

# 2020年 汽车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

发布时间：2021年3月12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、整体数据</b>	<b>4</b>
(一) 榜单数据	4
(二) 投诉问题类型分布	5
(三) 投诉用户性别、金额分布	6
(四) 投诉地区分布	8
<b>三、平台数据与案例</b>	<b>8</b>
(一) “优信”	8
(二) “大搜车”	12
(三) “弹个车”	16
(四) “瓜子二手车”	20
(五) “车置宝”	23
(六) “途虎养车”	24
<b>四、关于我们</b>	<b>29</b>
(一) 关于电诉宝	29
(二) 关于网经社	32
(三) 2020-2021 年度网经社电子商务研究中心报告发布计划	34

## 一、报告摘要

2020年在疫情的影响下，汽车电商们的日子并不好过，优信、瓜子、车置宝等汽车电商纷纷宣布裁员或降薪，陷入经营问题风波。网经社电子商务研究中心网络零售部主任、高级分析师莫岱青表示，汽车电商此前处于野蛮生长，追求跑马圈地，在自身内功、产品上缺乏精耕细作。汽车电商对于车源的检测、把控以及一些售后服务方面存在问题。今年受疫情影响，二手车电商们更是面临多重难题，不仅需要在内部进行调整，开源节流，并且面对客户们的投诉也是应接不暇。**网络欺诈、商品质量、订单问题、发货问题、售后服务、退款问题、虚假促销**等是2020年度汽车电商的主要投诉问题类型。

马上又是一年一度的3·15“国际消费者权益日”，投诉问题源源不断的汽车电商行业是否会被央视3·15曝光呢，今年的3·15晚会谁又会是焦点呢？在此背景下，3月12日，依据国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”（[315.100EC.CN](http://315.100EC.CN)）2020年全年受理的全国580家互联网平台海量用户消费纠纷案例大数据，我国“一带一路”TOP10影响力社会智库网经社电子商务研究中心发布了《2020年度汽车电商消费投诉数据与典型案例报告》。

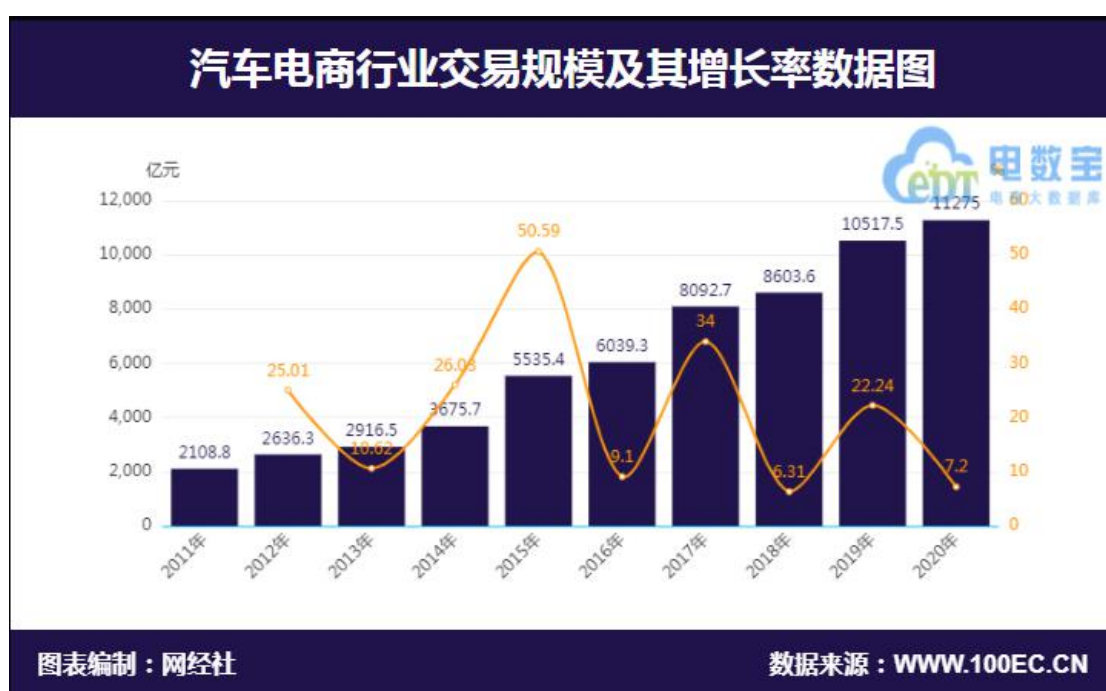
网经社将汽车电商定义为卖家与买家通过互联网的技术和手段，完成汽车售后各项服务的交易流程，提高汽车后服务的流通效率，降低流通成本，实现汽车后服务的在线化，便捷化和扁平化。主流模式包括：综合类、C2C类、C2B类、B2C类、B2B类、O2O类等。

目前汽车电商市场主要的玩家包括：综合类：拼多多、京东、天猫；C2C类：瓜子二手车、人人车、车猫、好车无忧；C2B类：车置宝、迈迈车、天天拍车、车享二手车、车开新二手车、车小胖；B2C类：优信、优车诚品、淘车、车王二手车、卖好车；B2B类：大搜车、开思、中驰车服、三头六臂、优信拍、好汽配。

## 二、整体数据

### （一）榜单数据

根据网经社“电数宝”（DATA.100EC.CN）电商大数据数据库显示，2011-2019年，我国汽车电商交易规模不断增长，2019年交易规模突破万亿大关，2020年汽车电商交易规模将达11275亿元。



在2020年“电诉宝”受理的投诉中，根据投诉量从高到低，被投诉的汽车电商平台排名依次为优信、大搜车、弹个车、瓜子二手车、车置宝、途虎养车、天天拍车。此前，人人车、车易贷等也涉及消费者投诉。

据“电数宝”数据显示，“途虎养车”获“建议下单”评级，“车置宝”、“优信”、“大搜车”、“弹个车”、“瓜子二手车”、“天天拍车”均获“不予评级”。可以看出，汽车电商平台在受理“电诉宝”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，需积极受理网络消费纠纷投诉平台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，赢得消费者的信赖。

