

# 2020年（上）

## 中国品牌电商消费投诉数据与典型案例报告

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：2020年9月22日

报告编制：网经社电子商务研究中心



更多报告下载

## 目录

<b>一、报告摘要</b> .....	<b>3</b>
<b>二、报告数据</b> .....	<b>5</b>
(一) 投诉领域分布.....	5
(二) 投诉用户性别金额分布.....	6
(三) 投诉地区分布.....	8
(四) 投诉问题类型分布.....	8
<b>三、典型案例</b> .....	<b>9</b>
【典型案例一】“华为商城”.....	9
【典型案例二】“华硕商城”.....	14
【典型案例三】“丝芙兰”.....	18
【典型案例四】“小米商城”.....	21
【其他案例】李宁官网、三星网上商城、亚瑟士官方旗舰店、飞鹤官方商城、浩泽商城、美的官网商城、安踏官方商城、阿玛尼官网.....	26
<b>四、关于我们</b> .....	<b>28</b>
(一) 关于电诉宝.....	28
(二) 关于网经社.....	30
(三) 报告发布计划.....	32

## 一、报告摘要

9月22日，依据国内电商专业消费调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）2020年上半年受理的全国**435家**电商平台海量用户消费纠纷案例大数据，网经社电子商务研究中心发布了《2020年(上)中国品牌电商消费投诉数据与典型案例报告》。

2020年上半年“电诉宝”受理投诉中涉及的品牌电商有小米商城、华为商城、丝芙兰官网、华硕商城、李宁官网、H&M官网、三星网上商城、苹果（Apple）商城、周大福官方商城、亚瑟士官方旗舰店、万斯中国官网、阿迪达斯官网、海尔旗舰店、特步官方商城、飞鹤官方商城、VANS官网旗舰店、浩泽商城、美的官网商城、安踏官方商城（微信小程序）、阿玛尼官网、OPPO官网。此前、无印良品 MUJI 官方商城、联想旗舰店（淘宝、京东）、NIKE 官方期间店（天猫）、兰蔻官网商城、乐融商城、戴尔商城、卡西欧官方商城、索尼中国在线、魅族商城、惠普官网、格兰仕官方旗舰店（淘宝天猫）、御泥坊商城、htc 官方商城、ECCO 爱步官网、Dior 迪奥官方商城、格力商城、锤子科技商城等也接到过消费者的投诉。



# 2020年上半年 品牌电商投诉榜

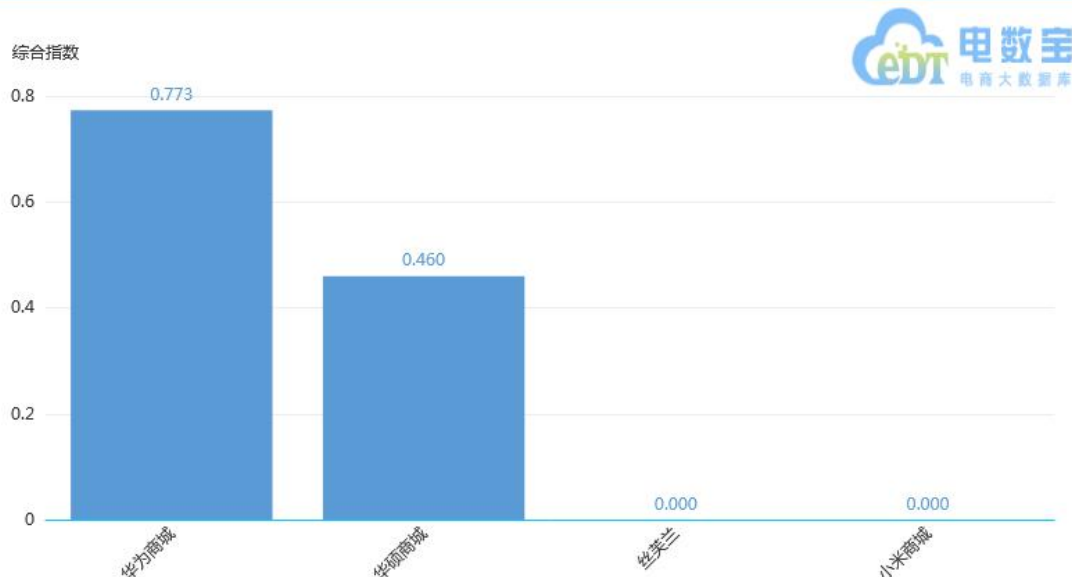
1 小米商城	2 华为商城	3 国美	4 丝芙兰
5 华硕商城	6 李宁	7 H&M官网	8 三星网上商城
9 苹果	10 周大福珠宝	11 亚瑟士官方旗舰店	12 万斯中国官网
13 Apple	14 阿迪达斯	15 海尔	16 特步
17 飞鹤官方商城	18 vans	19 浩泽	20 美的
21 安踏	22 阿玛尼	23 OPPO	



电商投诉，就上“电诉宝”

其中，华为商城、华硕商城、丝芙兰、小米商城 4 家品牌电商消费投诉数据及典型案例被披露。

## 2020年上半年品牌电商消费评级指数对比



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

评级划分由综合指数高低决定，不建议下单 $\in [0, 0.4)$ ，谨慎下单 $\in [0.4, 0.75)$ ，建议下单 $\in [0.75, 1.0]$ 。

据“电数宝”电商大数据库（DATA.100EC.CN）显示，华为商城获“建议下单”评级；华硕商城获“谨慎下单”评级；丝芙兰、小米商城均获“不建议下单”评级，在受理平台移交的用户投诉，平台反馈率、回复时效性、用户满意度相对较低，需积极受理第三方移交督办的全国各地用户投诉线索并第一时间相应、及时反馈，努力提高售后服务水平和口碑。

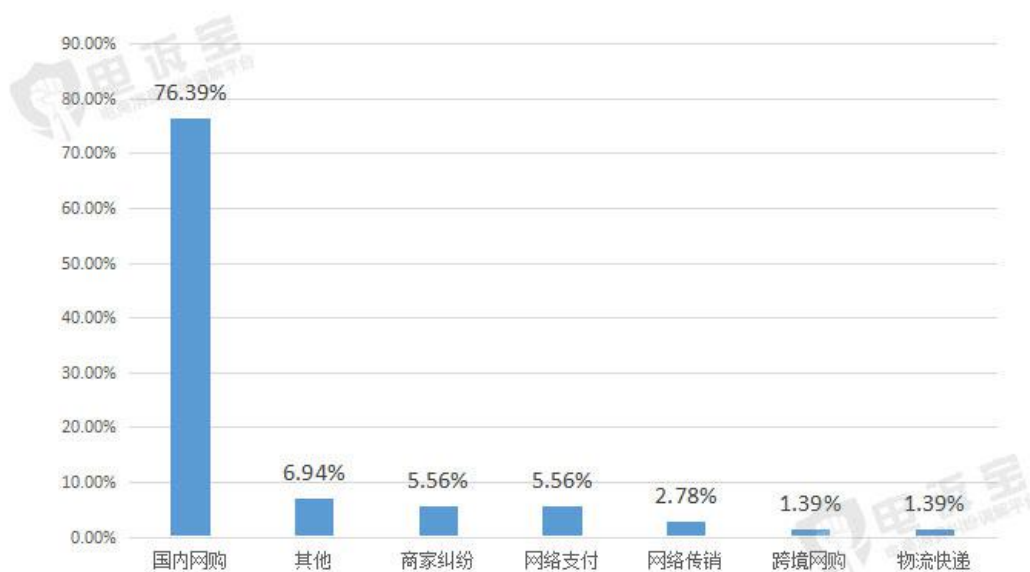
据悉，消费评级指数依据反馈率、反馈时效、满意度多项指标，由系统建模、自动评估、公开披露，其数据评级完全由平台智能化生成。

