

2020年Q3

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
电商投诉数据库

发布时间：2020年11月24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	4
(一) 投诉数量对比.....	4
(二) 投诉领域分布.....	4
(三) 投诉 TOP20 地区分布.....	5
(四) 投诉用户性别分布.....	6
(五) 投诉金额区间分布.....	7
(六) 热点投诉问题.....	8
三、零售电商	9
(一) 零售电商 TOP20 消费评级榜.....	9
(二) 典型案例.....	11
四、生活服务电商	19
(一) 生活服务电商 TOP10 消费评级榜.....	19
(二) 典型案例.....	21
五、关于我们	26
(一) 关于电诉宝.....	26
(二) 关于网经社.....	29
(三) 报告发布计划.....	31

一、报告摘要

11月24日，网经社电子商务研究中心发布《2020年Q3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（主要集中在进口跨境电商、直播电商、生鲜电商、二手电商）、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Q3全国零售电商TOP20消费评级榜》、《2020年Q3全国生活服务电商TOP10消费评级榜》，Q3季度消费投诉数据及25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）第三季度受理的全国215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。

退款难 质量差 网络欺诈成用户投诉热点问题

2020年Q3全国网络消费热点投诉问题排名前十的依次为：退款问题、商品质量、网络欺诈、发货问题、售后服务、霸王条款、网络售假、虚假促销、退换货难、订单问题。

零售电商榜单发布 20家电商入选

榜单显示，途虎养车、苏宁易购、唯品会、京东、绿森商城、当当、微拍堂、拼多多、小红书、红布林在受理、解决平台通报移交督办的投诉平台反馈率较高、回复时效性较及时，用户满意度较好，综合指数普遍在0.75以上，获“建议下单”购买评级。而店宝宝、洋码头综合指数在0.4-0.75间，获“谨慎下单”购买评级。

寺库、转转、杂志猫、闲鱼、天猫、微店、杂志网、易果生鲜等电商平台在受理平台移交的用户投诉，平台反馈率、回复时效性、用户满意度相对低，综合指数低于0.4，获“不建议下单”购买评级。据《2020年Q3全国零售电商投诉榜》（依据投诉量排行），排名前五依次为淘宝、拼多多、绿森商城、京东、苏宁易购。

生活服务榜单发布 10家电商入选

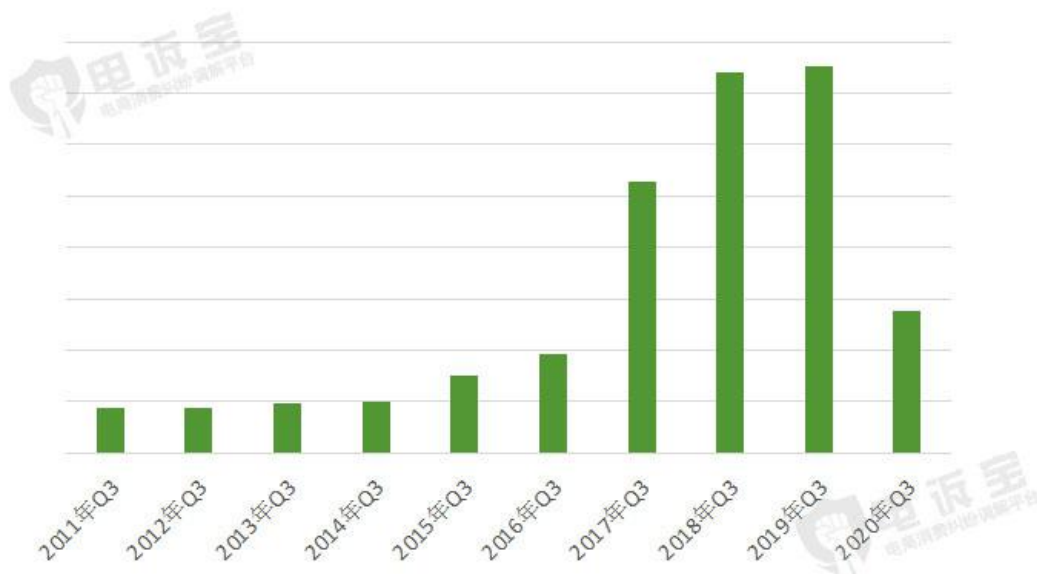
榜单显示，去哪儿、大塘小鱼、飞猪在受理、解决平台通报移交督办的投诉平台反馈率较高、回复时效性较及时，用户满意度较好，综合指数普遍在0.75以上，获“建议下单”购买评级。而学慧网、尚德机构、走着瞧旅行、美团、饿了么、侠侣亲子游、58同城等电商平台在受理平台移交的用户投诉，平台反馈率、回复时效性、用户满意度相对低，综合指

数低于 0.4，获“不建议下单”购买评级。据《2020 年 Q3 全国生活服务电商投诉榜》（依据投诉量排行），排名前五的依次为：大塘小鱼、学慧网、飞猪、走着瞧旅行、美团。

二、报告数据

（一）投诉数量对比

2011-2020年Q3全国电子商务投诉数量对比



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

2020 年 Q3 相比 2019 年 Q3 投诉量大幅下降，受今年疫情影响，电商受到了很大冲击，用户的下单量减少，投诉因此也进而减少。

（二）投诉领域分布

2020年Q3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

2020年Q3，“电诉宝”受理投诉用户在国内网购投诉占全部投诉60.63%，商家与平台间纠纷其次，占比14.49%，在线差旅占比为4.18%。

三季度内共计受理215家主流电商平台用户投诉。其中，零售电商有129家，生活服务电商为57家，金融科技平台为10家，电商物流企业为10家，产业电商为5家、其他4家。