## (二) 投诉问题类型分布

### 2020年汽车电商用户问题类型分布



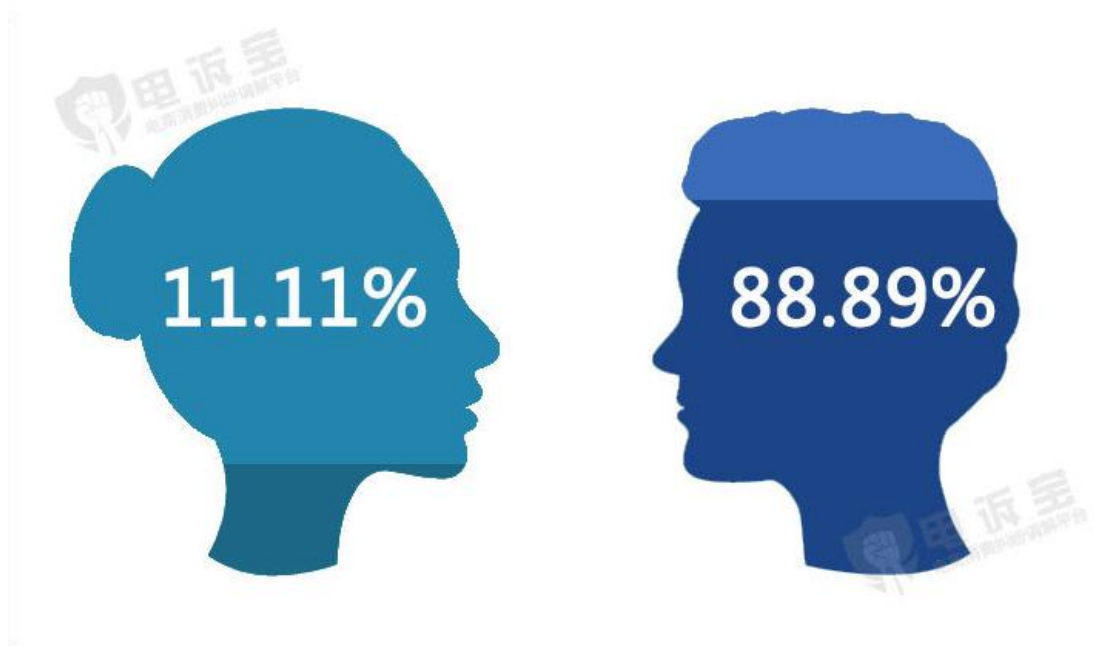
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

据“电诉宝”受理用户维权案例显示，网络欺诈、商品质量、订单问题、发货问题、售后服务、退款问题、虚假促销、霸王条款等是2020年全年汽车电商投诉的主要问题。

### (三) 投诉用户性别、金额分布

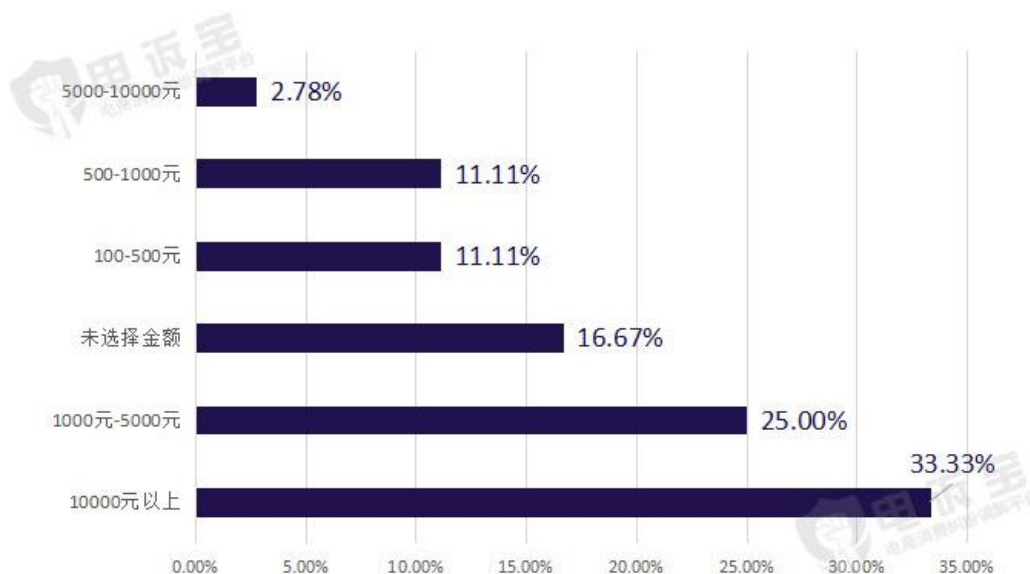
## 2020年汽车电商用户投诉性别分布



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年汽车电商用户投诉金额分布



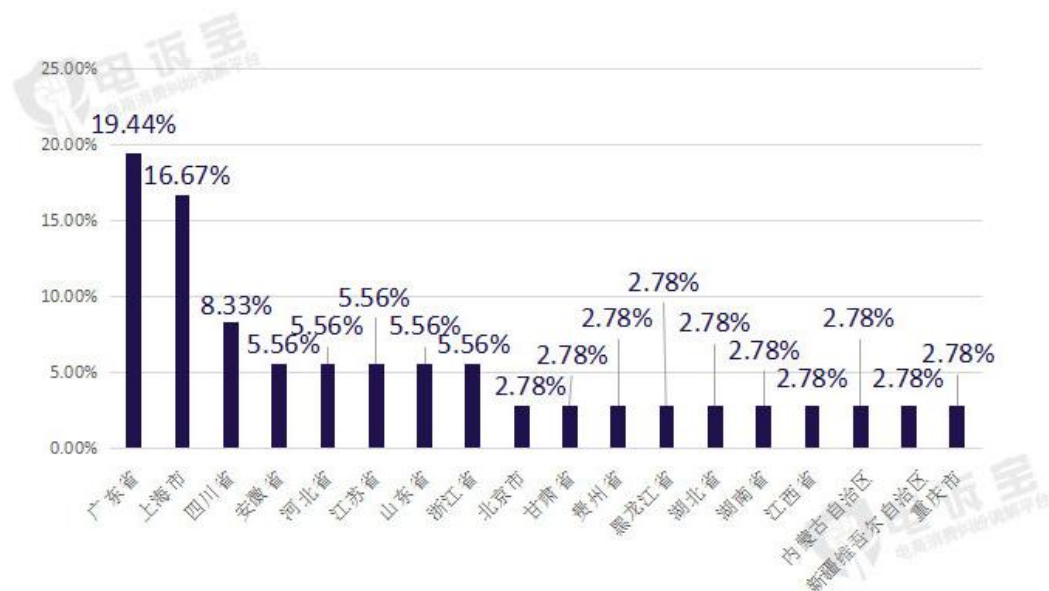
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

2020年全年投诉汽车电商平台的用户性别占比分别为男性（88.89%）、女性（11.11%）；投诉金额区间前三依次为10000元以上（33.33%）、1000-5000元（25.00%）、100-500元（11.11%）。

#### (四) 投诉地区分布

### 2020年汽车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年全年投诉汽车电商的用户集中地前三依次为广东省、上海市、四川省，占比分别为19.44%、16.67%、8.33%。

### 三、平台数据与案例

#### (一) “优信”

2020年全年投诉数据



### 优信电商消费2020年评级数据

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	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	1月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