## 二、报告数据

### （一）投诉领域分布



## 2020年（上）品牌电商投诉领域分布



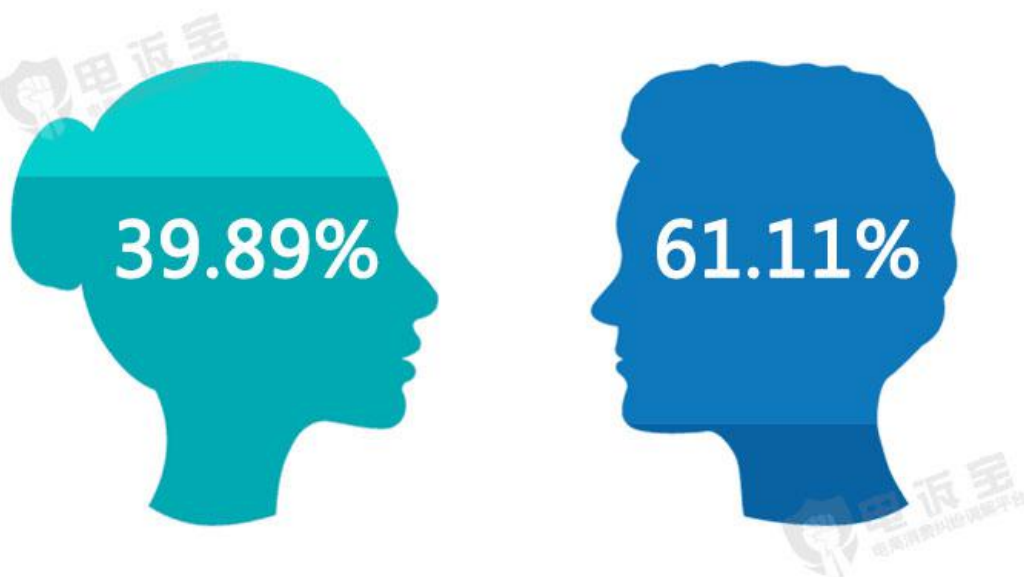
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

2020年上半年期间，品牌电商的用户投诉领域主要集中在国内网购、商家纠纷、网络支付，占比分别为76.39%、5.56%、5.56%。

### （二）投诉用户性别金额分布

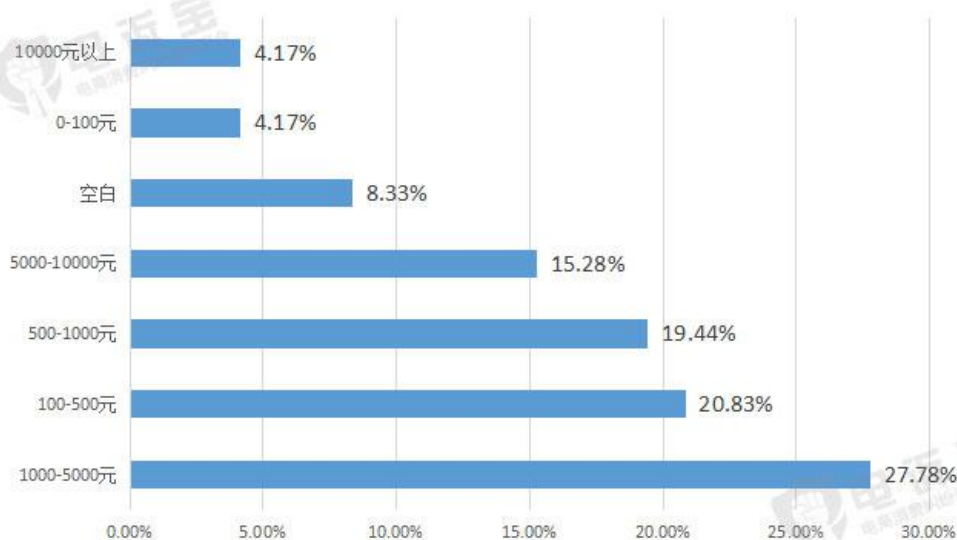
## 2020年（上）品牌电商投诉用户性别分布



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（上）品牌电商投诉金额分布



图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

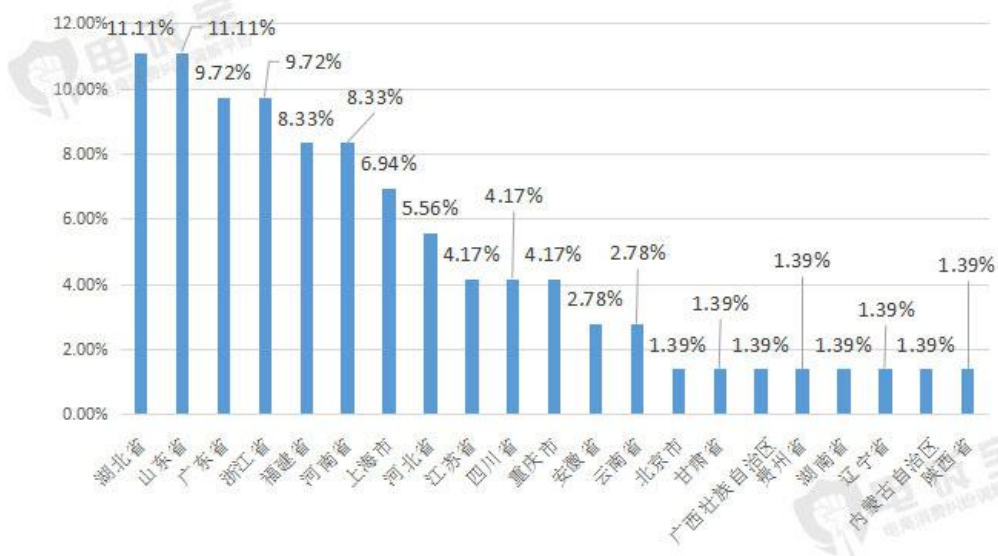
数据来源：WWW.100EC.CN

2020年上半年期间，投诉品牌电商的用户性别占比分别为男性（61.11%）、女性

(39.89%)；投诉金额区间前三依次为 1000-5000 元区间 (27.78%)、100-500 元 (20.83%)、500-1000 元 (19.44%)。

### (三) 投诉地区分布

## 2020年（上）品牌电商用户投诉地区分布



图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

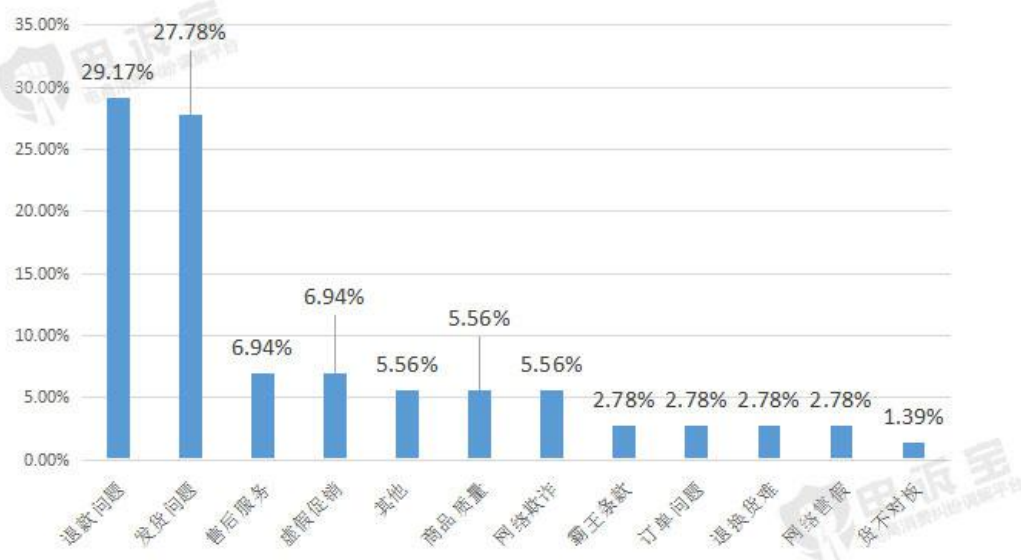
数据来源：WWW.100EC.CN

2020 年上半年期间，投诉品牌电商的用户集中地前三依次为湖北省、山东省、广东省，占比分别为 11.11%、11.11%、9.72%。

### (四) 投诉问题类型分布



## 2020年（上）品牌电商投诉问题类型分布



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

据国内电商专业消费调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）受理用户维权案例显示，退款问题、发货问题、售后服务、虚假促销是2020年上半年期间品牌电商投诉的主要问题。

