

# 2020年“双11” 网购消费投诉与体验报告

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11月17日

报告编制：网经社电子商务研究中心



更多报告下载

## 目 录

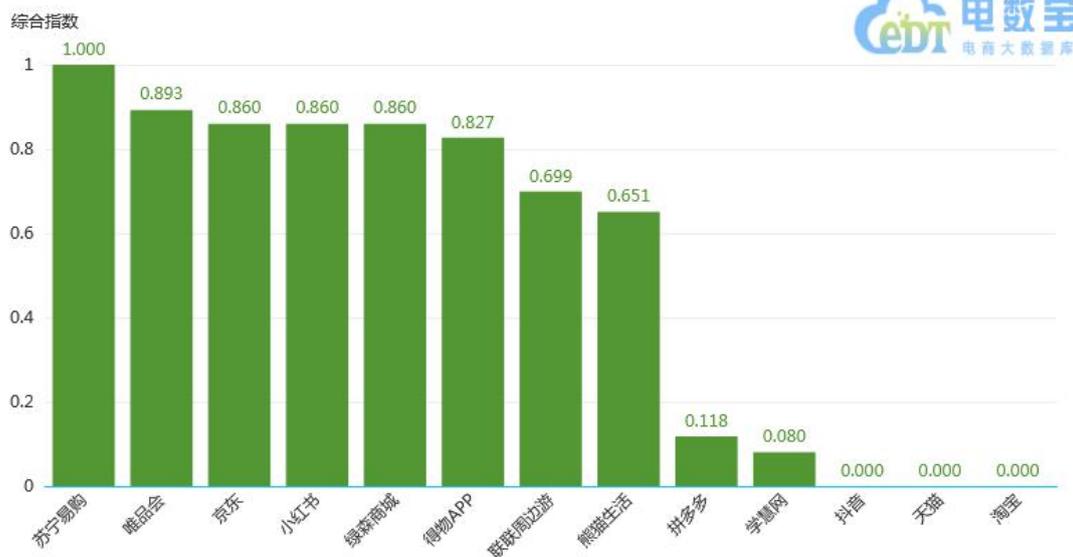
一、报告摘要.....	3
二、报告数据.....	6
(一) 投诉地区分布.....	6
(二) 投诉领域分布.....	6
(三) 投诉性别及金额分布.....	7
(四) 投诉问题类型分布.....	9
三、典型案例.....	9
(一) 案例一：“转转” .....	9
(二) 案例二：“斑马会员” .....	10
(三) 案例三：“当当” .....	10
(四) 案例四：“E宠商城” .....	10
(五) 案例五：“小米有品” .....	11
(六) 案例六：“熊猫生活” .....	11
(七) 案例七：“途家” .....	11
(八) 案例八：“飞猪” .....	12
(九) 案例九：“中华会计网校” .....	12
(十) 案例十：“环球网校” .....	12
四、关于我们.....	13
(一) 关于电诉宝.....	13
(二) 关于网经社.....	16
(三) 报告发布计划.....	18

## 一、报告摘要

11月17日，网经社电子商务研究中心发布《2020年“双11”网购消费投诉与体验报告》，报告涉及了综合零售电商（主要集中在二手电商、社交电商、进口跨境）、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年双11全国电子商务消费评级榜》，“双11”期间消费投诉数据及十大电商典型案例。

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）“双十一”期间（10月21日-11月15日）受理的全国112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年双11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1-6名的电商平台获得“建议下单”评级，依次为：苏宁易购（综合指数：1.000）、唯品会（综合指数：0.893）、京东（综合指数：0.860）、小红书（综合指数：0.860）、绿森商城（综合指数：0.860）、得物APP（综合指数：0.827）。