图表编制：电数宝（电子商务消费纠纷调解平台）

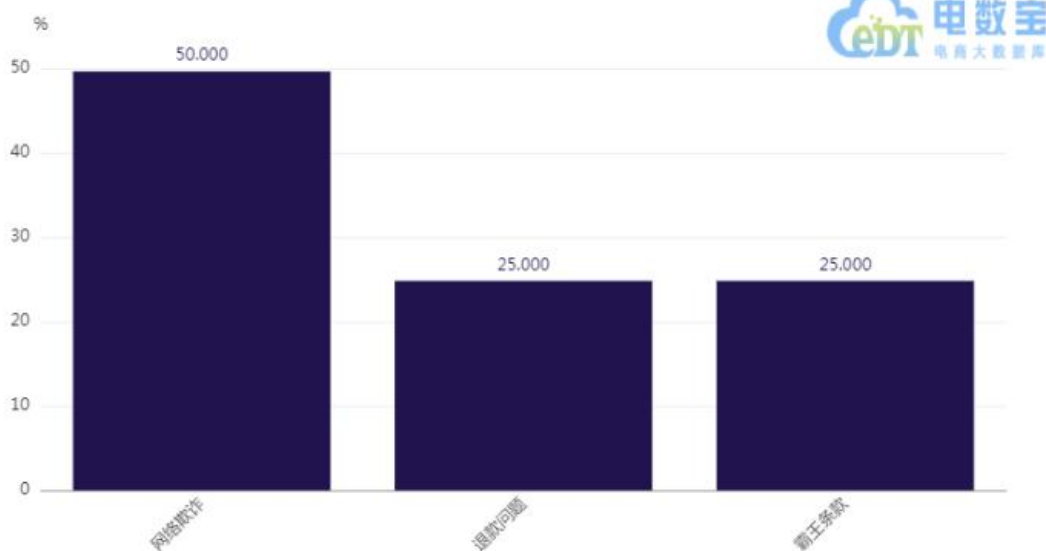
数据来源：WWW.100EC.CN

据“电数宝”显示，2020年优信拍（北京）信息科技有限公司旗下“优信”共获得6次消费评级，其中6次全获“不予评级”，2020年全年整体消费评级为“不予评级”。

#### 消费问题分布

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，“优信”存在网络欺诈、退款问题、霸王条款的问题。

### 优信2020年全年投诉问题类型占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

#### 投诉地区分布

据网经社“电数宝”电商大数据数据库显示，2020年度投诉“优信”的用户主要集中在地区依次为上海市、广东省、河北省、黑龙江省。



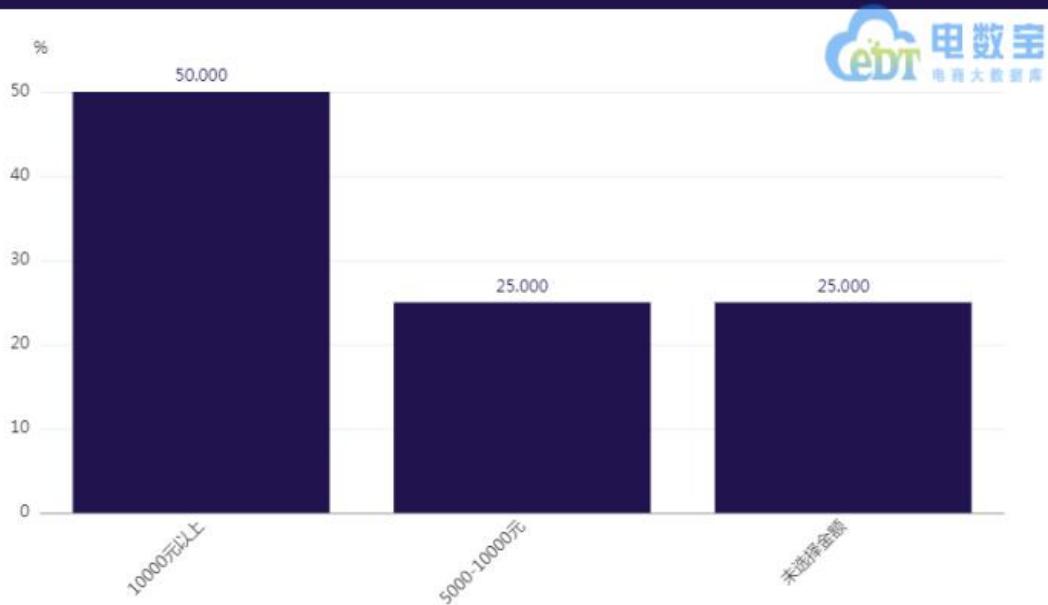
#### 投诉性别分布

据网经社“电数宝”电商大数据数据库显示，在投诉“优信”的用户中男生占比100%。

#### 投诉金额占比

据网经社“电数宝”电商大数据数据库显示，用户投诉“优信”的消费金额主要在10000元以上和1000-5000元区间，占比分别为50.000%、25.000%。

优信2020年全年投诉金额占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

### 典型案例披露

#### 【案例一】“优信”买车活动成变现 最后赠品现金两头空

2020年3月30日，“电诉宝”接到上海市的柯先生投诉称自己于2019年十月份左右在优信购买了一辆宝马三系车，当时销售说当天打钱享受1500百元油卡活动，后续一直打电话等待返油卡，后面告知要变成返现，后续说到三月底左右打到卡上。今天打电话说要一直等，没办法，然后我说那我就没其他办法了么，十月份到现在，怎么打款也打了。柯先生认是敷衍而且销售更是不回微信。

#### 【案例二】“优信”合同因疫情解除 首付一直未退回用户

广东省的卓先生向“电诉宝”投诉称自己于2020年1月20日在优信二手车平台上购买一部福特蒙迪欧致胜二手轿车，成交价4.56万元，订单号J12\*\*\*\*\*33，交车地点武汉市区（本人家乡湖北孝感，现住东莞寮步镇）。新冠疫情爆发后，经双方协商一致，合同因不可抗力在2月初解除，优信二手车平台公司同意且应当退还本人已付首款，但该公司就是不退，且本人与该公司东莞销售员，公司总部客服工作人员多次沟通交涉，款项就是不退，直至今日，离合同解除已过一个多月，9120元款项仍然未退还给本人。故本人不得不投诉该公司，

要求其退还本人已支付的购车首款 9120 元并道歉。

## （二）“大搜车”

### 2020 年全年投诉数据

大搜车电商消费2020年评级数据						
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	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	6月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

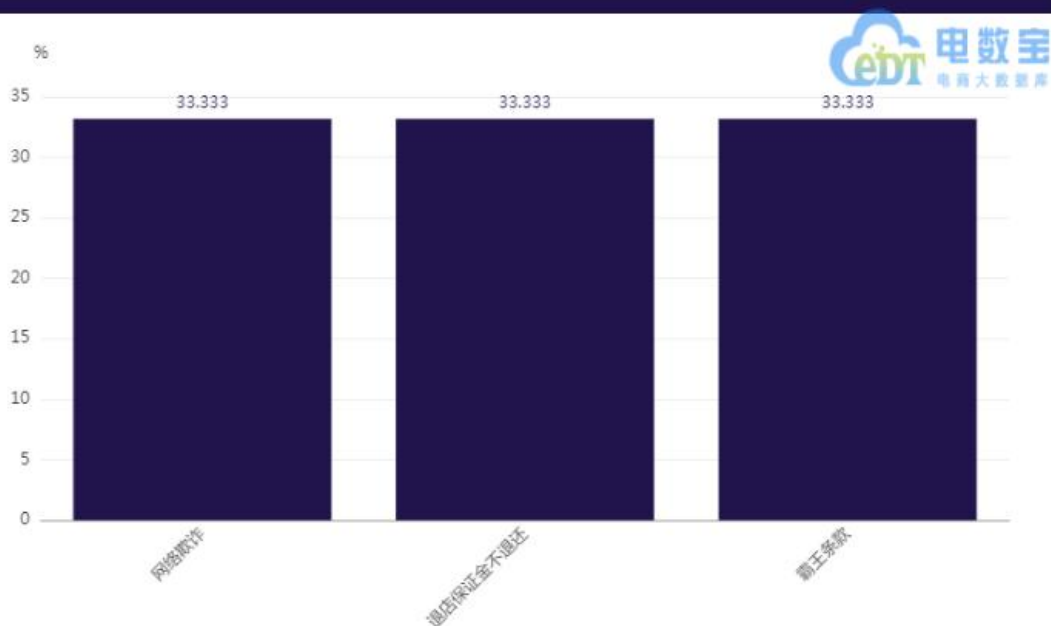
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）  
 数据来源：WWW.100EC.CN