### 三、典型案例

#### 【典型案例一】“华为商城”

上半年投诉数据



据“电数宝”电商大数据库（DATA.100EC.CN）显示，2020年（上）华为技术有限公司旗下“华为商城”共获9次消费评级，7次获“建议下单”评级、1次获“谨慎下单”评级、1次获“不建议下单”评级。综上所述，2020年上半年华为商城获“建议下单”评级。

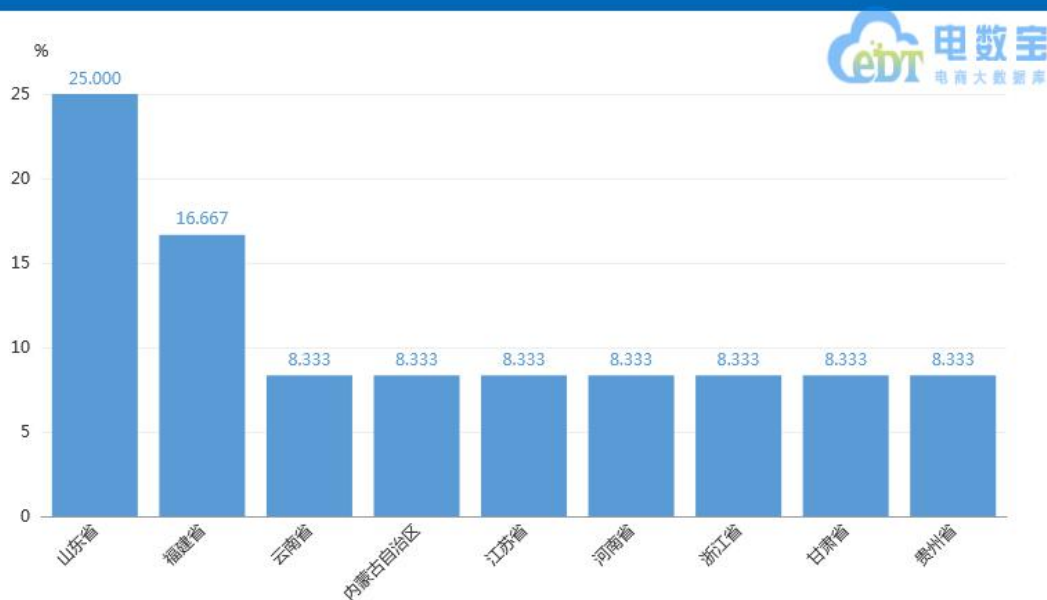
2020年（上）华为商城月/季消费评级数据明细						
年份	时间段	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
2020年	8月	100.00%	1.000	10.000	1.000	建议下单
2020年	上半年	91.67%	0.850	2.000	0.773	建议下单
2020年	第二季度	66.67%	0.667	0.000	0.533	谨慎下单
2020年	6月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	5月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2020年	4月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2020年	第一季度	100.00%	0.911	2.000	0.833	建议下单
2020年	3月	100.00%	0.900	0.000	0.770	建议下单
2020年	2月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2020年	1月	100.00%	0.900	2.000	0.830	建议下单

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

### 投诉地区分布

据“电数宝”显示，2020年（上）投诉“华为商城”的用户主要集中地依次为山东省、福建省、云南省、内蒙古自治区、江苏省、河南省、浙江省、甘肃省、贵州省。

### 华为商城2020年上半年投诉者地区占比图



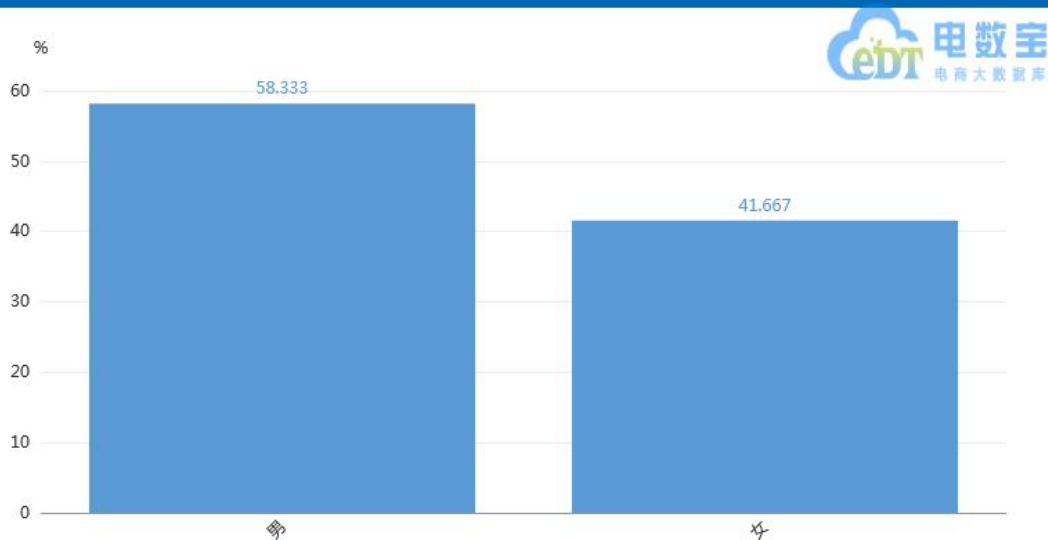
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

#### 投诉性别及金额分布

据“电数宝”显示，在投诉“华为商城”的用户中，男性占比 58.333%、女性占比 41.667%。另外，用户投诉“华为商城”的消费金额在 1000-5000 元区间、100-500 元区间、5000-10000 元区间的占比较多，分别为 58.333%、16.667%、16.667%。

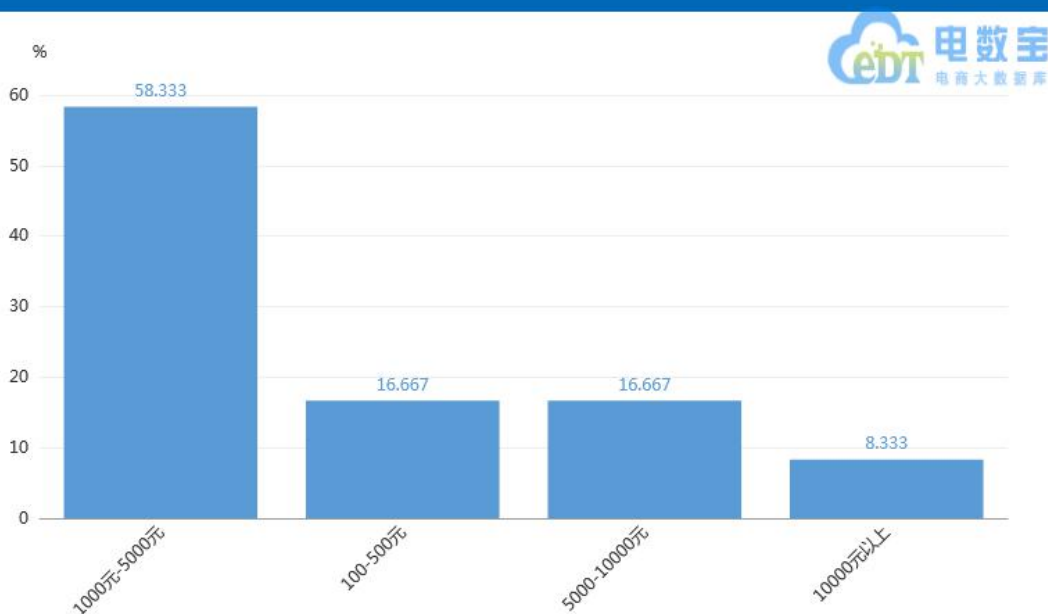
## 华为商城2020年上半年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