### 2020年双11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	苏宁易购	100.00%	1.000	10.000	1.000	建议下单
2	唯品会	100.00%	1.000	4.000	0.893	建议下单
3	京东	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
3	小红书	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
3	绿森商城	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
6	得物APP	83.33%	0.833	8.000	0.827	建议下单
7	联联周边游	80.00%	0.620	5.333	0.699	谨慎下单
8	熊猫生活	70.59%	0.682	4.000	0.651	谨慎下单
9	拼多多	8.79%	0.046	2.000	0.118	不建议下单
10	学慧网	10.00%	0.100	0.000	0.080	不建议下单
11	抖音	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
11	天猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
11	其他	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
11	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

备注：

1、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。

1.1、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。

1.2、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。

1.3、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。

2、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]。

3、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。

4、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 7-8 名的电商平台获得“谨慎下单”评级，联联周边游（综合指数：0.699）、熊猫生活（综合指数：0.651）；排在 9-13 名的电商平台获得“不建议下单”评级依次为：拼多多（综合指数：0.118）、抖音（综合指数：0.080）、天猫（综合指数：0.000）、淘宝（综合指数：0.000）。同时，报告公布了《2020 年“双 11”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。



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

- 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年 双11

1	拼多多	2	淘宝	3	绿森商城	4	京东
5	天猫	6	熊猫生活	7	联联周边游	8	学慧网
9	抖音	10	苏宁易购	11	小红书	12	唯品会
13	得物APP	14	飞猪	15	闲鱼	16	转转
17	丝芙兰	18	1688	19	旅划算	20	微拍堂
21	中华会计网校	22	海带宝	23	华为商城	24	尚德机构
25	交易猫	26	易果生鲜	27	店宝宝	28	微信商家
29	天猫国际	30	当当	31	有赞	32	每日优鲜
33	德国BA保镖商城	34	年丰大当家	35	走着瞧旅行	36	中行聪明购
37	一只船教育	38	饿了么	39	洋码头	40	帮考网
41	大塘小鱼	42	小米有品	43	工行融e购	44	玩物得志
45	特步	46	蛋壳公寓	47	百世	48	国美
49	欢太商城	50	斑马物联网	51	快手	52	红布林
53	达令家	54	网易严选	55	贝贝(贝店)	56	优购
57	同程旅行	58	海狐海淘	59	蘑菇街	60	去哪儿
61	Bonpont	62	转运四方	63	平安金管家	64	德国w家
65	易骑换电	66	支付宝	67	京东到家	68	soul
69	E宠商城	70	来分期	71	轻松筹	72	猎趣
73	邦购网	74	好药买	75	聚优品	76	新氧医美
77	好乐买	78	武汉聚狮在线科技教...	79	55海淘	80	淘大集
81	寺库	82	一号专车	83	澳洲制造	84	惠买
85	海菠萝转运	86	侠侣亲子游	87	速卖通	88	对啊
89	智行	90	鲁班到家	91	嗨学网	92	惠普官网
93	D2C	94	NIKE商城	95	冰冰购	96	nice
97	盒马鲜生	98	醒购	99	dd373	100	斑马会员

(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，“双11”期间全国网购投诉用户主要集中地排名前十的依次为广东省、浙江省、江苏省、山东省、湖北省、上海市、四川省、北京市、福建省、河北省。