据“电数宝”显示，2020 年浙江大搜车融资租赁有限公司旗下“大搜车”共获得 7 次消费评级，其中 7 次全获“不予评级”，2020 年全年整体消费评级为“不予评级”。

### 消费问题分布

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，“大搜车”存在网络欺诈、霸王条款、退店保证金不退还。

## 大搜车2020年全年投诉问题类型占比图



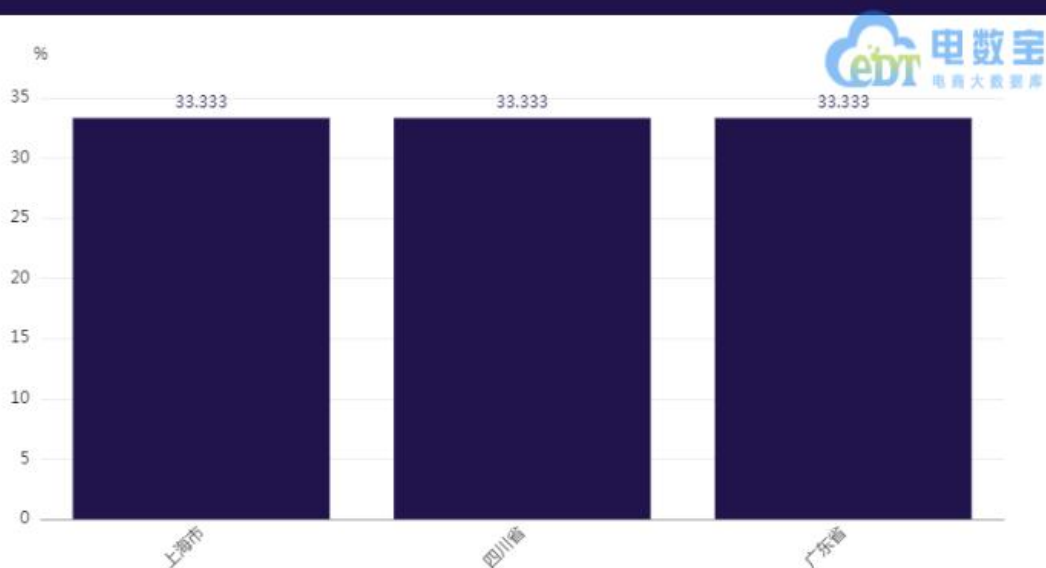
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

### 投诉地区分布

据网经社“电数宝”电商大数据显示，2020年度投诉“大搜车”的用户都来自上海市、四川省、广东省。

### 大搜车2020年全年投诉者地区占比图



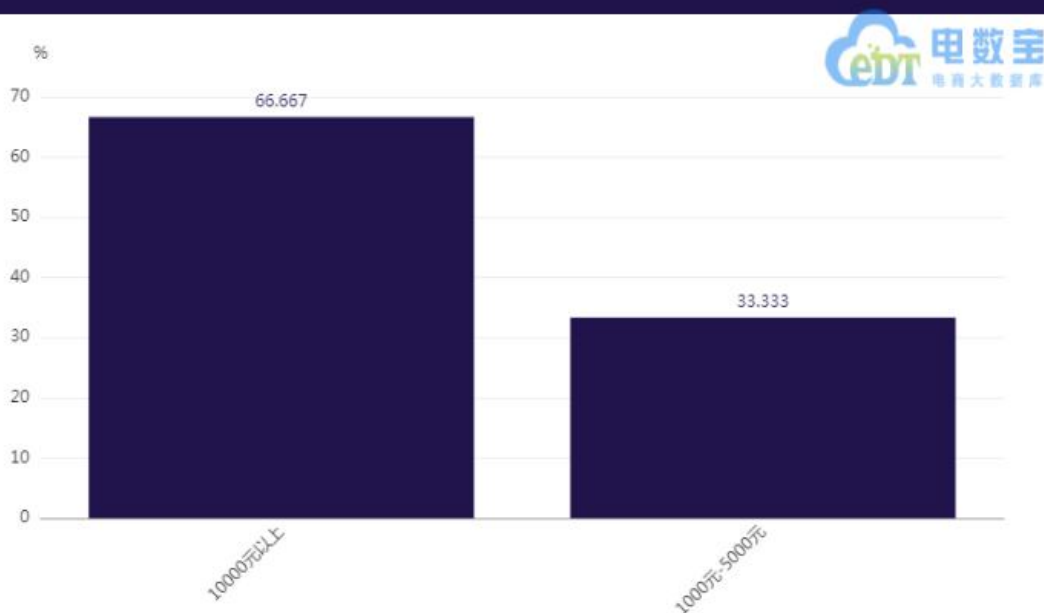
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

#### 投诉性别与金额分布

在投诉“大搜车”的用户中全部为男性。据网经社“电数宝”电商大数据显示，用户投诉“大搜车”的消费金额主要在10000元以上、1000-5000元，占比分别为66.667%、33.333%。

## 大搜车2020年全年投诉金额占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

### 典型案例披露

#### 【案例一】“大搜车”承诺客户办理会员 客户已注销会员平台还宣称已充值

上海市的韦先生向“电诉宝”投诉称自己于2020年向上海双柏路933号大搜车租车，工作人员让我交了半年4200元货拉拉会员费，当时说好干几个月，不想干了其他的钱可以退，我交了之后一直没给我充值，我就想退款，自己去交，现在我不想干了，各种理由不退钱，我违约金也交了，去了好几次说是给我充值上了，我货拉拉帐号都注销了，怎么给我充值，我给货拉拉客服打了电话，人家说没有充值，明明就是在欺骗消费者，说一套做一套，强制性的行为，不干也得让你干，一直拖着。

#### 【案例二】“大搜车”擅自收走客户分期车导致涉水拒绝解决

2020年6月22日，“电诉宝”接到广东省的刘先生投诉称自己于2018年4月在浙江大搜车，弹个车天猫店购买了一台宝马X1 2018款，2020年5月21号晚浙江大搜车在没有告知我的情况下把车收走了。后才给我发信息因为到了年度选新方案，我没有及时选择。车收走后涉水了也没告知我，等我把所有的方案手续办完了，要去拿车。才告知我车子涉水了。导致我接近一个没有车用，到目前也没有给一个合理的说法，恳请有关部门协助解决。