## 华为商城2020年上半年投诉金额占比图



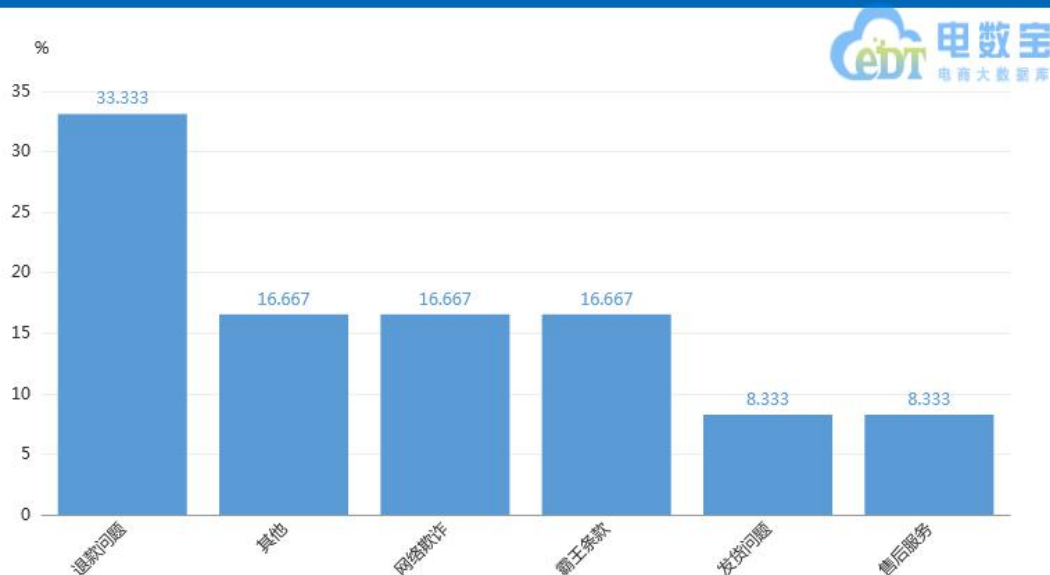
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

### 典型案例披露

此外，据国内电商专业消费调解平台“电诉宝”受理用户维权案例显示，“华为商城”存在退款问题、网络欺诈、霸王条款、发货问题、售后服务等问题。

## 华为商城2020年上半年投诉问题类型占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

### 【案例一】“华为商城”抽中优惠券迟未发放 售后退遭拒

沃女士于2020年6月18日晚七点多抽中“华为”直播大额优惠券，但是优惠券迟迟没有发放，也不知道什么时候发，因为直播间有人反应20多天还没领到，于是我先下单了一台笔记本电脑，打算优惠券到时候发下来用到买手机的订单上。结果晚上快12点了才发，而且显示只能用于购买笔记本电脑，晚上12点过后失效。当时考虑的时间不够，我随便买了个笔记本配置没有我之前下单的好。第二天货还没送到，我就要求客服给我换其他型号的，客服答复可以，多退少补，并且帮我报上去了。结果第二天电话客服来电拒绝，说只能换同款同色，没有多退少补一说，并且删除了之前客服说可以的聊天记录。要求优惠券用到我第一台的订单上(下单时已经知道中奖)，客服拒绝。要求退货时客服以过期为由拒绝退优惠券。对此，“华为商城”发来反馈称该问题于25日已跟用户沟通一致，问题已解决。

### 【案例二】“华为商城”下单商品降价 售后补差价处理引不满

孟先生于2020年4月23日在华为商城购买了3台笔记本电脑。商品于2020年4月25日签收，商品价格4299\*3，不料，2020年5月1日0点华为商城将此商品单价调整为3999，刚买不到7天就一个电脑降价300，经与华为商城客服反复沟通，华为商城同意单个商品赔偿价值121元积分，但是与300元的经济损失相去甚远。对此，“华为商城”发来反馈称目



前该问题已经处理完毕。

## 【典型案例二】“华硕商城”

### 上半年投诉数据



据“电数宝”显示，2020年（上）华硕电脑（上海）有限公司旗下“华硕商城”共获6次消费评级，4次获“谨慎下单”评级，2次获“不建议下单”评级。综上所述，2020年上半年华硕商城获“谨慎下单”评级。

## 2020年（上）华硕商城月/季消费评级数据明细

年份	时间段	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
2020年	8月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2020年	上半年	50.00%	0.500	2.000	0.460	谨慎下单
2020年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	5月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	第一季度	80.00%	0.800	2.000	0.700	谨慎下单
2020年	3月	50.00%	0.500	0.000	0.400	谨慎下单
2020年	2月	66.67%	0.667	2.000	0.593	谨慎下单

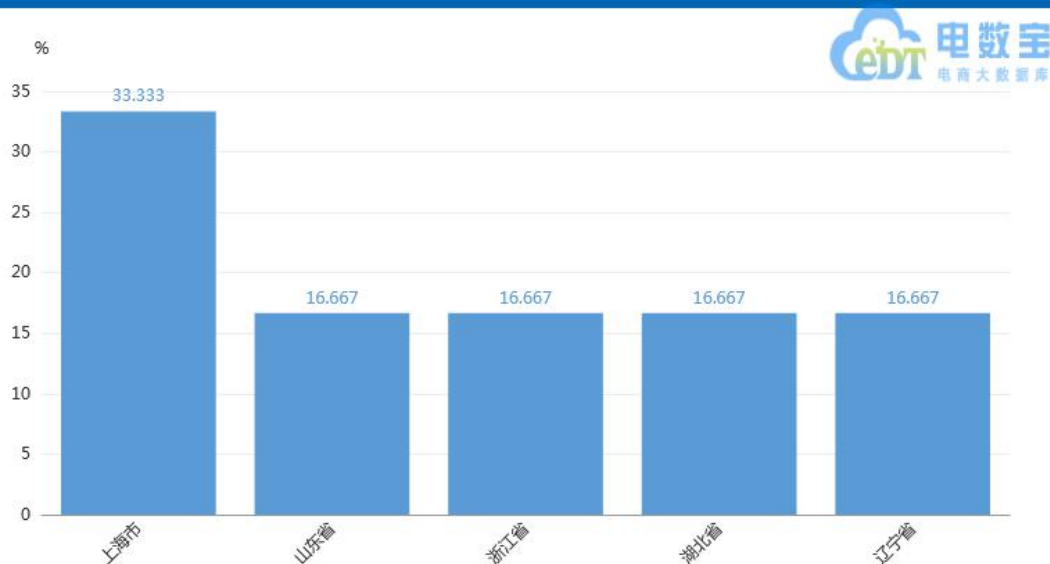
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

