

2020年（上）

中国社交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

案例来源： 电诉宝
电商投诉大数据

发布时间：2020年8月3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、榜单数据	3
二、整体数据	4
(一) 投诉领域分布	4
(二) 投诉用户性别金额分布	5
(三) 投诉地区分布	7
(四) 投诉问题类型分布	7
三、典型案例	8
【典型案例一】“达令家”	8
【典型案例二】“贝贝(贝店)”	13
【典型案例三】“全球自选”	17
【典型案例四】“爱库存”	20
【典型案例其他】云集、斑马会员(环球捕手)、甩甩宝宝、楚楚推、洋葱、有好东西、粉象生活、每日一淘、兴盛优选	25
四、关于我们	28
(一) 关于电诉宝	28
(二) 关于网经社	30
(三) 报告发布计划	32

一、榜单数据

2020 年下半年，社交电商的风向标似乎发生微妙的变化。6 月 29 日，淘宝旗下社交电商平台“淘小铺”运营方广州三帅六将教育科技有限公司及相关公司等因涉嫌传销被冻结 4400 多万元。同时，社交电商“斑马会员”相关公司涉嫌传销被法院冻结 3000 万元引发媒体关注，值得注意的是，7 月 1 日，微博某大 V 爆料贝贝集团旗下会员制折扣商城‘贝店’涉嫌传销被罚万元的消息也不胫而走。一时间，社交电商深陷“涉传”困局，未来发展之路也是略显“迷茫”。

此外，据网经社不完全统计，云集、斑马会员（环球捕手）、贝店、花生日记、达令家、大 V 店、万色城、甩甩宝宝、全球时刻、达人店、楚楚推、洋葱海外仓、有好东西、好衣库、闺蜜 mall、小黑鱼 APP、素店、优可生活、红人装、蜜芽 plus、爱库存、芬香、未来集市、粉象生活等社交电商均被传出“涉嫌传销”的质疑声。

社交电商属于零售电商的一个分支，狭义上是指借助社交网站、微博、社交媒介、网络媒介的传播途径，通过社交互动等手段来进行商品的购买和销售行为。从广义上来看，社交电商包括拼购型、分销型、社区型、导购型、工具型等。

8 月 3 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）中国社交电商消费投诉数据与典型案例报告》。

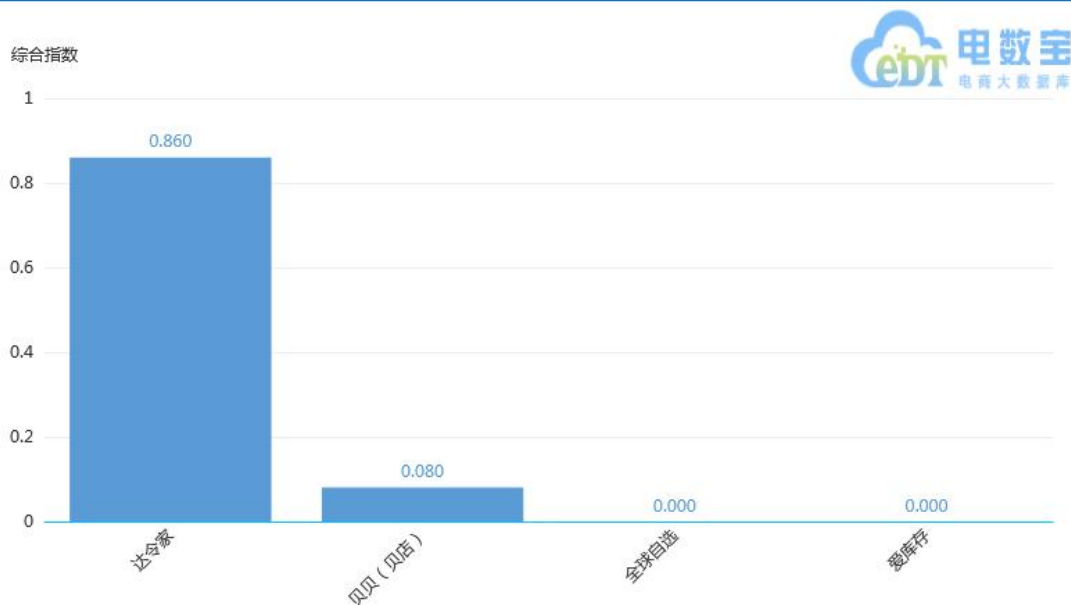
2020 年上半年“电诉宝”受理投诉中涉及的社交电商平台有云集、斑马会员（环球捕手）、贝店、达令家、甩甩宝宝、楚楚推、洋葱、有好东西、爱库存、粉象生活、每日一淘、兴盛优选、全球自选。此前，大 V 店、全球时刻、小黑鱼 APP、未来集市、你我您社区团购、萌推、萌店、小象优品、顺联动力、淘集集等也涉及消费者投诉。