（三）投诉TOP20地区分布

2020年Q3全国电子商务投诉地区TOP20分布



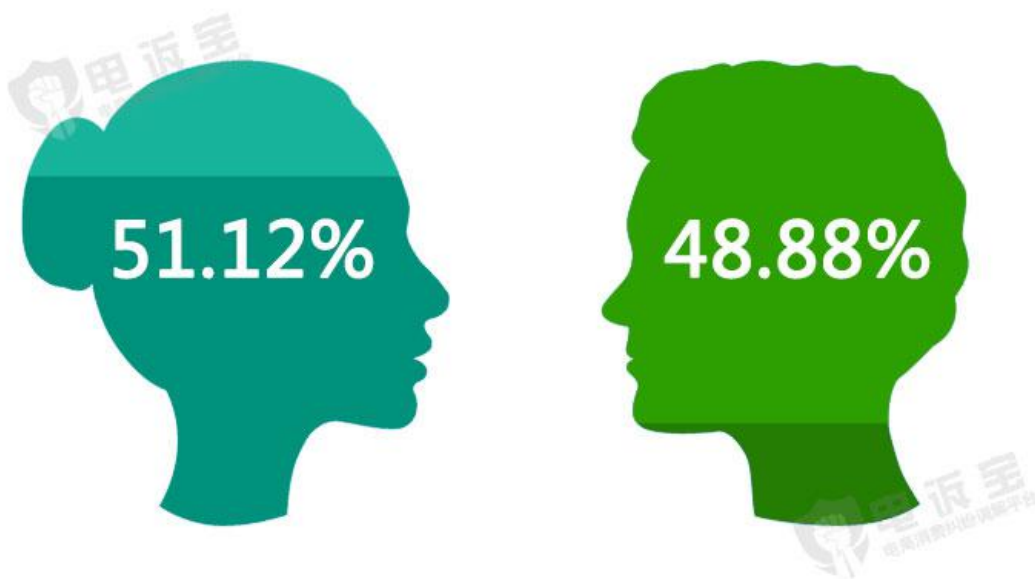
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

三季度“电诉宝”受理投诉用户聚集地区的依次为广东（17.30%），浙江（8.94%）、江苏（6.78%）、上海（6.71%）、山东（6.56%）、北京（6.20%）、河南（4.69%）、湖北（4.40%）、四川（3.97%）、福建（3.24%）为“全国十大热点电子商务投诉地区”，陕西（2.96%）、湖南（2.81%）、河北（2.60%）、江西（2.45%）、辽宁（2.45%）、安徽（2.38%）、黑龙江（1.95%）、广西壮族自治区（1.88%）、云南（1.59%）、天津（1.44%）依次排名。

（四）投诉用户性别分布

2020年Q3全国电子商务投诉用户性别分布



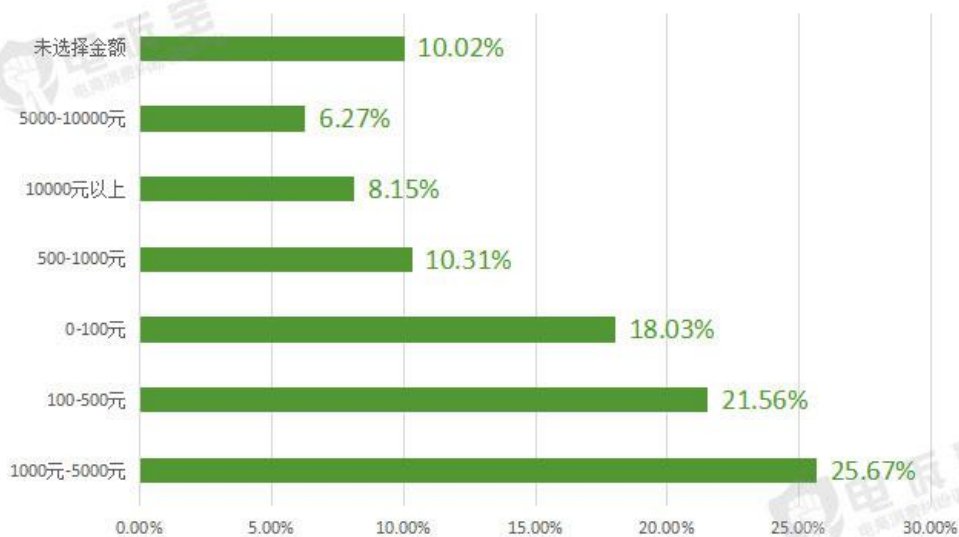
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

