有捆绑消费。9月26日在拉趣网购买了标准套餐4188元 支付宝付款，付款成功后，拉趣网推销人员推销更高级的套餐，效果好之类的话于是又补款1000元。同日发布的活动结束后一点用没有，跟客服推销人员说的话相差甚远，且每次发布一次活动都另需要几百元的再次消费。11月30日，联系客服推销人员提出退款请求遭到拒绝，说因发布的活动少所以导致没有效果，不是他们原因，不给退款。询问当初为何不告知发布活动还需要再次消费，不予理睬。

【案例二】“返利网”店铺保证金3年未退 多次修改被驳回售后遇阻

12月3日，“电诉宝”接到广东省的李先生投诉称他于2018年7月参加“返利网”的活动，交了5000元的保证金，但被扣除300元，剩余4700元。至今都没办法申请，根据要求多次修改均被驳回，也没任何人电话告知如何处理，招商专员不回信息。微信也被工作人员多次拉黑，打了很多次电话，一直都没有办法退款，无人联系押金难退。

【案例三】“有赞”被指承诺不兑现 定做平台却遇拖延售后难

12月7日，“电诉宝”接到广东省的纪先生于上半年在网上搜索到有赞公司资料并留下个人信息，后与有赞业务员联系。纪先生于2020年9月17日与杭州有赞科技有限公司定做西式快餐外卖平台，当时与业务员达成口头协定，并交款6800元。外卖平台由有赞公司在3到5个工作日完成并交付使用。但有赞方收款后不但没有按时完成平台搭建，当业务员借口忙，不予处理，并宣称纪先生的平台已经在他们系统上线并开始计时。经过多番投诉有赞公司客服及反复电话当业务员于10月16日晚给发过个链接网址及帐号密码后失踪，拒接电话拒回信息。所发链接网址登陆后只是框架，自己上传图片后也无法正常使用，也不符合外卖功能。后又三番五次与有赞公司客服沟通，并提出两个要求：1. 将平台搭建装修好，并将不符合外卖逻辑的收款方式（成交后7天收款）改正；2. 如果不能完成平台成品交货那就退款给我。但对方拒绝完善平台也拒绝退款，至今无果。

【案例四】“闲鱼”二次转卖商品质量堪忧 航模到货缺件售后退货遭拒

12月6日，“电诉宝”接到辽宁省的孙先生投诉称他于2020年11月30日在“闲鱼”平台下商家购买航模配件，购买时咨询是否正常使用并要求拍发货测试视频，商家回复是好用的并同意拍视频，经协商110元拍下当天发货。平台给德邦快递，但却没人揽收，至今未揽收。在付款第二天后，咨询什么时间发货，物流问题被告知不知道，直接给另一个申通的快递单。索要发货测试视频，商家告知是朋友发货只能等快递。快递到货开箱发现缺少零部件，经测试一半的电子产品是坏的。孙先生找商家协商被告知测试时是好的，索要测试视频被告知他是受害者倒卖的别人的，另一个商家直接屏蔽他。当孙先生要求退货时被告知只退部分钱，协商图款一半钱却让先确认收货，在孙先生拒绝后商家拒绝退货。

【案例五】“小红书”商家被指“砍单” 直播下单因优惠设置错拒绝发货

宁夏回族自治区的毛女士投诉称她于12月4日在“小红书”直播间购买雀巢奶粉，最

终支付 19 元，可是后来被工作人员告知优惠券设置错误，多次打电话骚扰让以奶粉受潮为由退款。同时，毛女士表示其他购入的消费者同样这两天接到不少电话，经查询物流显示“退货返回”，毛女士表示她没有提过达成同意要退货，商家发出了撤回快递。对此，“小红书”反馈称：已反馈队长核实处理。

【案例六】“微拍堂”下单商品未发货 售后退款遭拒 回复：已处理

王先生于 2020 年 12 月 1 日在“微拍堂”上的宁波虹星园艺商家下了一单后不想要了，(微拍堂)平台还支持商家强卖，没发货前就跟平台和商家沟通给退款，平台和商家都不同意，这是不是霸王条款，强卖商品，我要投诉微拍堂有霸王条款，商品不能退款退货。