### (三) “弹个车”

2020 年全年投诉数据

弹个车电商消费2020年评级数据						
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	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	9月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	1月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

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



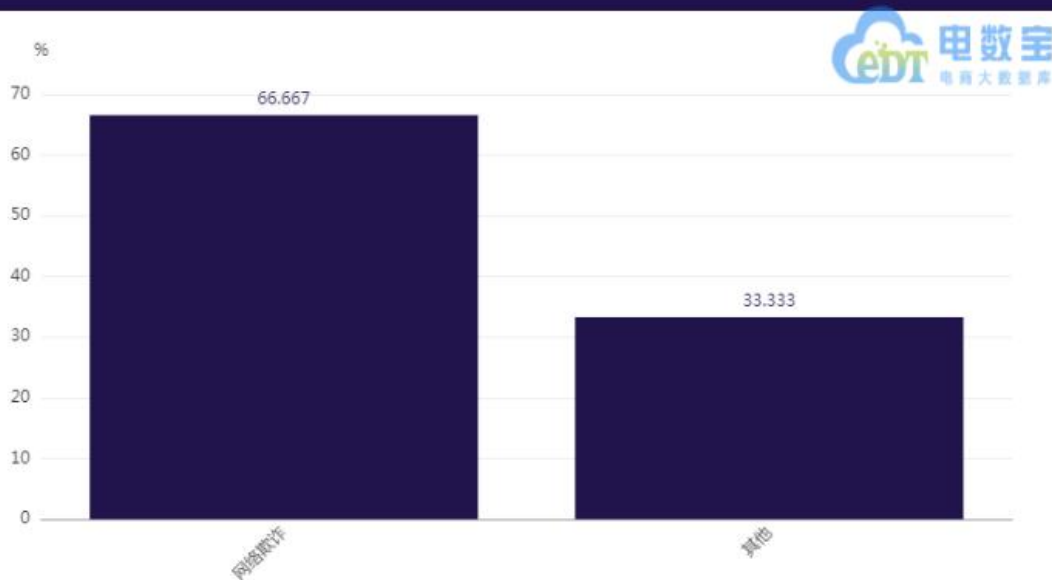
据“电数宝”显示，2020年北京搜车网科技有限公司旗下“弹个车”共获得8次消费评级，其中8次全获“不予评级”，2020年全年整体消费评级为“不予评级”。

消费问题分布



据网经社“电数宝”电商大数据库显示，“弹个车”存在网络欺诈的问题。

弹个车2020年全年投诉问题类型占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

### 投诉地区分布

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，2020年度投诉“弹个车”的用户主要集中在地区依次为四川省、湖南省、重庆市。

### 弹个车2020年全年投诉者地区占比图



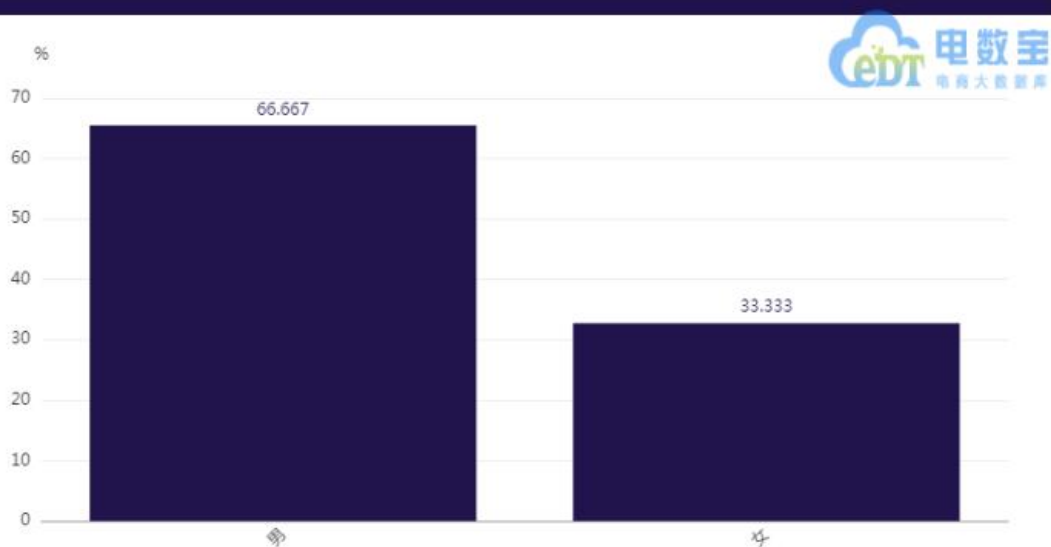
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

#### 投诉性别分布

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，在投诉“弹个车”的用户中男性占比66.667%，女性占比33.333%。

## 弹个车2020年全年投诉者性别占比图



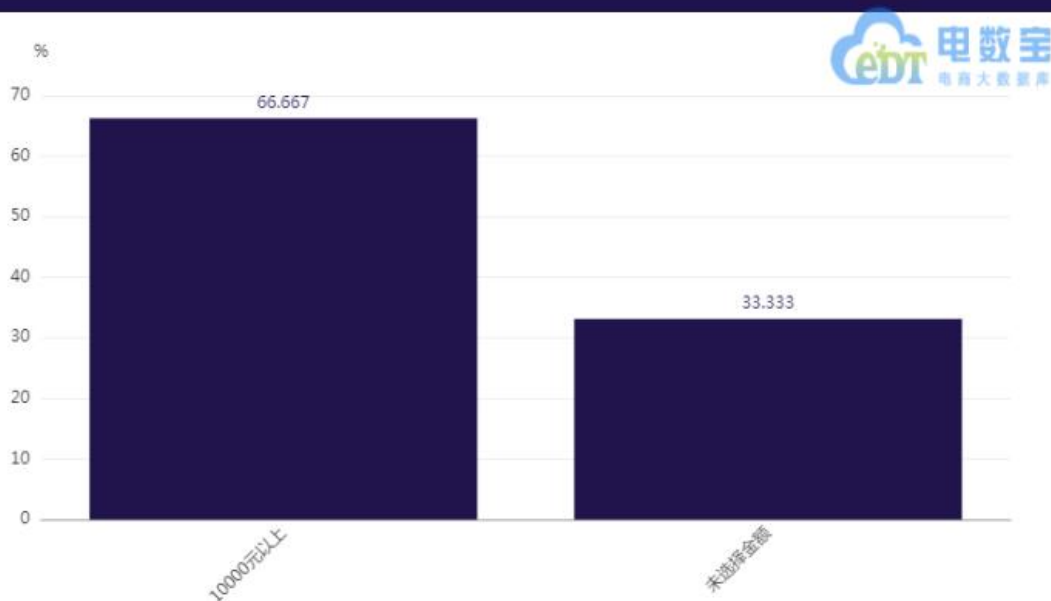
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

### 投诉金额占比

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，用户投诉“弹个车”的消费金额主要在10000元以上区间。