据三季度报告显示，女性用户投诉比例为 51.12%，男性用户投诉比例为 48.88%。

（五）投诉金额区间分布

2020年Q3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）

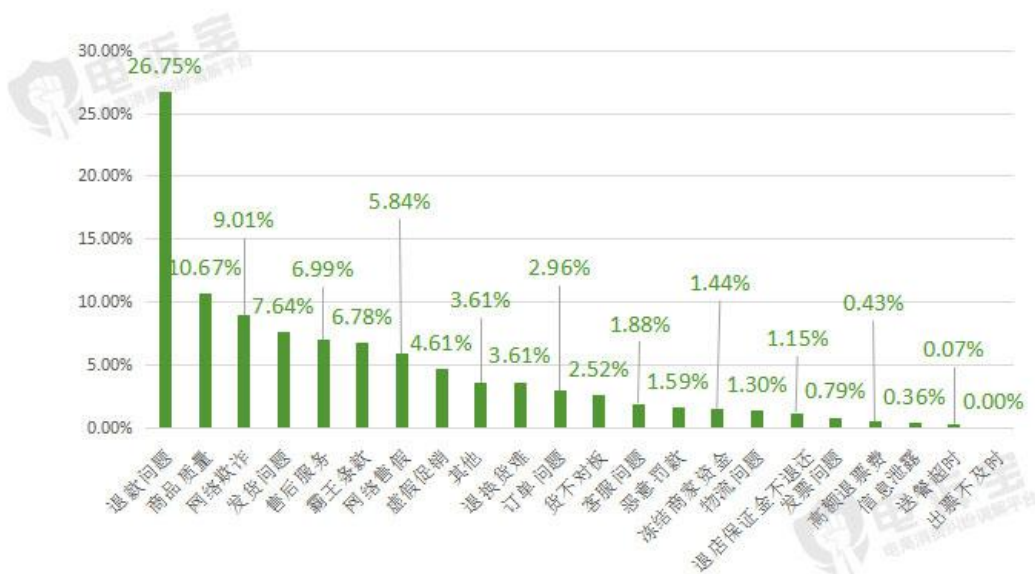
数据来源：WWW.100EC.CN

三季度“电诉宝”受理投诉用户涉及金额 1000-5000 元的占比为 25.67%；其次为 100-500 元占比为 21.56%；0-100 元占比为 18.03%；500-1000 元占比为 10.31%；10000 元以上为 8.15%；5000-10000 元占比为 6.27%；未选择金额占比为 10.02%。

多数用户网络消费纠纷涉及的金额在 1000-5000 元之间，表明网络消费单笔订单在该区间的占多数，其次为金额在 100-500 元之间。不论涉及金额多少，当遇到卖家侵权时，一定要勇于维护自己的合法权益。对卖家的违规、不法行为坚决予以举报。

（六）热点投诉问题

2020年Q3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

2020年三季度全国网络消费热点投诉问题依次为：退款问题（26.75%）、商品质量（10.67%）、网络欺诈（9.01%）、发货问题（7.64%）、售后服务（6.99%）、霸王条款（6.78%）、网络售假（5.84%）、虚假促销（4.61%）、退换货难（3.61%）、订单问题（2.96%）、货不对板（2.52%）、客服问题（1.88%）、恶意罚款（1.59%）、冻结商家资金（1.44%）、物流问题（1.30%）、退店保证金不退还（1.15%）、发票问题（0.79%）、高额退票费（0.43%）、信息泄露（0.36%）、送餐超时（0.07%）。

退款问题、商品质量、网络欺诈问题成为2020年Q3的前三热点投诉，直接影响用户体验，需引起重视。

三、零售电商

（一）零售电商 TOP20 消费评级榜

报告发布“2020年Q3全国零售电商TOP20消费评级榜”，共有20家投诉量“规上”的零售电商平台上榜，分别获“建议下单”、“谨慎下单”与“不建议下单”购买评级。

2020年Q3全国零售电商TOP20消费评级榜

平台	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级	排名
 途虎养车	100.00%	1.000	10.000	1.000	建议下单	1
 苏宁易购 suning.com	100.00%	1.000	7.750	0.960	建议下单	2
 唯品会 全球精选 正品特卖	100.00%	1.000	4.000	0.893	建议下单	3
 京东	100.00%	1.000	2.963	0.876	建议下单	4
 绿森	95.74%	0.965	2.833	0.863	建议下单	5
 当当网 dangdang.com	100.00%	0.969	2.000	0.851	建议下单	6
 微拍堂 拍卖·直播·生活	100.00%	0.909	2.000	0.833	建议下单	7
 拼多多 天天平价 亿人拼团	100.00%	0.740	3.556	0.809	建议下单	8
 小红书	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单	9
 红布林	100.00%	0.760	2.000	0.788	建议下单	10
 店宝宝	83.33%	0.767	2.000	0.707	谨慎下单	11
 洋码头	100.00%	0.222	0.000	0.567	谨慎下单	12
 SECCO	8.33%	0.100	8.000	0.340	不建议下单	13
 转转 二手交易平台	0.00%	0.083	0.000	0.067	不建议下单	14
 杂志猫 MAGAZINECAT.COM	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单	15
 闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单	16
 天猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单	17
 微店	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单	18
 杂志网 ZAZHI.COM	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单	19
 易果生鲜 YIGUO.COM	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单	20

备注：

- 1、本榜单排名高低由综合指数决定，综合指数受“平台反馈率”、“回复时效性”、“用户满意度”三个指标影响（综合指数=平台反馈率*0.5+回复时效性*0.3+用户满意度/10*0.2）。
- 2、回复时效性：平台回复时间小于72小时效率性为1.0，回复时间大于72小时并且小于120小时效率性为0.6，回复时间大于120小时效率性为0。
- 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。
- 4、评级划分由综合指数决定，不建议下单∈[0,0.4)，谨慎下单∈[0.4,0.75)，建议下单∈[0.75,1.0]。
- 5、由于投诉量的多少与平台的市场占有率有直接关系，故有效投诉量不列入网购评级统计范畴。
- 6、本榜单所有数据、评级、排名均由系统后台根据各电商平台上述行为监测客观数据，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

榜单显示，途虎养车（综合指数：1.000）、苏宁易购（综合指数：0.960）、唯品会（综合指数：0.893）、京东（综合指数：0.876）、绿森商城（综合指数：0.863）、当当（综合指数：0.851）、微拍堂（综合指数：0.833）、拼多多（综合指数：0.809）、小红书（综合指数：0.800）、红布林（综合指数：0.788）在受理、解决平台通报移交督办的投诉平台反馈率较高、回复时效性较及时，用户满意度较好，综合指数普遍在0.75以上，获“**建议下单**”购买评级。

而店宝宝（综合指数：0.707）、洋码头（综合指数：0.567）没有很好地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，综合指数在0.4-0.75间，获“**谨慎下单**”购买评级。