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，“微拍堂”发来反馈称：经核实：中拍商品为活物，因活物不符合七天无理由退货，中拍后商家告知若不喜欢可不付款流拍，但订单依旧付款，故商家需履行发货义务。针对您无理由拒收商品要求退货退款的诉求，平台联系商家协商，非常遗憾无法与您的诉求达成一致。

【案例七】贝贝“贝仓”店铺入驻容易退费 审核时效长引不满保证金难到账

12 月 8 日，“电诉宝”接到浙江省的徐女士投诉称她于 2020 年 7 月 23 日入驻“贝仓”，由于精力有限，无法经营店铺，于是在 9 月份申请退出贝仓入驻，贝仓承诺 30 天退还保证金，关注了很久，1 个月多都没有审核通过退店，到现在已经将近 2 个多月了，显示退店完成，但是保证金一直未到账，联系线上人员说是提交表单，但是查询了百度，发现他们存在退店不退保证金这个现象，预计会被拖欠很久。

【案例八】“批批网”网购服装色差大延迟发货引不满 售后退货少件退款难

12 月 12 日，“电诉宝”接到广东省的董女士投诉称她于 2020 年 11 月 30 日在“批批网”app“nana 女装批发店”购买了 6 件衣物，出现了衣物色差大以及没有及时发货的问题，于是她发起了退货流程。此期间商家拒绝沟通，向批批网平台反映也没有得到实际的处理，只会拖延了事。后董女士向 315 投诉，商家同意了退货退款，因穿过其中一件衣服，所以只退了 5 件。商家收到货后却说只收到 4 件，不肯退款。董女士表示 6 件衣物他们分三次发的，第一批是 2 件风衣，于 12 月 2 日到达；第二批是 3 件丝袜，于 12 月 4 日到达；第三批是一件加绒卫衣，于 12 月 8 日到达； 页面显示 48 小时内发货，也不退换衣物。

【案例九】“国美”被指双12虚假活动 99会员登录受阻退款被拒

12月14日，“电诉宝”接到广东省的李女士投诉称“国美”双12期间虚假宣传，诱导消费者开国美99会员，抢购茅台。但是系统本身应付不来，抢购过程中一直没办法正常登陆，也无法购买，且自动退出账号，没有提供正常服务，要求退款遭到霸王条款，不给退会员。

【案例十】“孩子王”网购奶粉发货时效引不满 商品未收到却需评价引疑

12月15日，“电诉宝”接到江苏省的鞠先生投诉称他于10月8日在“孩子王”APP平台购买孩子王旗下店铺苏州星湖龙湖店美赞臣蓝臻奶粉370g六罐，支付528元，当时页面显示暂时无货需11月1日发货，条件是满499元免邮费，当时支付货款后一直在等，等到11月8日仍然没有发货，电诉孩子王客服回复说他们没有办法，只能等，等到什么时候不知道，如果不行让自己想其他办法。到现在还没发货，鞠先生表示现在平台显示到了评价商品的界面，但没有收到商品不知怎么评价。对此，“孩子王”反馈称12月8日我司已答复客户商品非临期，我司已经尽力沟通厂家客户买的商品全部发货，客户不认可此日期。目前我司无法再协调。

【案例十一】社区团购“猫腻”多 “橙心优选”被指自提点疑虚假售后退款难

湖南省的陈女士于2020年12月4日下午15点在“橙心优选”上面购买了，茶叶，水果等物品，平台告知12月5日下午四点去提货，然后大概是五点左右去拿快递团长电话联系不到，团长天天休店，联系未果。于是询问周围邻居问清情况，邻居答复那里没有此自提点。于是陈女士便联系了橙心优选的客服且同意退款，但是要等团长几天售后期才能够提交退款申请，售后期到了再去联系的客服12月9日处理退款申请，次日，申请被拒绝告知审核不过。12月13日晚上联系人工客服再次操作了退款后台仍被拒绝。之后联系当联系客服时且同意但是一直没有操作，一直在推诿，没有一丝要售后退款的问题。