此前发布了《2020 年（上）中国电商用户体验与投诉监测报告》，报告公布了《2020 年（上）零售电商消费评级榜》，涉及零售电商、进口跨境电商、在线拍卖、二手电商、生鲜电商、直播平台等五大领域，报告还公布上半年七大电商消费投诉典型案例。其中，社交电商共 4 家电商平台入选，包括：达令家、贝店、全球自选、爱库存。

据悉，榜单依据反馈率、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。详见“电数宝”（DATA.100EC.CN）。

2020年上半年社交电商消费评级指数对比图



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

注：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”数据显示，达令家获“建议下单”评级；贝贝（贝店）、全球自选、爱库存平台均获“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。

二、整体数据

（一）投诉领域分布

2020年（上）社交电商投诉领域分布



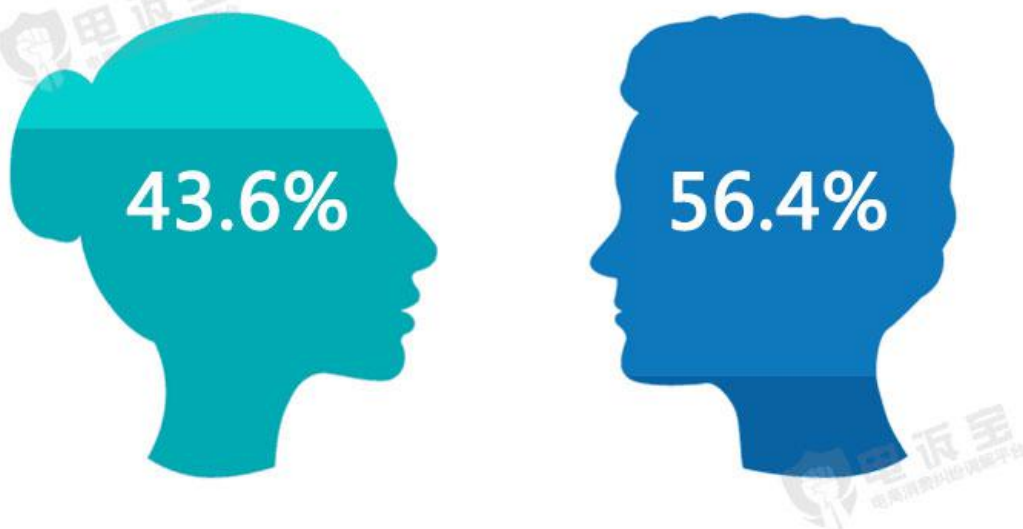
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

2020年上半年期间，社交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67.48%、17.04%、2.21%。

（二）投诉用户性别金额分布

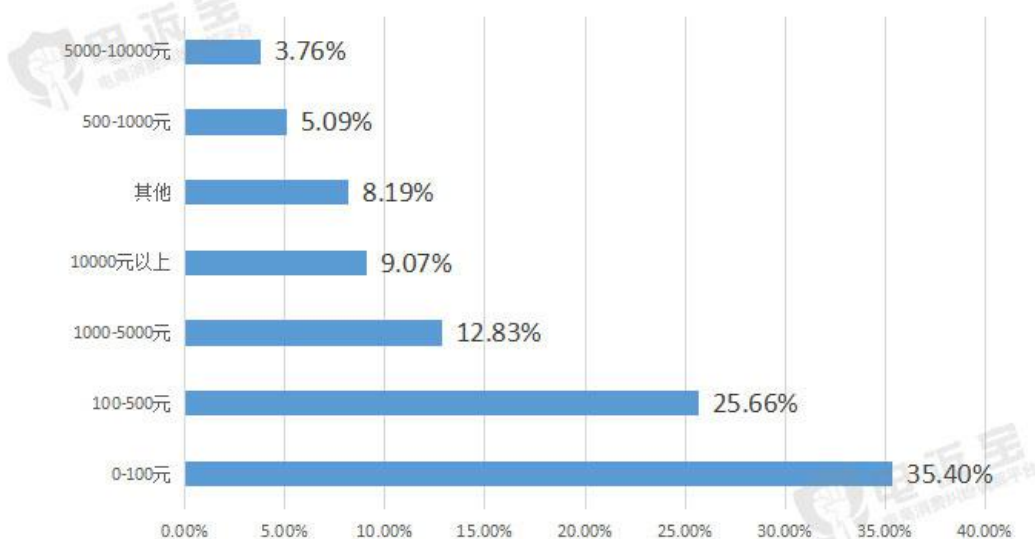
2020年（上）社交电商投诉用户性别分布



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）社交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年上半年期间，投诉社交电商的用户性别占比分别为男性（56.40%）、女性