寺库（综合指数：0.340）、转转（综合指数：0.067）、杂志猫（综合指数：0.000）、闲鱼（综合指数：0.000）、天猫（综合指数：0.000）、微店（综合指数：0.000）、杂志网（综合指数：0.000）、易果生鲜（综合指数：0.0000）等电商平台在受理平台移交的用户投诉，平台反馈率、回复时效性、用户满意度相对低，综合指数低于0.4，获“**不建议下单**”购买评级。

（二）典型案例

【综合零售电商】



- 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 跨境电商 品牌电商 社交电商 生鲜电商 二手电商 汽车电商
- 时间：2020年 第三季度

1	淘宝	2	拼多多	3	绿森商城	4	京东
5	苏宁易购	6	天猫	7	闲鱼	8	唯品会
9	当当	10	转转	11	微拍堂	12	红布林
13	寺库	14	洋码头	15	途虎养车	16	微店
17	杂志猫	18	小红书	19	易果生鲜	20	杂志云
21	店宝宝	22	小米商城	23	达令家	24	花礼网
25	本来生活	26	微盟	27	交易猫	28	D2C
29	国美	30	快手	31	好乐买	32	有赞
33	小米有品	34	考拉海购	35	云集	36	百丽优购
37	天猫国际	38	网络游戏服务网	39	华为商城	40	淘粉吧
41	蘑菇街	42	熊猫生活	43	海狐海淘	44	u租号
45	华硕商城	46	金鹰购	47	鲁班到家	48	年丰大当家
49	中国网上花城	50	三星网上商城	51	千东商城	52	洋葱
53	海淘1号	54	i智联	55	贝贝(贝店)	56	广东信能生物科技有...
57	多彩宝	58	利淘网	59	宝尊电商	60	京东到家
61	商派	62	百乐购	63	购书宝	64	千千惠生活
65	小猪优选	66	未来集市	67	BeautyExpert	68	今日智能
69	木琼商城	70	闪电特卖	71	酷喵	72	惠民优品
73	聚优品	74	匀思商城	75	陌陌	76	严选放心购
77	红豆角	78	造作新家	79	天虹网上商城	80	2CCM
81	花易达	82	任意门	83	深圳极客优品	84	比西西商城
85	抖店	86	潮玩族	87	淘号猪	88	鲁班小店
89	兰蔻官网	90	迅游网游加速器	91	神舟电脑官网	92	小年鱼
93	折800	94	弹个车	95	中国移动移动商城	96	楚楚推
97	魅族商城	98	丝芙兰	99	妈妈购	100	波奇宠物商城

(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。

据《2020年Q3全国零售电商投诉榜》（依据投诉量排行），排名前五依次为**淘宝、拼多多、绿森商城、京东、苏宁易购**。

【案例一】“国美”被指虚假活动引注册 APP 下单遇“砍单”售后难

湖南省的王先生于今年7月18日通过新人活动优惠券41-40在国美在线电子商务有限公司旗下“国美”app购买价值62.9人民币的商品，国美在未通知王先生的情况下强行退单，款项也推迟近一天时间才退回，优惠券虽然也退回，但无可用商品可供购买，王先生怀疑国美平台在骗取注册量，发起活动却不履行义务。广西壮族自治区的黄先生也表示他于2020年7月17日获悉“国美”app通过新人可以领取满41元减免40元的优惠券，于是下载国美app并领券下单，可是过了不久国美就强制给退款，联系人工客服，可是客服不說話，不回复。

【案例二】“绿森商城”商品因无货未发货 退款超30天未到账引不满

8月2日，“电诉宝”接到山东省的贾先生投诉称他于今年5月29日在浙江绿森信息科技有限公司旗下“绿森商城”下单购买一台平板电脑，但10多天不发货，联系客服被告知商品无货。于是，贾先生在6月17日申请退款，且客服告知20个工作日退款到账。因未退款在7月23日再次联系客服电话且告知在下周会退款，至投诉当日，贾先生表示他仍没有收到退款，客服仍是告知耐心等待，且没明确的退款时间。对此，“绿森商城”反馈：经核实贾先生的订单已经受理退款申请，会尽快完成退款。

【案例三】“微拍堂”手工艺品到货成印刷品 鉴定费难退售后客服引不满

9月5日，“电诉宝”接到广东省的李先生投诉称他于今年8月24日在杭州微拍堂文化创意有限公司旗下“微拍堂”上以92元的价格拍到了一副花生大士手绘唐卡，收到货以后是却一副现代印刷品，不是商家描述的手绘唐卡，就申请售后和鉴定，鉴定结果是现代工艺品，收取了100元鉴定费和快递费用，但是关于是否是手绘唐卡还是印刷品的问题还没有解决，多次投诉没有结果，李先生表示客服态度差，偷换概念、欺骗消费者的行为真的很让人气愤。对此，“微拍堂”发来反馈称：因核实商品送检鉴定机构鉴定为现代工艺品，未对商品描绘方式进行鉴定，故订单无法判定商家违规，关于您反馈要求三倍赔偿的诉求，平台联系商家协商，协商已经按照您的诉求协商一致进行补偿。

【跨境电商】



- 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：全部跨境电商品牌电商社交电商生鲜电商二手电商汽车电商
- 时间：2020年第三季度

1	寺库	2	洋码头	3	小红书	4	考拉海购
5	天猫国际	6	熊猫生活	7	海狐海淘	8	洋葱
9	海淘1号	10	BeautyExpert	11	速卖通	12	虾皮 (shopee)
13	HIGO	14	别样	15	欧洲生活购	16	亚马逊
17	波罗蜜	18	莎莎网	19	2CCM		