## 弹个车2020年全年投诉金额占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

### 典型案例披露

#### “弹个车”客户缴纳保证金 平台出尔反尔暂未退还

湖南省的谭先生向“电诉宝”投诉称本人在弹个车上购买的车，由于两次未来及时付月供，被大搜车两次拖车，并以拖车费的名义分两次支付 5000，3000，并支付了 3 万元保证金。当时他们承诺可直接抵月供，现在只剩下 3 万月供未付，正好保证金可全部抵消掉月供，可是他们却还要我每月支付月供，还要再付完 3 万才把把我的 3 万保证金退给我，明明全款都付清了，却还要我多付三万才退我的保证金。

### （四）“瓜子二手车”

#### 2020 年全年投诉数据

### 瓜子二手车电商消费2020年评级数据

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	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	8月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

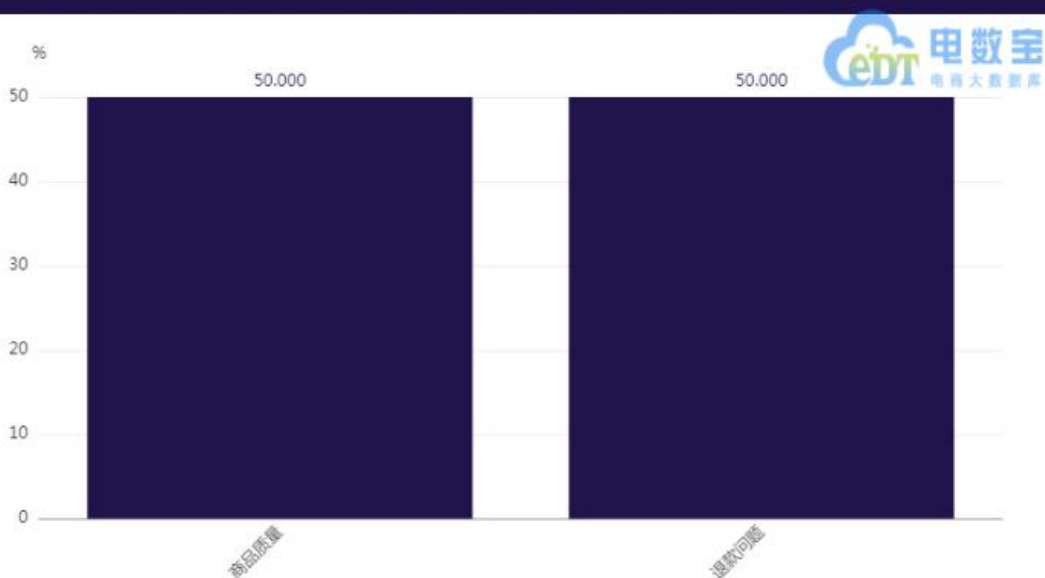
数据来源：WWW.100EC.CN

据“电数宝”显示，2020年车好多旧机动车经纪（北京）有限公司旗下“瓜子二手车”共获得7次消费评级，7次均获“不予评级”，2020年全年整体消费评级为“不予评级”，平台回复率为0。

#### 消费问题分布

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，“瓜子二手车”存在商品质量和退款问题。

### 瓜子二手车2020年全年投诉问题类型占比图

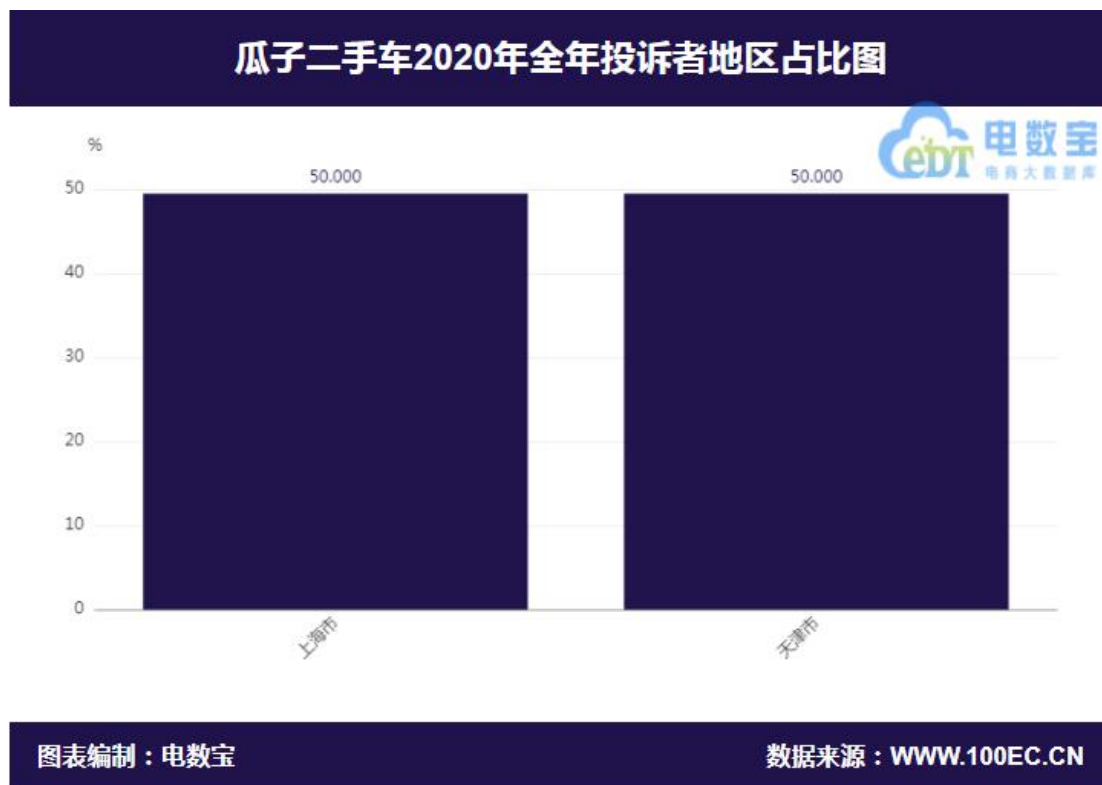


图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

#### 投诉地区分布

据网经社“电数宝”电商大数据显示，2020年度投诉“瓜子二手车”的用户主要集中在地区依次为上海市和天津市。



#### 典型案例披露

##### 【案例一】“瓜子二手车”承诺打款一拖再拖 客服失联客户无奈

北京市的柳先生向“电诉宝”投诉称自己于2020年12月16日在瓜子二手车平台卖一辆白色2017款凯迪拉克atsl，价格为169013，前期该公司付86%的车款，金额为151360，剩余17653元表示45个工作日后打款，地点在北京市朝阳区亮马桥平安国际金融中心。当时该公司承诺45天内保卖服务，如卖不出该公司自行过户到该公司名下打剩余款，但日子已经过去这么长时间，该公司于本月一号告诉我车管所因春节原因休息，一直没给剩余款，本人经与车管所确认，车管所表示无此事，并且该公司客服、工作人员都处于失联状态。

##### 【案例二】“瓜子二手车”订单取消扣押客户身份证和首付款

上海市的周先生向“电诉宝”投诉称自己于1月11日与瓜子签订合同购买一深灰克莱斯勒300c2014款，交付首付车款及其他费用72429元。2月14日寄身份证到瓜子配合过户，因瓜子汽车信息审核错误为国5排放标准，3月12日在过户中被核定为国4车型无法落户，