【案例十二】“孔夫子旧书网”书籍到货却被要求补价 售后反遭屏蔽关联店铺被关闭

山东省的王先生于2020年12月15日，在“孔夫子旧书网”的北方海边小书屋购买并付款了《世界气候》这本书，后来商家强烈要求补10元于是便取消订单。双方全部对话留言，误发的消息随时1分钟内就撤回了，商家未读，对话不存在违规。孔夫子旧书网关闭了王先生的发消息与购买书的功能。并且因与朋友的店铺 地理小王子关联，店铺也被关闭。

【案例十三】“1688 批发网”商家商品质量遭质疑 售后“七天无理由退货”却被拒引不满

吉林省的陈先生于 2020 年 12 月 10 日在阿里巴巴平台店铺：义乌市瑞趋电子商务有限公司购买 19 只盘发器，到货后发现产品质量与预期不符，要求退货，但是商家以不支持退货为由拒绝退货，投诉到平台，平台判商家赢。但是在购买的时候店面的主页显示的是七天无理由退货，而且所有的商品页右上角也显示的七天无理由退货，但是现在商品页右上角已经显示：本产品采购属于商业贸易行为。我购买的产品不属于不适用无理由退货的产品，而且不影响二次销售。

【案例十四】“抖音”商家手镯被指货不对板退款遇推诿 平台回复已处理

重庆市的郑女士于 2020 年 12 月 06 日在“抖音”平台冠色珠宝商家下单购买没纹没裂的定制翡翠手镯，下单的单子上也显示为没纹没裂，可拿到实物是有纹裂的，第一时间找了商家客服，可商家不承认说是生长线，于是郑女士要求退货退款，连续申请两次平台售后介入，但是毫无作为，一直推脱告知有专员 1 到 3 个工作日联系，至今 12 月 17 日没任何售后专员来电，打抖音官方热线电话给的回复是不归他们处理，让找平台售后，就这样踢皮球。对此，“抖音”发来反馈称：此单商家支持退货，待商家签收商品核实无误的情况下会为处理退款事宜。

【案例十五】“网易严选”网购茅台被指质量问题 到货漏液售后商家不予处理

河南省的李女士于 12 月 21 日 11 点 30 收到“网易严选”购买的茅台，包装完好，也没有闻到酒味，加上有点事快递员在门口就扫描签收了，但是下午 13 点 53 分打开快递后发现泄露严重，经查询瓶口有问题导致，外部包装是很严实的，酒盒外面也看不出有任何异常，里面小杯子取出来后发现有泄露，于是拍照给商家反馈，要求换货，但商家以已经签收为由不予处理。而且在网上搜索以后才知道，原来茅台瓶口有问题漏液居然是常态。

【案例十六】“环球 U 品”被指涉嫌“拉人头” 网购遇诱导缴纳入驻费售后退款难

福建省的朱女士投诉称她于 2020 年 12 月 18 日在“环球 U 品”速购平台交了一笔 2980 元费用，这笔费用没有任何商品，朱女士怀疑他们拉人头。朱女士表示她是卖护肤品的，囤货因需要用钱清掉，遇到到微信有专门清理囤货，询问收货的价格却被告知清货需要交入驻费 2980 元，问价格后却收到一张价格表，在多次明确价格才转账。收到总价的时候与告知

的不同对方却以画错价格诱导缴纳入驻费用，于是联系退款却被告知因已入驻到平台无法退款。

【案例十七】“海淘免税店”到货商品被指质量存疑 货不对板已退货却被拒退款

陕西省的吕女士投诉称她于2020年12月23日在海外购“海淘免税店”购买了一支香奈儿柔和净肤泡沫洁面乳，于12月26日签收，在收到产品过程中，打开包装发现这支洗面奶无论是颜色、气味、质地和瓶身都与之前不同，且气味非常的刺鼻，闻久了会产生头晕，想吐的现象，因发现了异常，所以在收到货以后就使用了心心美妆 app 进行鉴定，鉴定结果为假货。产品也于2020年12月26日发回退货地址，商家于2020年12月30日签收，但商家不予退款。