### 2020年“双11”全国电子商务投诉地区分布TOP20



图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

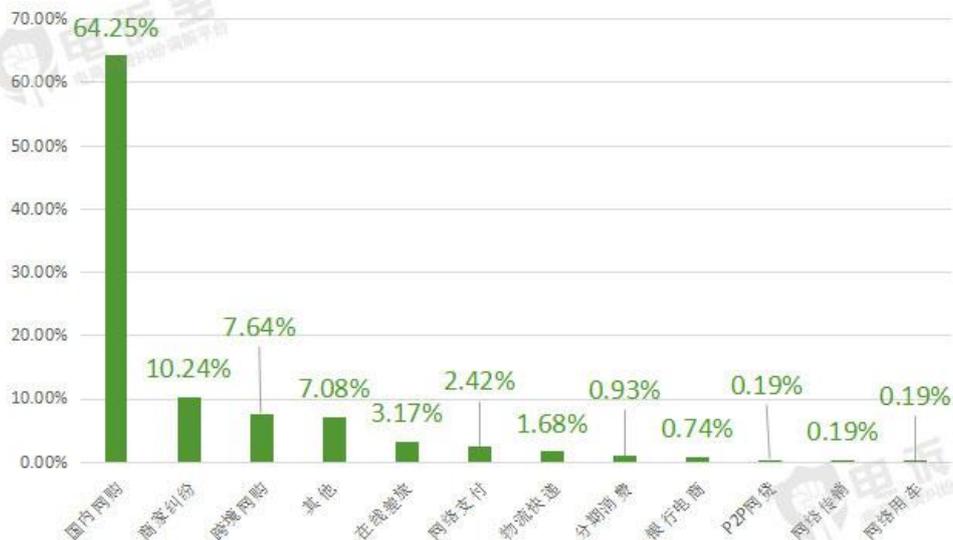
数据来源：WWW.100EC.CN

据天猫数据显示，截至11月11日23:59:59，中国各城市购买金额榜单前10名，分别是上海、北京、杭州、深圳、广州、成都、重庆、苏州、南京、武汉。此外，投诉较多的多为北上广与新一线城市，从而看出投诉占比与该地区的网购消费力和用户维权意识相对较高有直接联系。

### (二) 投诉领域分布

据“电诉宝”显示，“双11”期间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、网络支付、物流快递、分期消费、银行电商、P2P网贷、网络传销、网络用车。

## 2020年“双11”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

据“电诉宝”统计数据显示：

- (1) 国内网购：占“双11”投诉总量的64.25%；
- (2) 商家投诉：与平台纠纷其次，占比为10.24%；
- (3) 跨境网购：占比为7.64%，是投诉领域居第三热门。

从投诉占比看，国内网购平台占比超总量的一半，表明“双十一”依旧是国内促销的主流节日，消费参与热度较高，同时问题也是较多的。

### （三）投诉性别及金额分布

据“电诉宝”显示，“双11”期间全国网购男性占比为50.65%，女性占比为49.35%。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25.51%、24.21%、16.01%。