### 投诉地区分布

据“电数宝”显示，2020年（上）投诉“华硕商城”的用户主要集中地为上海市、山东省、浙江省、湖北省、辽宁省。

## 华硕商城2020年上半年投诉者地区占比图



图表编制：电数宝

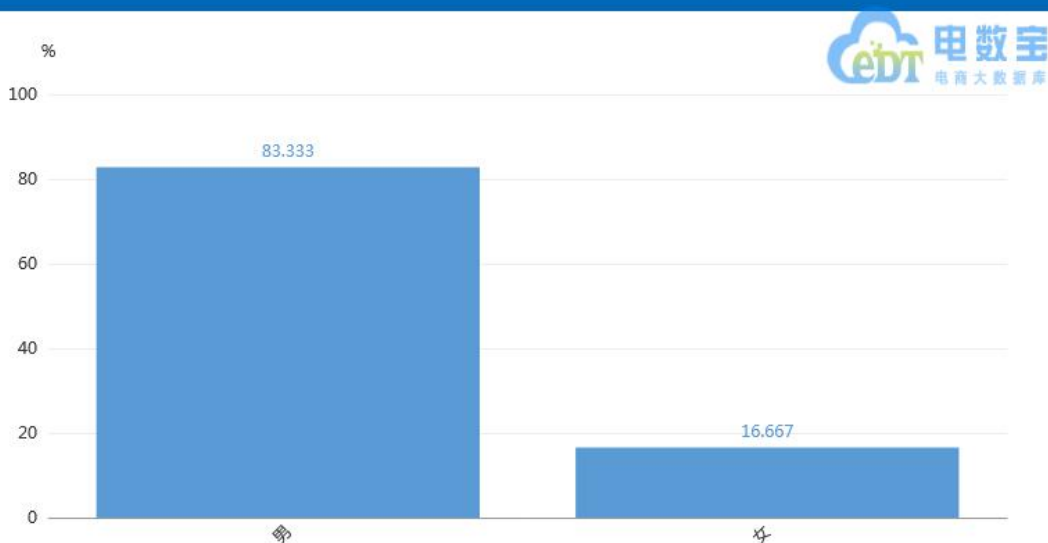
数据来源：WWW.100EC.CN

### 投诉性别及金额分布

据“电数宝”显示，在投诉“华硕商城”的用户中男性的占比为 83.333%、16.667%。另外，用户投诉“华硕商城”的消费金额都集中在 5000-10000 元区间、10000 元以上、

1000-5000 元区间，占比分别为 50.000%、33.333%、16.667%。

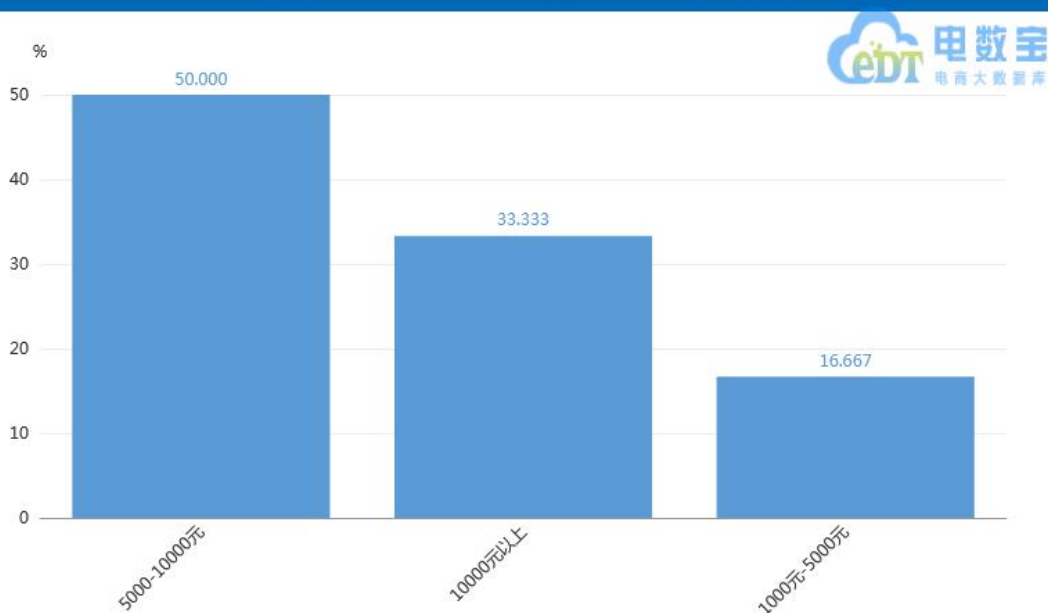
### 华硕商城2020年上半年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

### 华硕商城2020年上半年投诉金额占比图



图表编制：电数宝

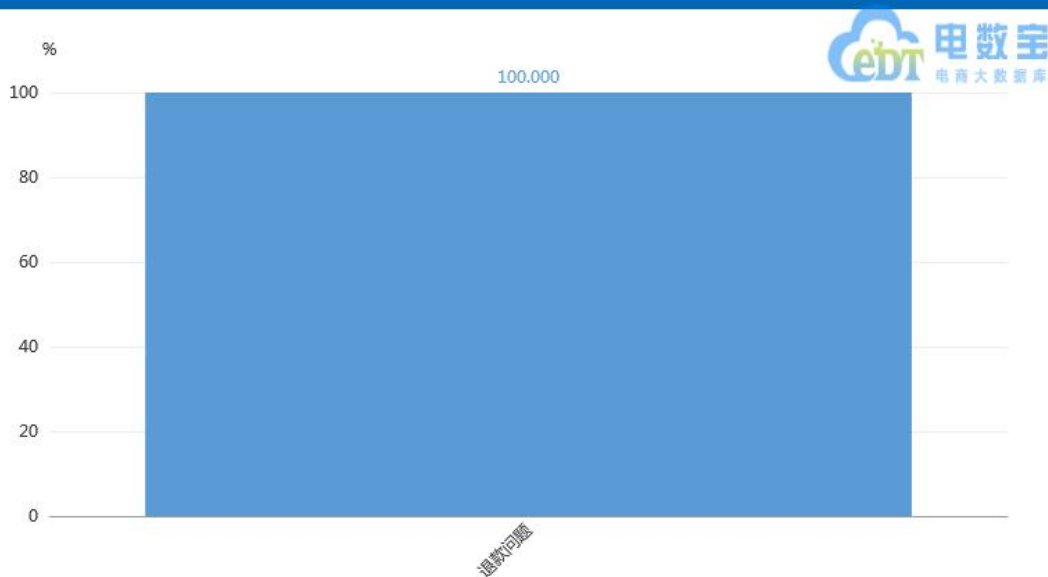
数据来源：WWW.100EC.CN

#### 典型案例披露

此外，据国内电商专业消费调解平台“电诉宝”收到用户维权案例显示，“华硕商城”

存退款问题等问题。

华硕商城2020年上半年投诉问题类型占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

#### 【案例一】“华硕商城”分期电脑 售后退款超7个工作日引不满

庞先生于2020年5月9日使用花呗分期在“华硕官网”即华硕商城购买了一台笔记本电脑，由于急需还贷立即申请了退款，并与客服协商早点退款为了避免还贷逾期，可是华硕商城硬性要求7个工作日后退款，个人觉得这非常不合理，会让我白白还10来天利息而且会让我还贷逾期。故要求其于5月12日前退款9479元。

#### 【案例二】“华硕商城”商品存质量问题 售后退款久未到账

钟女士于2月14日在“华硕商城”app购买了一台7999的笔记本电脑，使用不到2天发现电脑有问题，按客服要求拿去华硕服务点进行检测，确认是质量问题，符合退货退款要求，于是申请了退货退款，于2月29日以顺丰寄出问题商品，商家于3月4日已经确认收到了退货，直到今天3月13日迟迟没有收到退款，在这期间多次询问客服，但每次回答都是让我耐心等待退款，并未给出确切的退款时间。对此，“华硕商城”发来反馈称商城都是手动操作的退货退款，受疫情影响人力会有不足，通过您提供的订单号查询商城在3月11日已经发送财务做退款处理，请您耐心等待退款完成。