被销售人员告知退车全额退款。至今 3 月 24 日不予退款，不还身份证，并告知我无法保证何时能退款，身份证要退档使用但不知什么时候退档，期间多次联系客服销售不予解决没有回复，严重侵犯消费者权益，扣我首付款 7 万余元两个半月，身份证一个半月，不管不顾消费者，事实与合同行为不符欺诈消费者。

## （五）“车置宝”

### 2020 年全年投诉数据

车置宝电商消费历年评级数据						
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	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	1月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2019年	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2019年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2019年	11月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

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“电数宝”显示，2020 年江苏车置宝信息科技股份有限公司旗下“车置宝”共获得 8 次消费评级，其中 8 次全获“不予评级”，2020 年全年整体消费评级为“不予评级”。

### 消费问题分布

据网经社“电数宝”电商大数据显示，“车置宝”存在网络欺诈、订单问题和售后服务问题。

### 典型案例披露

#### “车置宝”商品一直显示发货状态 客户迟迟收不到物流信息引不满

广东省的吴女士向“电诉宝”投诉称自己于 2020 年 2 月 7 日到健康 724 平台购买了 2 副护目镜，当时产品页面承诺 3 天内必定顺丰发货，直至 2 月 13 日，距离我购买已经过了 6 天，还处于未发货状态。于是吴女士申请退款，但订单提示已进入发货状态，无法退款，

联系客服，多番推卸责任，说已向上反映，但又不给出处理时限。到2月14日，吴女士再次在申请退款，仍是提示货物处于发货状态，无法退款，要求客服既然发货就应给物流单号，客服答复说只是进入待发货流程，具体什么时候发货也无法给出答案。

## （六）“途虎养车”

### 2020 年全年投诉数据

途虎养车电商消费2020年评级数据						
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	全年	100.00%	1.000	7.400	0.952	建议下单
2020年	第四季度	100.00%	1.000	6.286	0.931	建议下单
2020年	12月	100.00%	1.000	8.000	0.960	建议下单
2020年	10月	100.00%	1.000	8.000	0.960	建议下单
2020年	第三季度	100.00%	1.000	10.000	1.000	建议下单
2020年	9月	100.00%	1.000	10.000	1.000	建议下单
2020年	8月	100.00%	1.000	10.000	1.000	建议下单
2020年	7月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2020年	上半年	100.00%	1.000	5.000	0.910	建议下单
2020年	第二季度	100.00%	1.000	6.000	0.930	建议下单
2020年	6月	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
2020年	5月	100.00%	1.000	10.000	1.000	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%	1.000	5.333	0.913	建议下单
2020年	3月	100.00%	1.000	4.000	0.890	建议下单
2020年	2月	100.00%	1.000	0.000	0.800	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



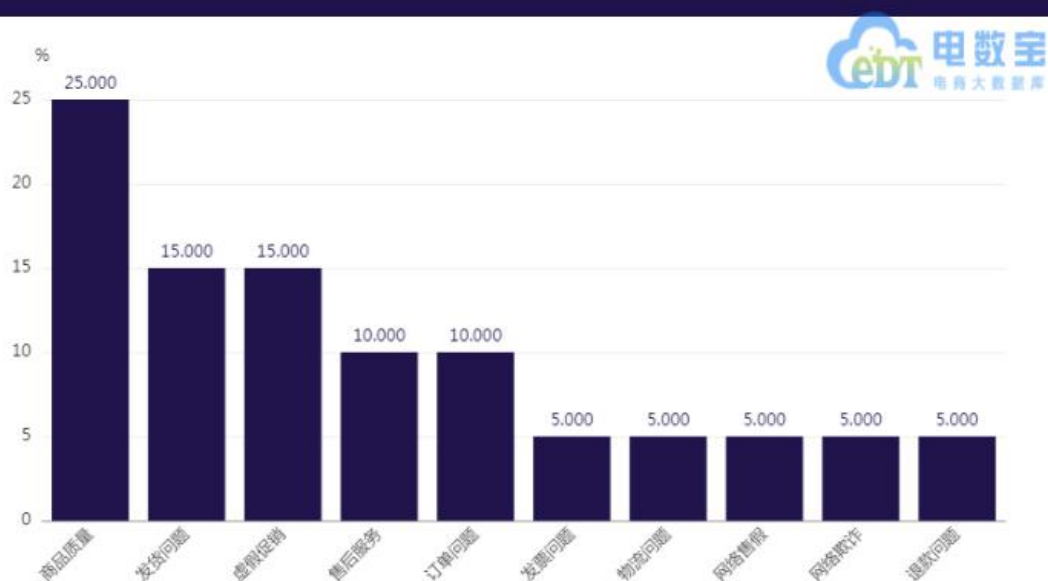


据“电数宝”显示，2020年上海途虎信息技术有限公司旗下“途虎养车”共获得16次消费评级，其中16次全获“建议下单”，2020年全年整体消费评级为“建议下单”。

### 消费问题分布

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，“途虎养车”存在商品质量、发货问题、虚假促销、售后服务、订单问题、发票问题、物流问题等。

### 途虎养车2020年全年投诉问题类型占比图



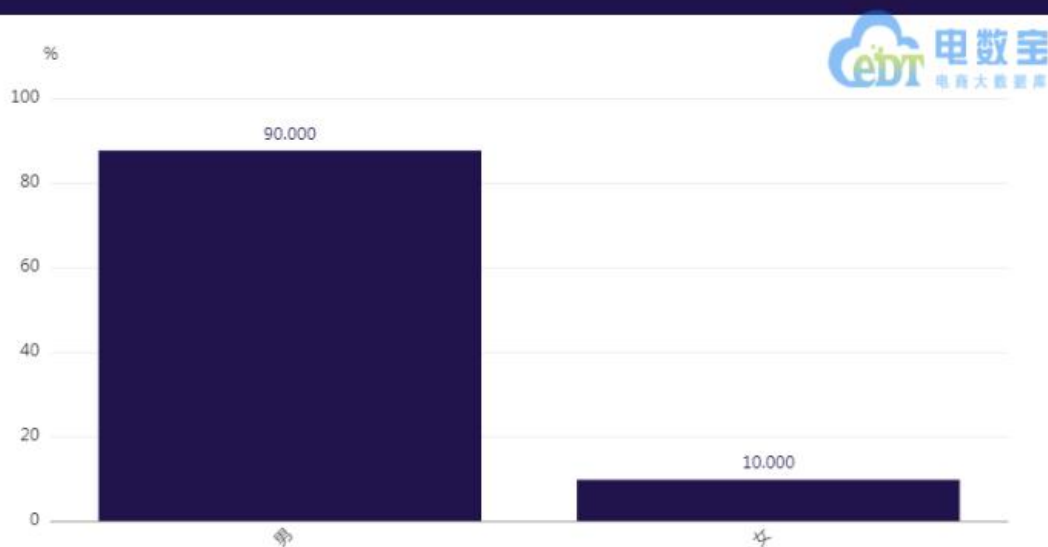
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