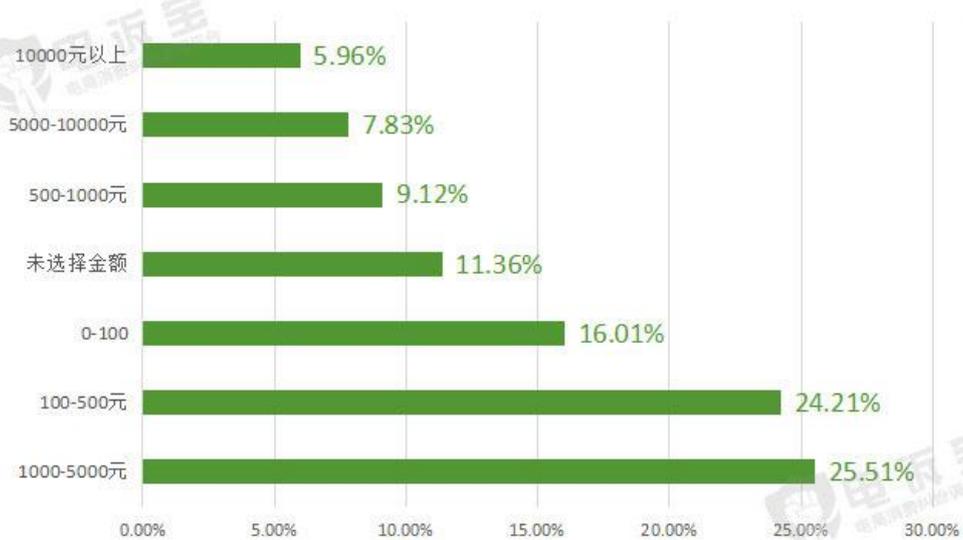
## 2020年“双11”全国电子商务投诉用户性别分布



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“双11”全国电子商务投诉金额分布



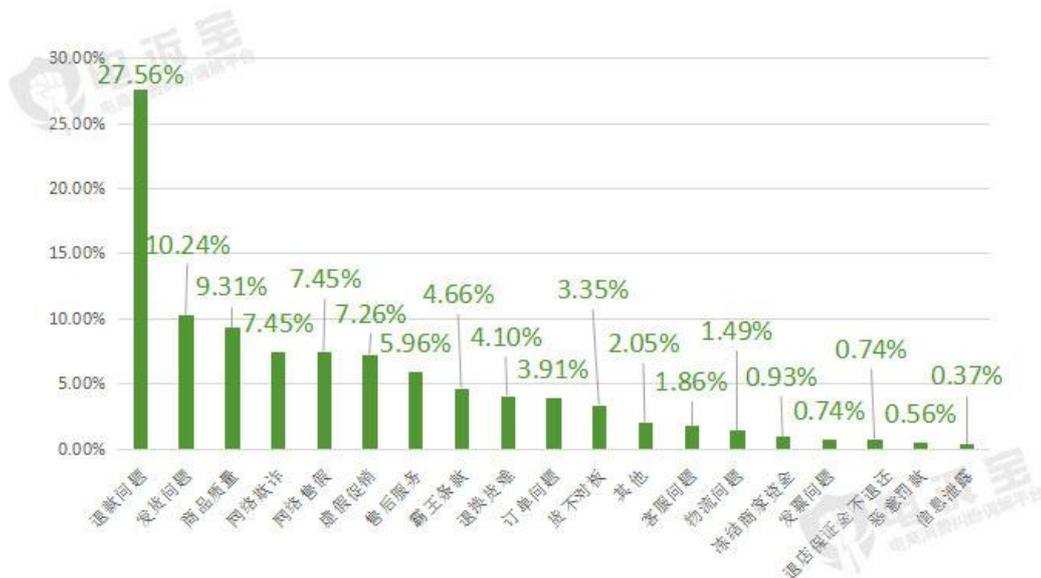
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

#### （四）投诉问题类型分布

“双11”期间，全国网购用户投诉问题类型排名前十的依次为：退款问题、发货问题、商品质量、网络欺诈、网络售假、虚假促销、售后服务、霸王条款、退换货难。

### 2020年“双11”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

退款问题、发货问题、商品质量再次成为双十一期间的前三热点投诉，网络购物本应该提倡理性消费，但各种问题很难从根源上杜绝。在今年年底的网购狂欢中，存在大促商品降价差价难补、预售商品难发货、商品漏发少件、退换货难、承诺不兑现、退款遇阻等问题。

### 三、典型案例

#### （一）案例一：“转转”双11下单手机退货难 售后客服承诺未兑现引不满

福建省的潘先生于2020年11月3日购买之前与“转转平台人工客服”确认，可以用11月10日购买的手机退11月3日购买的订单。11月3日在北京转转精神科技有限责任公司旗下转转购买的手机于11月5日签收，11月10日潘先生使用平台优惠券再次购买了相同的手机用以退11月3日的订单。在11月11日对11月3日购买的订单申请“七天无理由退货”。经与转转平台多次沟通，转转平台售后专员以“转转平台人工客服回复不当”为由，

并要求本人以售后处理为准，无法按照售前约定给予退货，不履行售前承诺。11月12日，售后回电答复：11月3日购买的订单，于今日超过七天，不能再申请七天无理由退货。（10日申请的时候，还没有到达7天，等待售后处理耽误了时间）转转平台不履行承诺，售前与售后答复互相违背。

投诉源链接：[http://www.100ec.cn/Index/complain\\_detail.html?id=78610](http://www.100ec.cn/Index/complain_detail.html?id=78610)