## 【典型案例三】“丝芙兰”

### 上半年投诉数据



据“电数宝”显示，2020年（上）丝芙兰（上海）化妆品销售有限公司旗下“丝芙兰”共获7次消费评级，7次获“不建议下单”评级。综上所述，2020年上半年“丝芙兰”获“不建议下单”评级。

2020年（上）丝芙兰月/季消费评级数据明细

年份	时间段	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
2020年	8月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	5月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	4月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	2月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	1月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

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



### 投诉地区分布

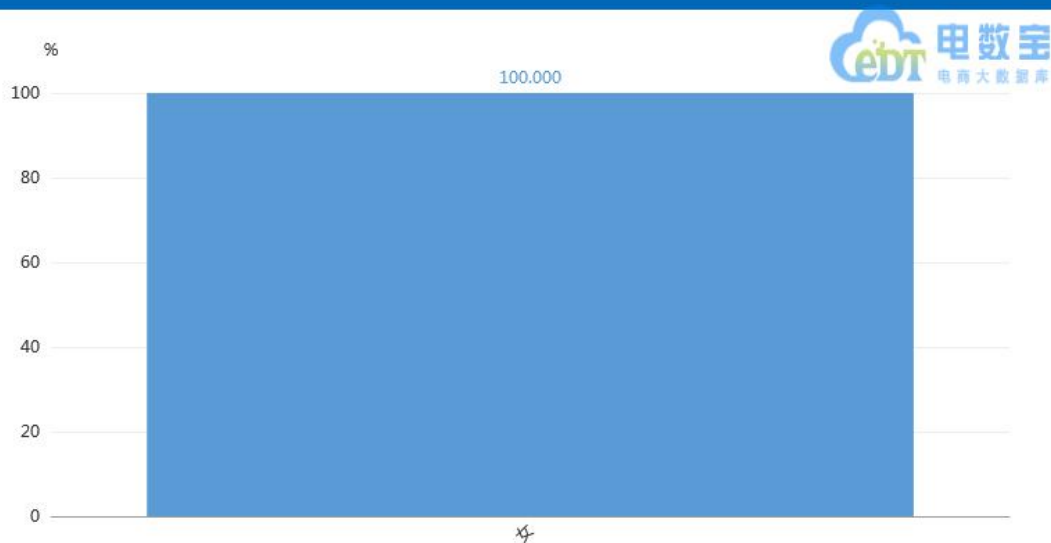
据“电数宝”显示，2020年（上）投诉“丝芙兰”的用户主要集中地为浙江省、北京市、山东省、湖北省、福建省、重庆市。



### 投诉性别及金额分布

据“电数宝”显示，在投诉“丝芙兰”的用户中女性的占比为100%。另外，用户投诉“丝芙兰”的消费金额都集中在500-1000元区间、100-500元区间、1000-5000元区间，占比分别为50.000%、25.000%、25.000%。

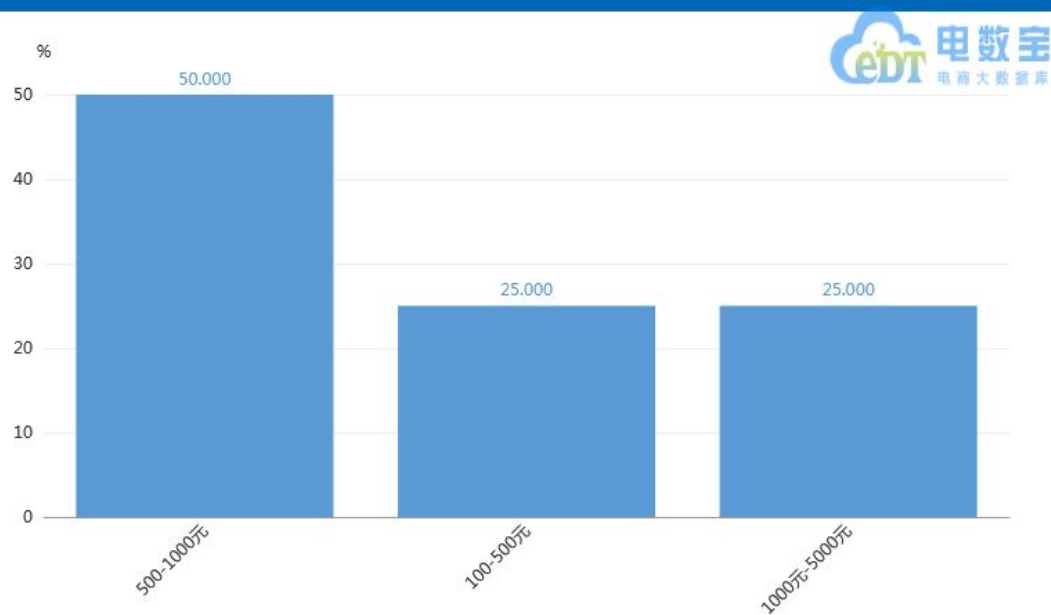
## 丝芙兰2020年上半年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

## 丝芙兰2020年上半年投诉金额占比图



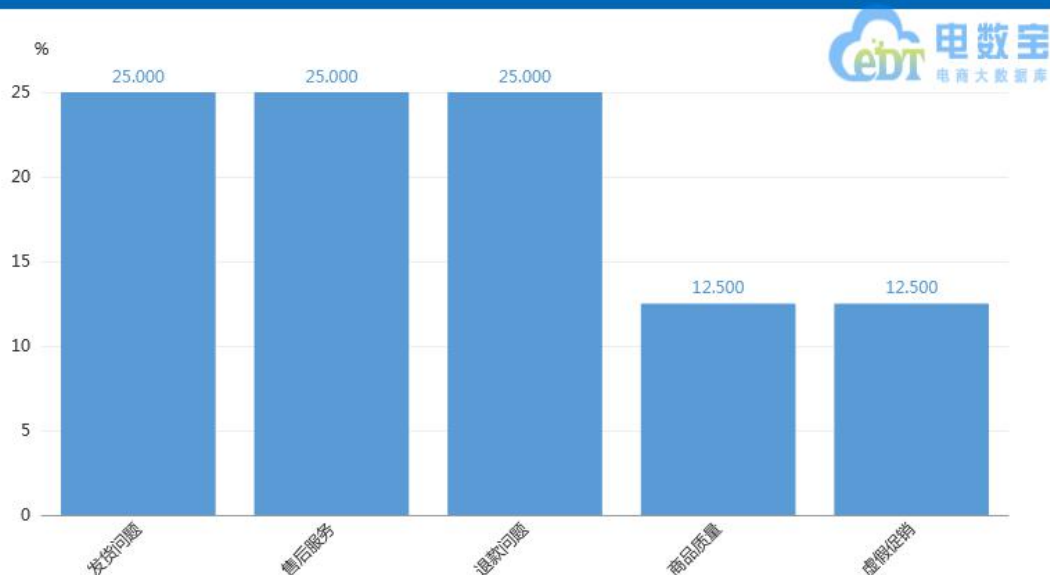
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

### 典型案例披露

此外，据国内电商专业消费调解平台“电诉宝”受理用户维权案例显示，“丝芙兰”存在发货问题、售后服务、退款问题、商品质量、虚假促销等问题。

## 丝芙兰2020年上半年投诉问题类型占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

### 【案例一】“丝芙兰”赠品未赠送 售后退款久未处理

朱女士于2020年5月7日在丝芙兰官网下单商品，因产品是货到付款，到了后发现产品缺失(该赠送的产品没有赠送)而且快递盒子是破的，于是申请了退款，之前一直跟我说顺丰那边没有返还他们货款，打电话联系顺丰告知5月15日已经返款给丝芙兰，但是丝芙兰迟迟不肯退款，各种理由。

### 【案例二】“丝芙兰”商品到货质量问题 售后客服态度引不满

李女士于2020年4月12日在“丝芙兰”app上购买了一款馥蕾诗的面膜，八折后购买价格为640元。在漫长的等待后收到货物，发现首次打开的面膜瓶子里有一个很深的洞，就像是面膜莫名消失了一部分，并且我有理由怀疑这不是正品，跟客服反应，不解决问题，服务态度差，反应多次无果。