### 投诉性别分布

据网经社“电数宝”电商大数据显示，在投诉“途虎养车”的用户中男生占比90.000%，女生占比10.000%。

### 途虎养车2020年全年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

## 投诉地区分布

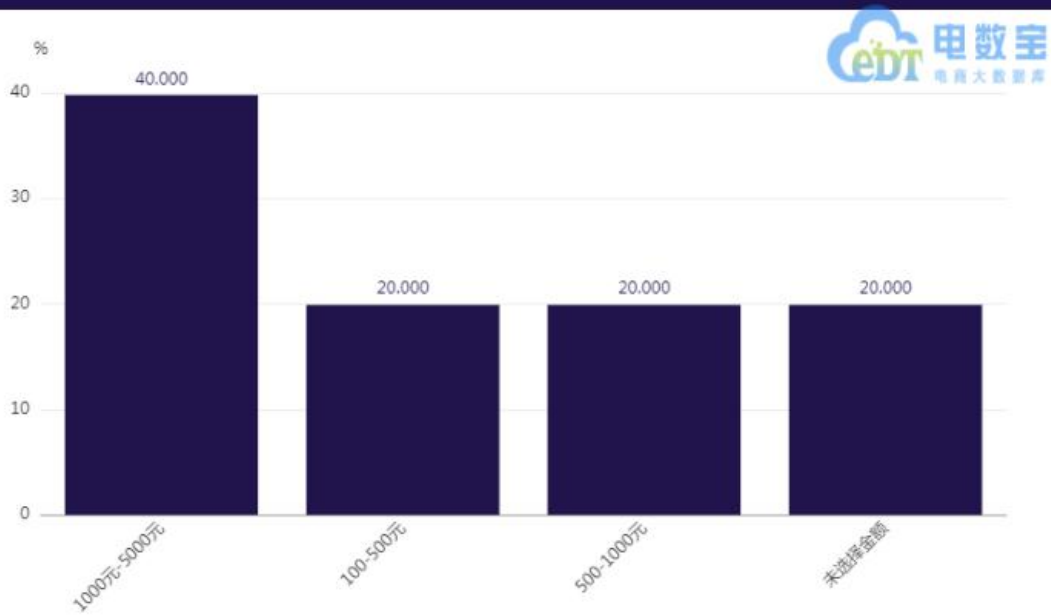
据网经社“电数宝”电商大数据库显示,在投诉“途虎养车”的用户所在地前十依次为广东省、安徽省、山东省、江苏省、浙江省、上海市、内蒙古自治区、北京市、四川省和新疆维吾尔自治区。



## 投诉金额分布

据网经社“电数宝”电商大数据库显示,用户投诉“途虎养车”的消费金额主要在1000-5000元、100-500元、500-1000元区间,占比分别为40.000%、20.000%、20.000%。

### 途虎养车2020年全年投诉金额占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

典型案例披露

**【案例一】“途虎养车”用户套餐被告知过期无法使用 答：已与客户达成一致**

广东省的梁先生向“电诉宝”投诉称自己在途虎养车平台于2020年9月23日购买了国庆出行套餐(粤虎卡)套餐卡,在2020年12月5日到中山市港口门店使用标准洗车等服务时,出示服务二维码给店铺前台扫码后,被告知不能使用,店铺前台员工联系了平台客服,客服说我的套餐已过期。但在我手机APP上明确显示使用有效期至2020年12月22日。对此,“途虎养车”向“电诉宝”反馈称:对于客户反馈的问题我司已积极与客户取得联系,经过协商已和客户达成一致,客户同意完结投诉,感谢贵平台的支持与关注。

**【案例二】“途虎养车”客户反复更换电瓶 答：已为客户换新电瓶解决**

2020年7月18日,浙江省的俞先生向“电诉宝”投诉称自己于2018年1月28号在途虎养车平台购买一个瓦尔塔汽车电瓶,用了一个月左右电瓶就出现问题,途虎平台来把电瓶收回去检测跟我说是好的,过了几天电瓶又来装回,我就去4S店检测汽车,4S店检测正常,过了一个月电瓶又出现问题,途虎平台一直说电瓶没问题,反复出现问题,然后途虎就用备用旧电瓶装在我车上让我使用,使用了快一年都没出现问题,现在旧电瓶使用寿命快到期了,开始我要求退货,平台一直不肯。对此,“途虎养车”向“电诉宝”反馈称:此单我司已经联系客户核实并解决,新电瓶已经为客户换回了,与客户方案达成一致,客户认可处理结果。感谢平台支持与关注。

## 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,专注于互联网的消费者权益维护,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”（网络消费纠纷调解平台；[315.100EC.CN](http://315.100EC.CN)）运行十余年，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，已连续十余年发布，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。



电诉宝  
315.100EC.CN  
电商维权直通车

- 投诉案例
- 曝光台
- 案例解读
- 法律求助
- 电商预警
- 微信投诉
- 自媒体爆料

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

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、...

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弊物流信息考核，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弊物流信息考核，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 www.100EC.cn(电商门户)、网经社电子商务研究中心(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) 2020-2021 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
《全球电子商务数据报告》	√			
《中国电子商务市场监测数据报告》	√	√		
《中国电商人才状况调查数据报告》	√			
《中国电商上市公司数据报告》	√			
《中国新三板挂牌电商公司数据报告》	√	√		

《中国泛电商“独角兽”数据报告》	√	√		
《中国泛电商“千里马”数据报告》	√	√		
《2020年中国电商APP月活数据报告》				√

### 【零售电商类】

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

### 【跨境电商类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《中国跨境电商市场监测数据报告》	√	√		
《中国出口跨境电商市场数据报告》	√			
《中国进口跨境电商市场数据报告》	√			
《中国跨境电商服务商市场数据报告》	√			
《中国跨境支付市场数据报告》	√			
《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
《中国生活服务电商市场监测数据报告》	√	√		
《中国在线旅游（OTA）市场数据报告》	√			

《中国在线旅游市场数据报告》	√			
《中国共享经济市场数据报告》	√			
《中国网约车市场数据报告》	√			
《中国共享充电宝市场数据报告》	√			
《中国共享汽车市场数据报告》	√			
《中国在线外卖市场数据报告》	√			
《中国互联网家装市场数据报告》	√			
《中国互联网医疗市场数据报告》	√			
《中国互联网大健康市场数据报告》				

**【产业电商类】**

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

**【投融资类】**

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

**【电商权益类】**

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《中国电子商务用户体验与投诉监测报告》	√	√	√	√

《中国女性网络消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《中国电子商务法律报告》	√			
《电商平台消费评级数据报告》	√			
《电商消费主题调查报告》	√			
《跨境电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《二手车电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《二手电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《生鲜电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《社交电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《在线旅游消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《在线外卖消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《在线旅游消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《电商物流消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《母婴电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《医药电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《导购类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 年度汽车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：2021年3月12日**

**官方公众号 ID :i100EC**

（近40万+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](http://DATA.100EC.CN) )

电诉宝 ( [315.100EC.CN](http://315.100EC.CN) )

(12年沉淀 10万+条数据 覆盖4000+平台)

(我要投诉)



网经社产品服务：<http://www.100ec.cn/Index/Wisproviders.html>

(扫码下载 PPT/EXCEL)