(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。

据《2020年Q3全国跨境电商投诉榜》(依据投诉量排行), 排名前五的依次为寺库、洋码头、小红书、考拉海购、天猫国际。

【案例一】“洋码头”下单 MK 包包质量存瑕疵 售后退货遭双双拒绝

陕西省的赵女士于今年8月29日在上海洋码头网络技术有限公司旗下“洋码头”购买了MK的包, 9月18日到货拆开后拆开发现包包前面金属扣和带子连接处有咯吱咯吱的杂音, 后面没有声音, 是正常的。赵女士认为因是新包, 背两天就好, 但是背了一天不见好, 特别影响使用感受, 就跟卖家和平台沟通, 都拒绝退货。赵女士因此怀疑是假货, 不能上传产品照片, 只能上传视频才可以证明此包的瑕疵和质量问题, 照片不行。对此, “洋码头”反馈称: 买家反馈收到的包包两边的肩带与扣环相连接的地方, 在使用的时候会发现咯吱咯吱的杂音。由于情况较为特殊, 商品已让买家寄至平台进行实物查看, 经核实实物确实存在, 是由于新包金属扣不太顺滑的原因。经平台鉴别养护处已维护完毕, 已无杂音。商品已寄还消费者。

【案例二】“海豚家”0元购活动疑诱导消费 余额提现难售反被扣除

浙江省的褚先生于8月20日在北京凯谱乐科技有限公司旗下“海豚家”购买了37.99

元的商品，因需满 60 元才能领第三个红包，所以想先退款，再重新多拍几件，但退款后余额 10 元却被无故扣除，商家解释说按规则余额是不退还的。褚先生表示因在退款的时候根本没有提示余额的钱会被扣，尽管客服说会有提示，但我操作的时候是没有提示的，他认为海豚家以 0 元购诈骗购买，在第一次买过 45 元一盒的面膜，结果支付后，只是部分返到余额里，而余额又不能提现，现在又把余额的钱没收。

【案例三】“寺库”活动商品质量问题只退不换遭吐槽 积分享用受限制

7 月 6 日，江苏省的严先生于 6 月 10 日在北京寺库商贸有限公司旗下“寺库”平台以活动价购买 gucci rhyton 鞋一双，到货后出现商品质量问题，鞋是瑕疵品。售后联系客服但不认为是质量问题，且不支持换货，因是活动价格买的商品，只接受退货处理，且购物使用的积分须在退货完成后 7 日使用完，逾期作废。严先生表示商品以活动价格购买且积分是自己购物返的，所以不接受所提出的退货政策。对此，“寺库”反馈称：电话联系顾客，对于鞋面褶皱不属于质量问题，商品可以特殊退货，使用的积分过期后可以特殊申请补发，补发后有效期可以延长到 9.30 号。

【社交电商】



据《2020 年 Q3 全国社交电商投诉榜》（依据投诉量排行），依次为拼多多、达令家、云集、贝贝（贝店）、楚楚推、未来集市、惠民优品、陌陌。

【案例一】“云集”品牌口红破损疑被使用 退货遭拒给补偿引不满

宁夏回族自治区的张女士于8月7日在云集共享科技有限公司旗下“云集”APP购物平台上购买的YSL圣罗兰黑管唇釉，收到货拆封后发现商品包装破损，且商品本身无封口，查看口红疑似被使用过，在云集APP平台内申请了退货退款，但却被客服告知不予退货退款给其他补偿，且告知跨境商品退货不可以二次销售。张女士表示疑惑，收到商品时就是破损的，但为何退回去就影响二次销售。

【直播电商】

【案例一】“抖音”主播被指虚假促销 不发货平台退货处理引不满

山东省的胡女士于8月16日在北京微播视界科技有限公司旗下“抖音”直播间购买小火锅，当时主播说买四盒小火锅另外0.1元购小烤箱一个，15天发货，下单后到8月31日没有发货咨询小火锅店铺，小火锅店铺表示不知情，咨询小烤箱店铺至今无人回复，后来找到抖音客服，抖音客服说解决问题，一直到9月2日没有解决，9月4日再次联系客服明确表示不接受虚假销售，只要小烤箱，客服说2个工作日解决，直到9月10日抖音发短信让胡女士申请退货。

【案例二】“快手”《派单精灵》广告被指虚假 广告下架售后退款难

9月3日，“电诉宝”接到江苏省的夏女士投诉称她在北京快手科技有限公司旗下“快手”平台上发现关于《派单精灵》的广告，内容就是下载使用后可以挣钱的广告，夏女士表示因之前使用过快手，也知道快手平台登陆签到看视频是能提现到帐，了解到是快手上发布的，然后就使用了《派单精灵》，但使用几天后被卷款2000多元，其朋友也损失几百。都是通过快手的广告直接和间接下载使用的，现在快手上这个广告也下架了，但是仍留有记录的。同时夏女士认为快手发布虚假广告，不审核不把关。

【二手电商】



电诉宝 全新升级 运行10年，对接近千家电商
1万+媒体采用，影响1亿+用户



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 跨境电商 品牌电商 社交电商 生鲜电商 **二手电商** 汽车电商
时间： 2020年 第三季度

1	闲鱼	2	转转	3	红布林	4	爱回收
5	利淘网						

(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。

据《2020年Q3全国二手电商投诉榜》(依据投诉量排行)，依次为**闲鱼、转转、红布林、爱回收、利淘网**。

【案例一】“闲鱼”商品质量存忧 仲裁引不满客服推诿

7月8日，“电诉宝”接到吉林省的孙先生在淘宝(中国)软件有限公司旗下“闲鱼”二手平台下单购买10部小米3手机，到货以后发现有质量问题，手机出现机器卡顿、触屏失灵，于是退款却被卖家拒绝，联系闲鱼仲裁，按照要求上传问题机器视频后并且联系客服确认，但之后收到闲鱼短信告知因没上传视频所以维权失败。孙先生表示道钱已付款给卖家却被卖家拉黑，闲鱼客服也是推诿不予处理。