### 【典型案例四】“小米商城”

上半年投诉数据



据“电数宝”显示，2020年（上）小米科技有限责任公司旗下“小米商城”共获8次消费评级，8次获“不建议下单”评级。综上所述，2020年上半年“小米商城”获“不建议下单”评级。

2020年（上）小米商城月/季消费评级数据明细

年份	时间段	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
2020年	8月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	6月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	5月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	4月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	2月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

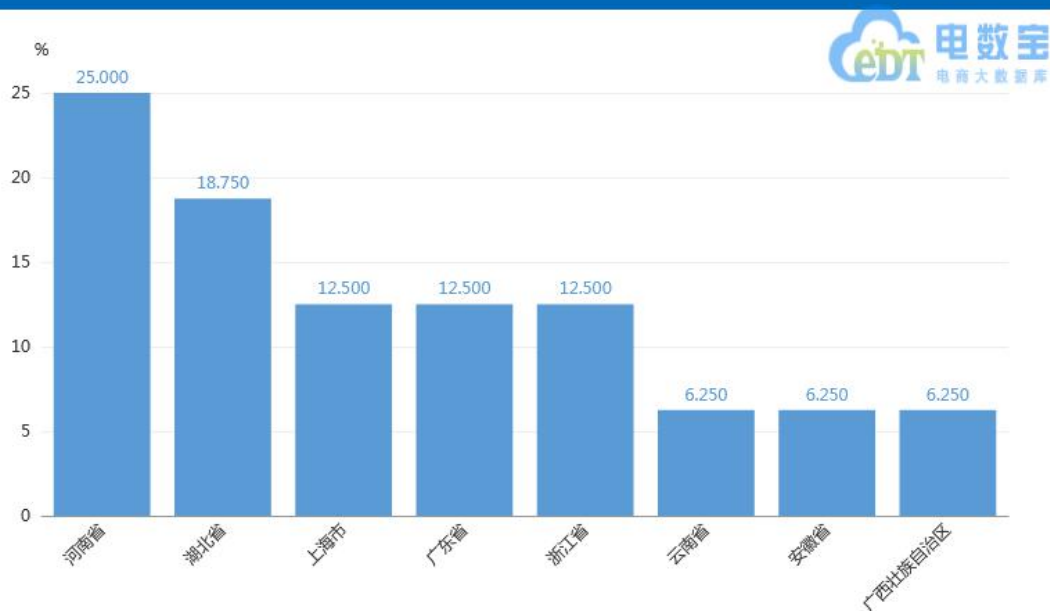
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉地区分布

据“电数宝”显示，2020年（上）投诉“小米商城”的用户主要集中地为河南省、湖北省、上海市、广东省、浙江省、云南省、安徽省、广西壮族自治区。

### 小米商城2020年上半年投诉者地区占比图



图表编制：电数宝

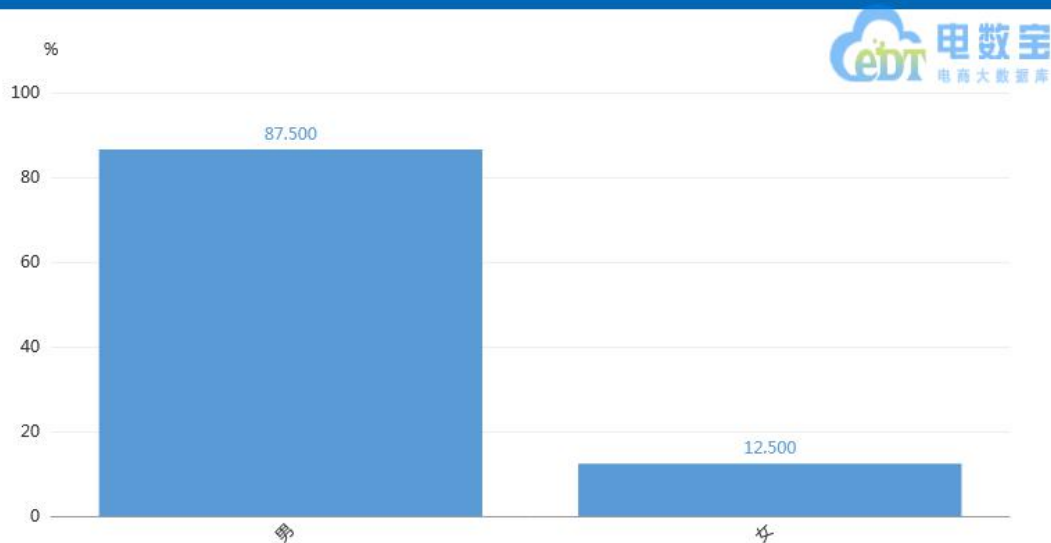
数据来源：WWW.100EC.CN

#### 投诉性别及金额分布

据“电数宝”显示，在投诉“小米商城”的用户中男性占比为87.500%、女性的占比为12.500%。另外，用户投诉“小米商城”的消费金额都集中在1000-5000元区间、500-1000元区间、100-500元区间，占比分别为31.250%、18.750%、12.500%。



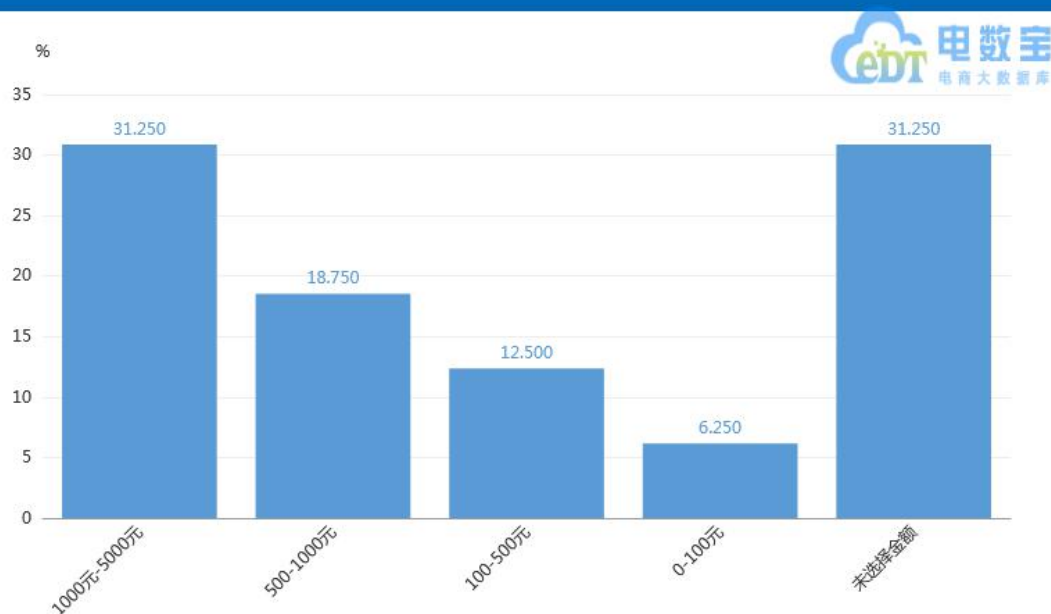
## 小米商城2020年上半年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