(43.60%)；投诉金额区间前三依次为0-100元(35.40%)、100-500元(25.66%)、1000-5000元(12.83%)。

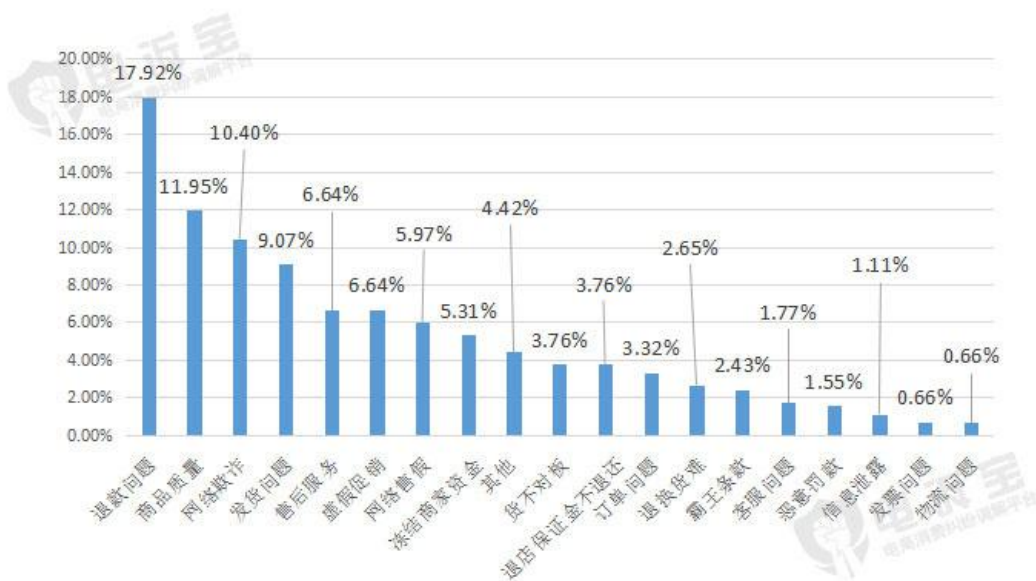
(三) 投诉地区分布



2020年上半年期间，投诉社交电商的用户集中地前三依次为广东省、山东省、浙江省，占比分别为16.37%、9.96%、8.41%。

(四) 投诉问题类型分布

2020年（上）社交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、商品质量、网络欺诈、发货问题、售后服务是2020年上半年期间社交电商投诉的主要问题。

三、典型案例

【典型案例一】“达令家”

上半年投诉数据



据“电数宝”显示，2020年（上）北京汇邦实尚商贸有限公司旗下“达令家”共获9次消费评级，均获“建议下单”评级，综上所述，2020年上半年达令家获“建议下单”评级。

2020年（上）达令家月/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	上半年	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
2020年	第二季度	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
2020年	6月	100.00%	1.000	0.000	0.800	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	2.000	0.860	建议下单
2020年	第一季度	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2020年	3月	100.00%	1.000	0.000	0.800	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%	1.000	0.000	0.800	建议下单

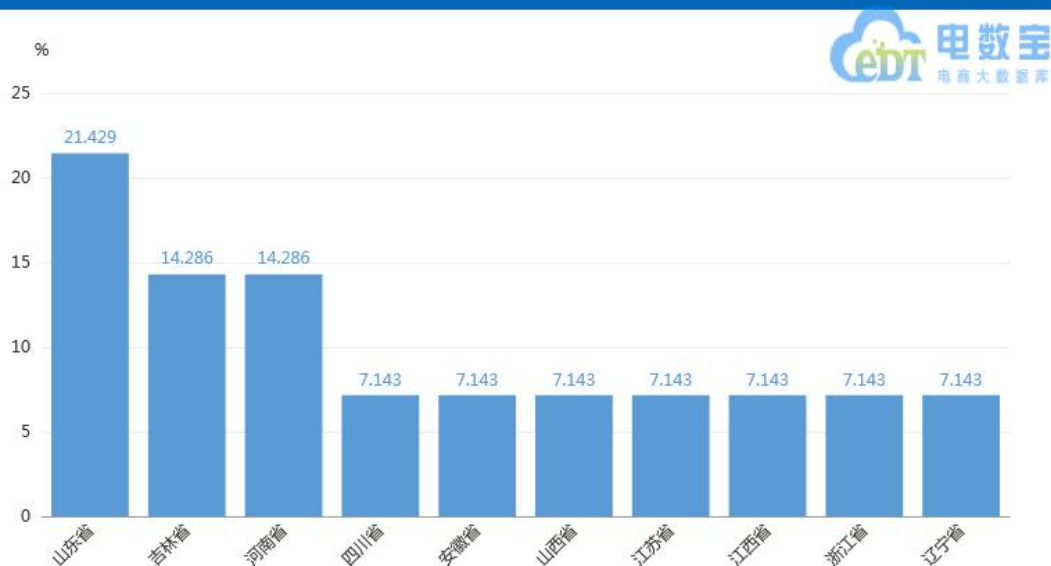
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）
数据来源：WWW.100EC.CN