【案例二】“转转”0元拆盲盒活动完成迟未发货 售后遇客服消极处理

安徽省的张先生投诉称他于8月10日通过微信支付页面里的北京转转精神科技有限责任公司旗下转转二手进入“转转”二手平台0元拆盲盒活动，活动中奖价值99元盲盒，按转转二手平台活动要求，在其规定时间内8月13日完成回收成功任务，转转二手平台活动要求回收成功后获得盲盒资格，其游戏规则内第五条说明，回收成功后7天内发货。8月20日，张先生表示一直未收到转转二手平台的发货通知，在查询无果情况下我按照其活动页面提供的客服微信进行咨询，转转二手平台的客服一直消极敷衍，在说明情况提供订单及截图后，转转二手平台客服就不再回复和解决问题。

【案例三】“红布林”同款商品存差距 因误导下单联系客服退货遭拒

北京市的苏女士于9月6日在致美生活（北京）科技有限公司旗下“红布林 PLUM” APP 购买连衣裙一条，该衣物布料颜色灰暗，无光泽，无筋骨，明显因多次不当洗涤造成布料表层的损坏，且该衣物内侧水标有剪标现象，一般水标剪标、划标均因品牌认定有瑕疵后加以处置的标识。同时，苏女士表示此前7月5日在该平台购买了同品牌、同款式、同成色的连衣裙，因尺码不适合又另行购买大一号产品，两件衣物平台统一评为95成新，但实物成色差距巨大，在一个与客服人员沟通后，平台回复“不支持退货”。苏女士怀疑该平台利用信息不对称，用不统一的评级标准随意标注衣物成色，误导消费者。对此，“红布林”反馈称：已为用户核实商品情况，并已告知客户由于描述都有写到，无法处理退货退款，反馈工作人员再次核实。

【生鲜电商】



据《2020年Q3全国生鲜电商投诉榜》（依据投诉量排行），依次为**易果生鲜、本来生活、京东到家**。

【案例一】“中粮我买网”预存款无法使用 商品到货因时效退货遭拒

7月11日，北京市的孟先生在中粮海优（北京）有限公司旗下“中粮我买网”绑定了充值卡，在预存款余额充足的情况下账户却无法支付使用，付款显示当前账号存在风险或不符合规则，向网站客服反映多次均未予以解决。2020年7月10日购买3单食品，误操作微信付款，申请退款改从预存款支付不予解决，同客服反映，对方一直推脱不予解决。后申请退货，软件显示已拣货打包，不允许退货，同客服反映也不予解决致使现在已收到货物，夏

季东西易坏，已无法退货。

【案例二】“易果生鲜”商城商品全部下架 储值卡无法消费难退款难

今年8月25日，“电诉宝”接到山东省的邓先生投诉称他于2019年10月27日购买并绑定一张1000元上海易果电子商务公司旗下易果生鲜储值卡，到今为止账号中剩余894.9元。近日发现易果生鲜的网上购物商城中的所有商品均已下架，已无货可买，要求该平台退账号中的894.9元。平台中没有退账号中储值的渠道，与客服沟通无果，要求退款。

【案例三】“年丰大当家”新鲜水果到货质量不一 售后赔付引不满

9月5日，“电诉宝”接到湖北省的王女士投诉称她于8月17日在深圳市年丰大当家科技有限公司旗下“年丰大当家”（原顺丰大当家）精选平台（林园生鲜店）购买芒果出现质量问题，到货芒果从内心损坏，与客服多番沟通过程中只同意赔偿10元，总订单额是39.9元，收到3个果子，且坏掉的是最大的果子，要求赔偿17元（按照4/9的标准计算），客服反复说平台发果5个以上为由，最多赔偿十元，有违背诚实信用原则。

四、生活服务电商

（一）生活服务电商 TOP10 消费评级榜

报告发布“2020年Q3全国生活服务电商TOP10消费评级榜”，榜单显示共有10家投诉量“规上”的生活服务电商平台上榜，分别获“建议下单”、“谨慎下单”与“不建议下单”购买评级。

2020年Q3全国生活服务电商TOP10消费评级榜

平台	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级	排名
 去哪儿网 Qunar.Com	100.00%	0.967	4.667	0.897	建议下单	1
 大塘小鱼	100.00%	1.000	2.571	0.870	建议下单	2
 飞猪	100.00%	0.575	6.000	0.792	建议下单	3
 学慧网	13.64%	0.045	0.000	0.082	不建议下单	4
 尚德机构	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单	5
 走着瞧旅行 TRAVEL AROUND	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单	6
 美团	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单	7
 饿了么	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单	8
 侠侣 亲子游	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单	9
 58同城	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单	10

备注：

- 1、本榜单排名高低由综合指数决定，综合指数受“平台反馈率”、“回复时效性”、“用户满意度”三个指标影响（综合指数=平台反馈率*0.5）+回复时效性*0.3+用户满意度/10*0.2）。
- 2、回复时效性：平台回复时间小于72小时效率性为1.0，回复时间大于72小时并且小于120小时效率性为0.6，回复时间大于120小时效率性为0。
- 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。
- 4、评级划分由综合指数决定，不建议下单∈[0,0.4)，谨慎下单∈[0.4,0.75)，建议下单∈[0.75,1.0]。
- 5、由于投诉量的多少与平台的市场占有率有直接关系，故有效投诉量不列入网购评级统计范畴。
- 6、本榜单所有数据、评级、排名均由系统后台根据各电商平台上述行为监测客观数据，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