## 小米商城2020年上半年投诉金额占比图



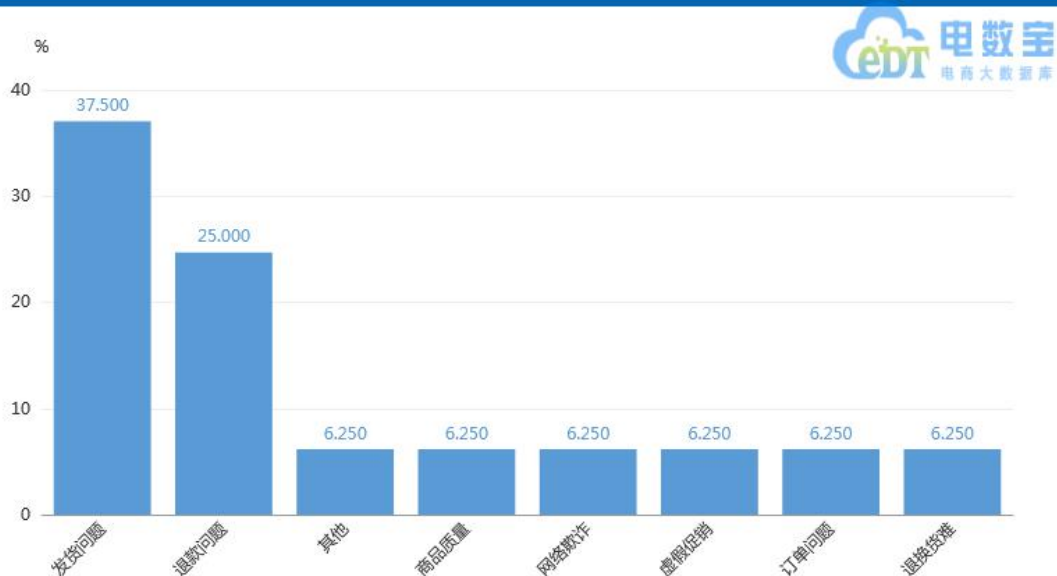
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

### 典型案例披露

此外，据国内电商专业消费调解平台“电诉宝”受理用户维权案例显示，“小米商城”存发货问题、退款问题、商品质量、网络欺诈、虚假促销、订单问题、退换货难等问题。

## 小米商城2020年上半年投诉问题类型占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

### 【案例一】“小米商城”商品降价生差价 售后久未上门取件

谢女士在 2020 年 5 月 23 日在“小米商城”购买了小米净水器 1A，因为商品降价导致有很大差额问题申请退货，在客服协助下申请了退货，之后将近 10 多天，当地售后点未上门提货，但是小米商城 APP 显示已经上门取货，实际与 APP 显示不一致的情况下，我多次拨打小米客服电话沟通，经过艰难的沟通下，终于有人上门取货，但是取货后 1 周的时间，APP 后台仍显示未取货，导致一直未退款，多次拨打客服电话存在很大敷衍的态度，并且答应帮反馈后，直接收到短信提醒：内容是未联系上我，但是并没有任何的来电记录及未接听记录。

### 【案例二】“小米商城”商品久未发货 售后遭敷衍未处理

徐先生于 2020 年 6 月 10 日 10 点在“小米商城”购买了一台 Redmi X55 电视，商家声称下单后 7 日内发货，但多次与商家联系，只是一直敷衍说尽快发货，截止 6 月 17 日 11:00 左右，已过 7 日，依然未发货，联系商家后仍然敷衍说马上发货，却始终没有任何发货通知等信息，商家承诺 7 日内发货却不履行。

## 【其他案例】

### 【案例一】“李宁官网”商品下单未发货 联系客服被告知无货取消订单

广东省的曾先生于2020年5月16日在上海李宁体育用品电子商务有限公司旗下李宁官方商城购买两件黑色中国李宁卫衣，单价699元一件，一共支付了1398元人民币，一直没有发货，直到5月29日在咨询客服衣服发货时间的时候，才被告知已经没有货了，发不出来叫直接取消订单。曾先生认为该商城如果库存不足是不能拍下付款的，能拍下付款就证明有库存。现在这样的情况觉得他们是在欺骗消费者。

### 【案例二】“三星网上商城”下单售假存“瑕疵” 售后退货难

河北省的邢女士于2020年4月29日在三星(中国)投资有限公司旗下“三星网上商城”购买三星手机一部。手机在30日邮寄到。拆封发现手机后壳有严重瑕疵，立即联系商城客服。客服要求不要开机，并短信发送给我退货地址。申请7天无理由退货。当天顺丰邮寄到他们提供的退货仓库，1号显示手机签收。1号当天联系我说仓库因为手机无法开机需要转售后检测。但是无法给我进行退款处理。手机因为质量问题我已经申请了7天无理由退货，并且提供了手机后壳截图给客服。商城订单没有退货按钮，只能让商城主动发起退货流程。

### 【案例三】“亚瑟士”官网下单商品与实际不符 售后退换货无人受理

广东省的钟女士于2020年1月16日在“亚瑟士官方旗舰店”电商平台下单订购一双Asics 稳定跑鞋 GEL-EXALT 3 运动鞋 跑步鞋 女鞋 T666N-2093 鞋子，出现商品描述与实际物不符问题，与其客服沟通售后事宜，对方不予回复，不处理退换货要求。投诉后还是没有企业工作人员联系处理。

### 【案例四】“飞鹤官方商城”下单奶粉被无故召回 售后客服拒绝邮寄

重庆市的张女士于2020年1月7日在黑龙江飞鹤乳业有限公司旗下飞鹤的微信官方商城购买了奶粉，1月17日快递到达目的地并没有派件，1月19日快递被飞鹤官方商城不明原因召回，且并未告知我，联系客服要求继续发货，对方拒绝，对方并未给出召回原因，且不愿意继续发出。必须要收到召回货物后才能继续发出，而且只能发邮政快递。因为货品是奶粉比较特殊家里孩子等着急用，而且是飞鹤方得责任，我向客服要求，要么不等召回货品送达，立即重新发货，要么等召回货品送达后用顺丰快递邮寄。但是客服都拒绝了。

### 【案例五】“浩泽商城”商品久未发货 售后商家无人联系

广东省的肖先生于2020年5月2日在上海浩泽净水科技发展有限公司旗下“浩泽商城”中购买一套价格为380元的净水器滤芯套餐，至今未发货。多次咨询浩泽客服人员，也得不到解决，浩泽客服人员的回复是“暂时无法告之具体的发货时间”，没有货商家也从不主动与消费者联系告之。

### 【案例六】“美的商城”质量问题不予发货 期间无人联系引不满

福建省的林先生于2020年6月21日在“美的集团股份有限公司”旗下美的官网商城购买美的空调一台，物流显示24日到达，可等到28日物流才告诉我因为有质量问题不能下发了，商家没有任何的反应，23日到28日期间我多次与客服联系得到的结果都是不清楚，没有商家相关人员与我沟通说明为什么货没及时到达，28日在知道没货后与客服联系也没有得到回复，商家竟然不知道货物的情况可能吗。

### 【案例七】“安踏官网商城”下单运动鞋不予发货 售后强制取消订单

江苏省的聂先生于2020年2月12日在安踏体育用品有限公司旗下“安踏”微信小程序下单了4单安踏运动鞋，安踏微信小程序多次电话短信骚扰以价格bug系统问题强制让我取消订单。我已经正常下单付款并且已经付款，4单1200元。

### 【案例八】“阿玛尼官网”到货商品疑虚假发货 售后平台快递互推诿

2020年1月18日，“电诉宝”接到山东省的朱女士投诉称她于2019年11月26日在乔治阿玛尼（上海）商贸有限公司旗下阿玛尼官网上买价值950元粉底液，空包裹，未收到粉底液，一取出觉得很轻就联系了阿玛尼，问阿玛尼要发货视频，阿玛尼不提供，并且说是快递丢件，快递说是阿玛尼没有发出，一开始阿玛尼说一定会处理好，退款事情阿玛尼来处理，后来阿玛尼也没有投诉圆通，并且和圆通互相推卸责任。

## 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》	√			
《2019 年度中国综合电商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(上)中国品牌电商消费投诉数据与典型案例报告》”。

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9月22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)