（二）生活服务电商

【在线外卖】

【案例一】“饿了么”平台点餐久未送达 系统显示签收售后难

陕西省的曹女士于2020年12月3日在“饿了么”平台下单每一天便利店（韦曲南）三个超滑芝士，没有打电话以及送到手上，但是饿了么平台已经显示已经签收，给饿了么打电话打不通，便利店也没有查询没有解释，直接拒绝没有给任何解释。

【在线旅游】

【案例一】“马蜂窝”被指商家入驻容易退费难 保证金难到账“原返”问题引纠纷

12月4日，“电诉宝”接到北京市的秦先生投诉称他于2019年4月11日在“马蜂窝”注册的商家账户，因为疫情，2020年4月份申请的退服务质量保证金，结果马蜂窝提示还需要等三个月的时间，7月份的时候还提示还要等3个月，10月份才可以退回。秦先生表示最终结果导致他和挂靠的旅行社合作时间到期了，现在没办法退到旅行社的账户，因为退回之后也拿不到钱，而且最重要的是最早缴纳保证金的时候是通过个人转到马蜂窝的公账上面的。退出的时候却告诉不能退回个人账户，期间多次咨询客服，态度恶劣，没有一点解决问题的状态。

【案例二】“旅划算”“享筑权益年卡”服务遭质疑 酒店难预约退款遭拒

12月15日，“电诉宝”接到四川省的张先生投诉称他于11月8日在微信公众号“旅

划算四川站”购买了其推出的一款“享筑权益年卡”（一年内可以入住该产品中所包含的任一酒店），1298元，该产品介绍中有说明“未激活可退款”。在购买后，听也购买并已激活该产品的同事介绍说实际预订酒店时很不容易订到想要时段的酒店，而且还需要另支付很高的预订金，该预订金可以在入住后退还，但若不按预订时间入住则不予退还。因此，张先生觉得该产品存在较大风险，并以“未激活可退款”为正当理由，多次向旅划算平台客服申请退款，但均被拒绝，且未给出具体理由。目前，购买时间已超过1个月，超过了旅划算产品中所要求的在一个月內激活才生效的时间。

【案例三】“麦淘亲子”被指预定活动退款难 时间到期未通知售后引不满

12月16日，“电诉宝”接到上海市的王女士投诉称她于2020年6月13日在“麦淘亲子”APP上购买口袋屋蹦床乐园1小时票29.9元，订购了4小时，活动到9月30日结束，到期前未短信通知提醒。2020年6月25日11.9元购门市价44元茶米茶单人套餐，未消费也不能退款。取消条款里显示不可退款，打电话咨询客服，客服说第三方合作就是这样不能退款。王女士认为她既未消费又不能退款，产品也不属于即时消费影响二次销售，不符合消费者权益保护法。经多次沟通，提议或延迟使用，无果。

【案例四】“走着瞧旅行”优惠旅行因疫情延期退款被拒 促销价格未恢复引疑

12月22日，“电诉宝”接到广东省的汤女士投诉称他于2019年12月在“走着瞧旅行”购买云南风花雪月5份，共计2995元，当时计划是2月初出行，后来因疫情爆发于是联系走着瞧的客服管家，被告知疫情暂停接待建议改期，期限延长1年半后改2年，汤女士表示因为工作，时间，安全等问题不能成行，要求退款，但被客服告知不能退，建议转让他人或上闲鱼卖掉，购买时客服说是优惠活动促销，即将恢复原价，但至今价格未变，还是599元。对此，“走着瞧旅行”反馈称已经安排在线客服第一时间再次联系客人，本品牌疫情期间提供多种保障措施保障消费者的消费权益，可采取以特惠价置换国内任意线路、转赠、转让等措施提供保障，为消费者赠送出行小礼品让出行更加温暖方便；免费提供延期策略，让消费者更长时间享受到特惠价出行的措施来应对疫情对出行不便的影响。