投诉地区分布

据“电数宝”显示，2020年（上）投诉“达令家”的用户主要集中地依次为山东省、

吉林省、河南省、四川省、安徽省、山西省、江苏省、江西省、浙江省、辽宁省。

达令家2020年上半年投诉者地区占比图



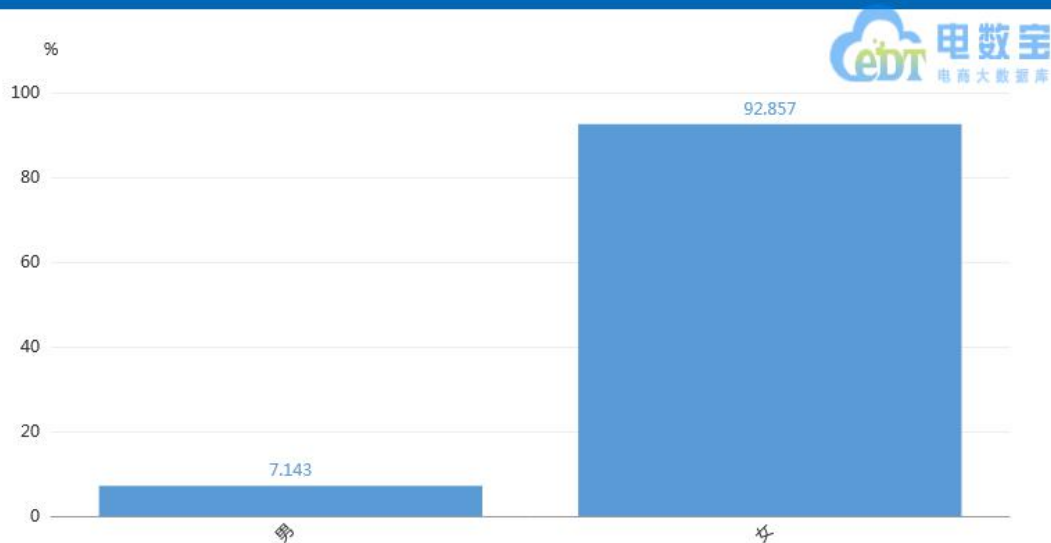
图表编制：电数宝

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“达令家”的用户中，男性占比 7.143%，女性占比 92.857%。另外，用户投诉“达令家”的消费金额在 100-500 元区间、0-100 元区间的占比较多，分别为 57.143%、28.571%。

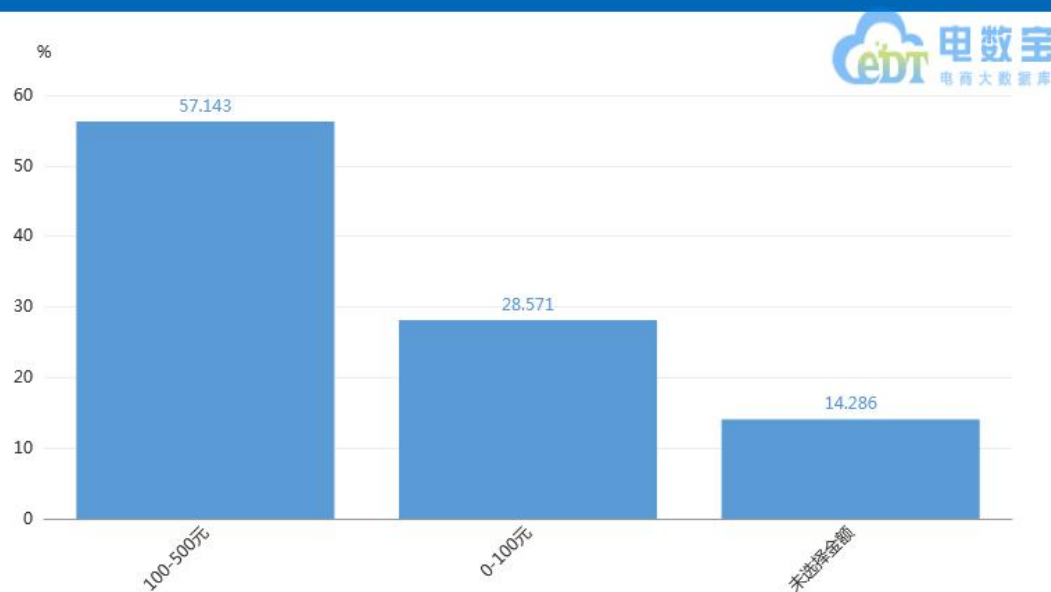
达令家2020年上半年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