### （二）案例二：“斑马会员”双11活动商品漏发 售后遇商家平台互相推诿

湖南省的彭女士于2020年11月03日在杭州迅兰电子商务有限公司旗下“斑马会员”平台购买小小雨伞乳铁蛋白，活动是两罐送20包小样，加上加购的40包，一共应有60包，可是由于商家漏发，于11月6日与商家协商，根据要求发送图片核对后，商家和平台一直互相推诿，每天在重复审核，告知会准备补货到第二天继续重复审核一系列，至今已有五天，但是就是不补货。

投诉源链接：[http://www.100ec.cn/Index/complain\\_detail.html?id=78624](http://www.100ec.cn/Index/complain_detail.html?id=78624)

### （三）案例三：“当当”双11期间购书三册预售款久未发货 取消订单运费被扣引不满

湖南省的万先生于2020年11月5日通过微信小程序在北京当当网信息技术有限公司旗下“当当”商城购书三册，共计69.2元，达到包邮金额，按平台规则不支付运费。其中两册为现货发出，并在此后确认收货，其中一册为预售，在购买后多天未发货，万先生于11月7日晚23点取消订单，在取消订单过程中未收到任何关于本订单经取消后会扣除运费不予返还的通知，取消订单之后查收退款时发现平台未告知地单方面扣除运费。对此，“当当”反馈称：已联系消费者协商处理，已与其协商，基于体验，特殊赠送6元当当账号余额，预计2个工作日到账，顾客同意。

投诉源链接：[http://www.100ec.cn/Index/complain\\_detail.html?id=78501](http://www.100ec.cn/Index/complain_detail.html?id=78501)

### （四）案例四：“E宠商城”商品到货少件 因双11活动未补货售后难

广东省的罗女士在“E宠商城”购买2包蜜特思膨润土猫砂，每包10kg，一共20kg。到货后发现商家漏发一包，但单子还是打的2kg，实际只收到一包。罗女士表示想申请售后，可每次点售后漏发，就被提示订单已查询不到，没有客服。罗女士表示道想联系平台立刻处

理，但因平台做双十一活动，顾客买了漏发却又不给申请售后。

投诉源链接：[http://www.100ec.cn/Index/complain\\_detail.html?id=78516](http://www.100ec.cn/Index/complain_detail.html?id=78516)

#### **（五）案例五：“小米有品”预付定金保价双 11 活动藏“猫腻” 差价难补售后遇阻**

山东省的许先生于 2020 年 11 月 1 日看到“小米有品”平台第三方店铺佳尼特电热水器，有预付定金保价双十一活动，于是许先生在“小米有品”平台支付了 100 元定金，并在 11 月 1 日凌晨购买且支付尾款 1299 元，但在 11 月 5 日发现不用支付定金购买同种电热水器，比 11 月 1 日当天购买的还要便宜，随即登上小米有品平台联系佳尼特客服，反应 11 月 1 日购买的电热水器买贵了，要求退差价，佳尼特客服相当恶劣并很不专业，表示平台已经给补偿大额优惠券，就不用退还用户差价了。许先生认为平台补给用户优惠券和现在的优惠额度不相等，平台补给用户优惠券，商家就不用给用户退差价了么，现在和宣传的不一样，存在欺诈消费者的情况。

投诉源链接：[http://www.100ec.cn/Index/complain\\_detail.html?id=78456](http://www.100ec.cn/Index/complain_detail.html?id=78456)

#### **（六）案例六：“熊猫生活”双 11 网购商品申请退款难 现高额运费引不满**

重庆市的彭女士于 2020 年 11 月 11 日在上海惊浪计算机信息技术有限公司旗下“熊猫生活”购买了 1440 元的零食和美白丸，在规定时间内申请退款却操作不起；平台说运费免费，却是在付过款后告诉国际不包邮，运费又要几千人民币，联系不上人工客服，智能客服给的电话打不通没人接，只能通过邮箱联系，可对方并不回应。对此，“熊猫生活”发来反馈称在熊猫平台订购的商品，我们也都已为您取消，同时您也已在 APP 中申请余额提现，财务人员会尽快退款至支付宝账户的，请留意查收。