榜单显示，去哪儿（综合指数：0.897）、大塘小鱼（综合指数：0.870）、飞猪（综合指数：0.792）在受理、解决平台通报移交督办的投诉平台反馈率较高、回复时效性较及时，用户满意度较好，综合指数普遍在0.75以上，获“建议下单”购买评级。

而学慧网（综合指数：0.082）、尚德机构（综合指数：0.000）、走着瞧旅行（综合指数：0.000）、美团（综合指数：0.000）、饿了么（综合指数：0.000）、侠侣亲子游（综合指数：0.000）、58同城（综合指数：0.000）等电商平台在受理平台移交的用户投诉，平台反馈率、回复时效性、用户满意度相对低，购买指数低于0.4，获“不建议下单”购买评级。

(二) 典型案例

【生活服务电商】



据《2020年Q3全国生活服务电商投诉榜》(依据投诉量排行),排名前五的依次为:大塘小鱼、学慧网、飞猪、走着瞧旅行、美团。

【案例一】“58同城”发布信息被无故删除 冻结资金多次申诉无效

7月2日，“电诉宝”接到湖南省的蒋先生投诉称他在北京五八信息技术有限公司旗下“58同城”网上发布房源出租信息且一直正常发布。在58网上发信息需要支付100元每条的费用，信息删除会退回。2020年6月29日，蒋先生突然同时收到短信提示信息被系统删除，100元每条的费用全部暂时冻结，申诉无效，58同城网不能提供任何证据直接证明违规，单方面冻结发布信息所收取的费用。

【案例二】“智行火车票”因疫情机票订单取消 退款疑藏“猫腻”陷无限等待

2020年9月13日，电诉宝接到山东省的谭女士投诉称于5月2日在上海蒜芽信息科技有限公司旗下“智行”下单由曼谷飞济南的机票但因疫情原因取消。联系智行火车票先是被告知一个月退款，后又改口国际航班三个月退款，可至今也没有退款。询问客服多次被告知耐心等待，但狮子航空的人员告知没有收到退款申请，需要RAA号，联系智行却得到错误的号码。智行说与狮子航空协商，但是直到现在也没有答复只是让等待。

【在线旅游】

电诉宝 全新升级 运行10年，对接近千家电商 1万+媒体采用，影响1亿+用户

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 **在线旅游** 在线教育 在线餐饮 交通出行 在线票务

时间： 2020年 第三季度

1 飞猪	2 走着瞧旅行	3 去哪儿	4 侠侣亲子游
5 同程旅行	6 小猪短租	7 携程	8 123微旅行
9 马蜂窝	10 艺龙	11 青芒果旅行网	

(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。

据《2020年Q3全国在线旅游投诉榜》（依据投诉量排行），依次为飞猪、走着瞧旅行、去哪儿、侠侣亲子游、同程旅行、小猪短租、携程、123微旅行、马蜂窝、艺龙旅行网、青芒果旅行网。

【案例一】“去哪儿”100%保障出票遇延迟 售后客服无法处理

7月1日，“电诉宝”接到浙江省的姚先生投诉称他于6月28日晚上18:00在咸阳机场现场，通过北京趣拿信息技术有限公司旗下去哪儿预定了20:10航班，页面显示100%保障出票。但是页面显示一直不能出票，在等待一两个小时中，我一直和客户保持电话、文字沟通，对方一直保证一定能出票。姚先生曾提出退票单但对方声称已经在出票中了，不能退已经临近起飞，到了去哪儿承诺的出票截止时间，客服声称转另外一个部门处理，过了十几分钟另外一个部门电话打过来，很抱歉解决不了，只能下一趟了。对比，“去哪儿”发来反馈称关于消费者反馈出票问题，已协助安排另考虑消费者体验申请补偿，已打款，消费者认可，协商成功。

【案例二】“联联周边游”处理效率遭吐槽 重新购买产生差价售后难

8月5日，“电诉宝”接到四川省的寇女士投诉称她于7月17日购买京联永欣科技（成都）有限公司第三分公司旗下“联联平台”天堂岛夜场票，因不知道小孩要票，所以请求退票，联系客服被告知会反馈问题，且工作时间3-5个工作日解决。由于怕不能处理，在当天都及时告诉客服不退票会正常使用。客服的回答还是会进行反馈，当咨询是否可以到商家使用被客服告知没有接到电话就可以使用。但当使用时显示二维码为空白信息，只能现场重新购买正价票。这个差价的赔偿，是由于客服相互沟通以及联联内部的效率问题所导致的，但联联根本没有售后部门来处理，电话打不通，客服永远会发会反馈。对此，“联联周边游”反馈称客户反馈在联联周边游购买的产品单号：已经受理退款。

【案例三】“飞猪”下单成功却成测试单 酒店难入驻售后态度引不满

广东省的王女士于9月3日在阿里巴巴（中国）网络技术有限公司旗下“飞猪”平台上下单，于9月4日12:45到酒店办理入住，前台表示没查到该订单。联系飞猪客服被告知是所下订单为测试单，也与酒店确认过。王女士表示一直在前台等候过程中酒店这边并未收到任何飞猪的来电。被告知无法安排原单入住只能前台现付，多付一间房费才能入住。接着12:02在线联系飞猪客服再次被告知是测试单。王女士表示这个订单是要正常入住的但平台回复一样。投诉飞猪商家客服以及飞猪淘1站专营店，处理问题态度恶劣。且飞猪客服与飞猪合作商在未与酒店未与客人核实的情况下，直接就说这是测试单，态度恶劣，之后便不再受理。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，“飞猪”发来反馈称：经过综合判断为测试单，无法支持到相关赔付。