【案例五】疫情突发健康码失效 “去哪儿”平台拒退全款引纠纷

四川省的史女士于2020年12月9日在电商平台“去哪儿网”订了12月11日成都飞厦门机票。11日早上，疫情突然发展，健康码全部失效，微信支付宝健康码都打不开同事

飞三亚的机票，打电话后告知疫情原因可以退全款。于是，史女士考虑到疫情情况未明，就没有出发，准备退票之后申请退票，发现去哪儿网只退回50元机建燃油费，联系去哪儿网客服被告知电话联系，然后电话告知无法退款。史女士表示不能理解为什么疫情期间，不能出行不是自己愿意，当时打了电话的同事就退了全款，而她申请退款就只退回50元。对此，“去哪儿”反馈称关于消费者反馈订单疫情想申请补退问题，核实航司5671告知出票日需在12月7号之前的机票才可申请非自愿退票，此单不符合，消费者不认可，我司考虑消费者体验申请部分补偿已打款，协商成功。

【在线教育】

【案例一】“潭州教育”被指诱导学员贷款购买课程 课程质量引吐槽退款遇阻

12月5日，“电诉宝”接到福建省的张女士投诉称她于2019年7月6日在“潭州教育”购买了一期原画CG网课，后来发现潭州教育虚假宣传，大减价搞活动最后名额为噱头招生，课程质量没有保障，价格相比市场其他机构高出许多倍，并且诱导学员，包括一些没有经济能力的高中生和大学生去指定的贷款平台贷款非法校园贷，贷款利息高昂。2020年12月4日张女士要求退回剩下的课程学费（只上了两期课程，后三期课程没有上），潭州客服以课程时限过期为由拒绝退款。

【案例二】“帮考网”网购课程被指虚假宣传 “保过”课程售后退费遇阻

12月17日，“电诉宝”接到辽宁省的李先生投诉称他于2019年12月8日和2020年1月14日分两次购买了“帮考网”平台（重庆帮考教育科技有限公司）的一级建造师私教班课程，两次合计11800元。当初销售老师承诺“保过，且不过退费，还有一对一辅导，并制定学习计划，每周学习三小时就可以轻松考过一建，最后还诱导押题、泄题的语言说出”等一系列虚假宣传。李先生表示他每天抽出近五个小时的时间学习，最终考过了两科，但当考试成绩下来与其协商退费事宜，却拿出当初签订的霸王条款来搪塞。对此，“帮考网”反馈称：已安排客服与其联系，经过沟通已解决用户的合理诉求，用户认可，并同意继续学习。

【案例三】“学慧网”被指报名易退费难 课程未学习售后需支付尾款再上课

山东省的朱先生于2020年12月18日在“学慧网”招生老师处购买了大专培训课程，6980元课程先付了20%报名费1396元占名额，在之后不想报了想退款（课程还未分配，

没上），电话联系售后被告知报名费不予退款须要支付尾款，再学习课程。

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。

电诉宝
315.100EC.CN
电商维权直通车

投诉案例 曝光台 案例解读 法律援助 电商预警 微信投诉 自媒体爆料

电诉宝 全新升级 投诉过程透明化 信息动态一手掌握

在线投诉 进度查询 平台登录

真实姓名* 姓名 年龄* 性别*
所在地* 邮箱* example@qq.com 投诉对象* 电商平台如淘宝、京东、苏宁
网址 店铺或商品网址 订单号* 输入订单号 涉及金额*
举报投诉* 投诉类型* 问题类型*
投诉标题* 请输入标题 如：XX平台 投诉问题
投诉内容* 我于X年X月X日在XX电商平台（店铺名）购买XX，出现XX问题，侵害了XX权益，我的诉求是xxx。（字数200-500个）
0/500

上传凭证 浏览... 未选择文件。 针对上传图片的备注说明
浏览... 未选择文件。 针对上传图片的备注说明

更多↓

*备注：上传凭证可为订单截图、实物照片、商品网页截图等。8张图片总大小不超过10MB。
*温馨提示：
1、*号代表必填项目。为方便核实及顺利解决问题，请务必留下真实的姓名、联系电话等。
2、请不能捏造或投诉，经平台核实后，将对失信用户进行评价。
3、恶意投诉是违规、损害商誉的行为，请理性投诉，务必保证投诉内容属实，若涉及虚假投诉、恶意投诉，投诉人或承担法律责任。

手机号* 输入手机号 获取手机验证码 验证码* 输入验证码

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](#)

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假物流信息考核，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假物流信息考核，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
315 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

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。

打造中国电商行业的“Bloomberg”



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》	√			
《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11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12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)