投诉源链接：[http://www.100ec.cn/Index/complain\\_detail.html?id=78570](http://www.100ec.cn/Index/complain_detail.html?id=78570)

#### **（七）案例七：“途家”双 11 期间预定民宿取消被收全款 协商成功却遇平台客服拒绝**

11 月 11 日，“电诉宝”接到广东省的张先生投诉称他在途家在线信息技术（天津）有限公司旗下“途家”平台上定了个民宿，取消后 APP 将全部费用收取。于是张先生跟房东协商可以改成第二天，房东同意。联系客服却被以无法联系上房东为由，无法更改房间。再次联系客服却遇推脱责任，取消后无法退款。张先生认为既然他可以联系上房东为什么平台联

系不上，最后客服不予回复。

投诉源链接：[http://www.100ec.cn/Index/complain\\_detail.html?id=78584](http://www.100ec.cn/Index/complain_detail.html?id=78584)

#### **（八）案例八：“飞猪”双11期间预定酒店获商家同意取消 退款平台却收29%手续费引疑**

海南省的白女士于2020年11月6日在阿里巴巴旗下的综合性旅游出行服务平台“飞猪”平台上订了一家酒店。因为距离较远，行程问题想要退掉。专门打电话给了酒店前台，咨询能否退的问题，店家告诉可以取消订单，没有任何房型是不能取消或者要收手续费的。但是在店家同意并且让点击取消的时候，飞猪的客服打电话非常不礼貌的，跟店家争执说必须要收取手续费。店家让与跟客服交接，白女士对29%的手续费感到疑惑。对此，“飞猪”反馈称根据订单查询您的订单退改退款政策为：预订成功后，不可变更/取消。

投诉源链接：[http://www.100ec.cn/Index/complain\\_detail.html?id=78478](http://www.100ec.cn/Index/complain_detail.html?id=78478)

#### **（九）案例九：“中华会计网校”推销课程下单容易退款难 双11优惠差价难退引不满**

11月1日，“电诉宝”接到江苏省的王女士投诉称她于2020年5月25日在“中华会计网校”公司平台咨询高级会计师论文写作班，经该公司销售人员用手机联系并添加微信好友后进行推销，于是在7月16日王女士按照他的要求支付了9350元，因原网站里面有充值500元，通过支付宝付款了8850元，一共支付了9350元，但是等付完款销售人员又说这个班次不包括实务，实务另外花钱要1000多。十月底，这个销售人员又在发双十一优惠，王女士咨询是否可以退差价，销售人员告知双十一价格最低只有9折，王女士所下单价格是最低的，不可能退差价。于是王女士联系客服咨询是否可以退款，客服说要反馈，接着一个自称是客服的人回复电话，态度极其恶劣，各种理由就是不给我退款。对此，“中华会计网校”反馈称已回电处理。

投诉源链接：[http://www.100ec.cn/Index/complain\\_detail.html?id=78352](http://www.100ec.cn/Index/complain_detail.html?id=78352)

#### **（十）案例十：“环球网校”网购2021上半年教师资格证课程 双11期间因故退费遭拒**

浙江省的倪女士于2020年10月20日在投诉北京环球创智软件有限公司“环球网校”

app 上购买了 398 元的 2021 上半年教师资格证系统班-小学的课程,后来因为自己计划有变,不打算学课,在 10 月 25 日微信联系了环球网校的助教,要求全额退款被拒绝。11 月 13 日再次联系客服仍被拒。倪女士表示课程付款时没有提示不可以退款,有的课在支付界面的“立即支付”按钮下方会显示“不支持七天无理由退款”小字,但是我的这个课当时没有,现在也没有。目前我这个课视频课是都没有点开来看过的,收到的教材也没有拆封,实际是没有享受他们的服务。

投诉源链接: [http://www.100ec.cn/Index/complain\\_detail.html?id=78627](http://www.100ec.cn/Index/complain_detail.html?id=78627)

## 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“双11”网购消费投诉与体验报告》”。

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17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)