【在线外卖】

【案例一】“美团”购买消费券“不翼而飞” 未消费却遭莫名扣款

四川省的黄女士于2020年8月1日在北京三快在线科技有限公司旗下“美团”团购两张“说道麻辣串串”的消费券，因当日其他原因没用成，第二天准备退款时却找不到待消费的记录。黄女士表示全部订单，待评价，待使用，待支付都找不到，只有微信扣款的明细，且未收到微信任何的原路进退款通知，黄女士认为她没有到店消费，但是订单却找不见了。

【案例二】“饿了么”商家被诉食品存安全隐患 售后处理引不满

浙江省的罗女士于8月6日在上海拉扎斯信息科技有限公司旗下“饿了么”平台的浙江省丽水市莲都区-农家小厨 龙庆风味这家店下单了一份米饭一份烤鱼，由骑手配送，打开食用时发现一只蟑螂腿，与卖家电话及微信沟通无效，因卖家坚持认为自己家食材干净卫生没有问题，只愿意退还本单金额，后通过饿了么APP理赔只获得64元，对此，罗女士表示不满。

【在线教育】

电诉宝 全新升级 运行10年，对接近千家电商 1万+媒体采用，影响1亿+用户

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 在线旅游 **在线教育** 在线餐饮 交通出行 在线票务

时间： 2020年 第三季度

1 大塘小鱼	2 学慧网	3 尚德机构	4 深海教育
5 腾讯课堂	6 环球网校	7 51Talk	8 赛优教育
9 嗨学网	10 一只船教育	11 有道精品课	12 掌门1对1
13 叮当学堂	14 师德教育	15 河小象	16 电子商务行业专业技...
17 DaDa英语	18 大暑电商学院	19 对啊	20 麦淘亲子
21 前锦将来教育			

(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。

据《2020年Q3全国在线教育投诉榜》（依据投诉量排行），依次为大塘小鱼、学慧网、尚德机构、深海教育、腾讯课堂、环球网校、51Talk、赛优教育、嗨学网、一只船教育、有道精品课、掌门1对1、叮当血糖、师德教育、河小象、电子商务行业专业技能水平培训测评网、DaDa英语、大暑电商学院、对啊网、麦淘亲子、前锦将来教育。

【案例一】“嗨学网”促销报考“无资格”考试 售后退款遭客服拒绝

7月2日，“电诉宝”接到湖北省的杨先生于2020年6月18日在北京嗨学网教育科技有限公司旗下“嗨学网”销售违规促销行为下报名23802元的高端班，通过咖啡易融贷款21421元的分期总额，后发现并无报考资格且对方存在违规促销、承诺推荐挂靠、提供内部密卷、包过等违规行为，协商退款事宜，对方不予接受。同时发现所谓通过咖啡易融进行的分期存在本人事先并不知情的四方协议。

【案例二】“一只船教育”被指虚假宣传 消防工程师挂靠存风险售后态度差引不满

9月15日，“电诉宝”接到上海市的陈先生投诉称他在销售的鼓动下加入“一只船教育”消防工程师，加入后发现所谓的宣传均为虚假宣传，与实际不符，且误差很大。所谓的高通过率，承诺挂靠毫无风险，实际挂靠风险极大。当投诉商家后，接到电话沟通中出现质问、反问、讥讽、嘲笑用户。且服务态度相当恶劣。全程沟通都是用户声音压制用户，反复询问用户为什么投诉，最后客服主动挂断电话，电话中承诺非消防专业也可以考证。

【案例三】“掌门1对1”课程安排引不满 售后退费遇双双推诿

湖北省的胡女士于2020年8月6日在习惯熊APP购买了上海掌小门教育科技有限公司旗下“掌门教育”推出的小狸ai课数学和语文，下单时详情页面显示购课激活次周周一开课，正常应该10日星期一开课，但到期时只有语文开课了，数学没有开课，且数学课表十周以后的排课全部都是空白，没有课程安排，询问客服也不做正面回应。习惯熊推广页面写的是限量发售，因此胡女士和许多孩子家长要求退课，但是小狸方老师答复需到购买的地方退款，联系习惯熊平台，平台告知是官方不退，就这样两方相互踢皮球，推卸责任，都不受理退课。同时，胡女士表示她和要求退课的家长均被直接T出了群，不予理睬。

五、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。



在线投诉	进度查询	平台登录	
真实姓名*	姓名 <input type="text"/>	年龄* <input type="text"/>	性别* <input type="text"/>
所在地*	<input type="text"/>	邮箱* <input type="text" value="example@qq.com"/>	投诉对象* <input type="text" value="电商平台如淘宝、京东、苏宁"/>
网址	店铺或商品网址 <input type="text"/>	订单号* <input type="text" value="输入订单号"/>	涉及金额 <input type="text"/>
举报投诉*	<input type="text"/>	投诉 <input type="text"/>	问题类型* <input type="text"/>
投诉标题*	<input type="text" value="请输入标题 如：XXX平台 投诉问题"/>		
投诉内容*	<input type="text" value="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）"/>		
上传凭证	<input type="text" value="浏览... 未选择文件。 针对上传图片的备注说明"/>		
	<input type="text" value="浏览... 未选择文件。 针对上传图片的备注说明"/>		
更多↓			
<small>*备注：上传凭证可为订单截图、实物照片、商品网页截图等。5张图片总大小不超过10MB。 *郑重提示： 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、请不要重复递交投诉，待平台回复沟通后，欢迎各位用户进行评价。 3、恶意投诉是诋毁、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，投诉人或将承担法律责任。</small>			
手机号*	<input type="text" value="输入手机号"/>	<input type="button" value="获取手机验证码"/>	验证码* <input type="text" value="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，商家以设置价格错位为由私自取消订单。

[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Q3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24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)