达令家2020年上半年投诉金额占比图



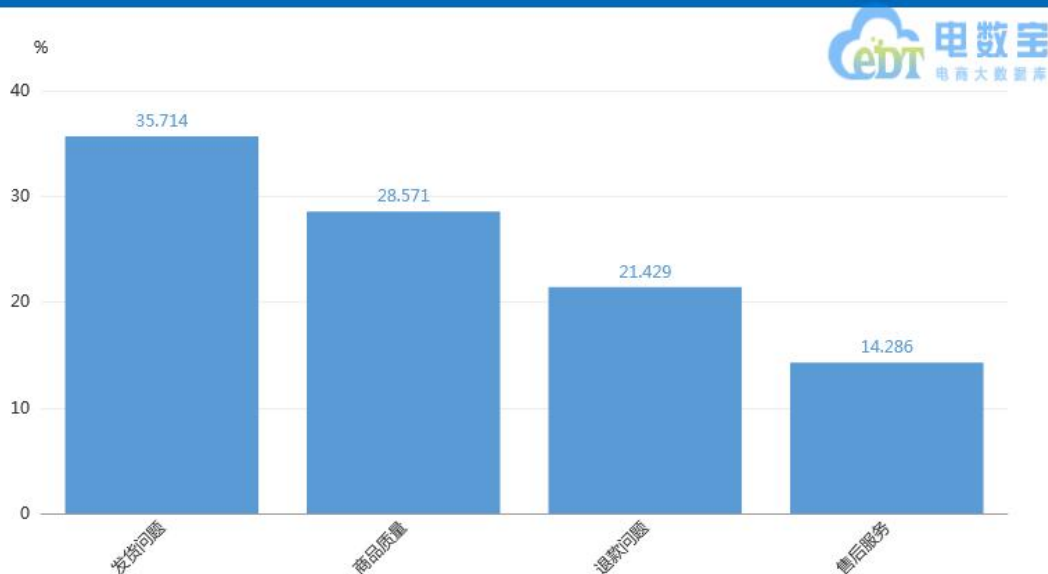
图表编制：电数宝

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，“达令家”存在发货问题、商品质量、退款问题、售后服务等问题。

达令家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】“达令家”商品降价不返差价 客服说辞多变退款难 回复：已处理

江西省的樊女士于5月29日在“达令家”下单购买科颜氏清洁面膜，价值219元。未收到货期间商品却降价30元，于是樊女士联系商家退差价被拒并被告知可拒收后会退款给他。樊女士表示拒收三天后，商家每天给我发信息告知因已经签收改口不同意拒收。现在还处于一个未解决问题的状态，客服人员态度敷衍引不满。对此，“达令家”反馈称已与供应商沟通确认且申请了仅退款，目前已到账。

【案例二】“达令家”商品质量问题 售后未有效处理 回复：处理中

许女士于2020年4月11日在“达令家”购物平台购买了8袋隽宜牌非即食烤肠（冷冻储存）。于4月25日解冻烤制后食用的时候发现肠内有类似蛆的东西及蛆被挤压出来的内脏，平台说签收超过10天了，仅给退款。我对这种处理结果很不满，我认为这种食品安全问题实在是太严重了。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，“达令家”发来反馈称：已转给相关部门同事了。

【典型案例二】“贝贝（贝店）”

上半年投诉数据



据“电数宝”显示，2020年（上）杭州贝购科技有限公司旗下“贝贝（贝店）”共获8次消费评级，2次获“建议下单”评级，6次获“不建议下单”评级。综上所述，2020年上半年贝贝（贝店）获“建议下单”评级。

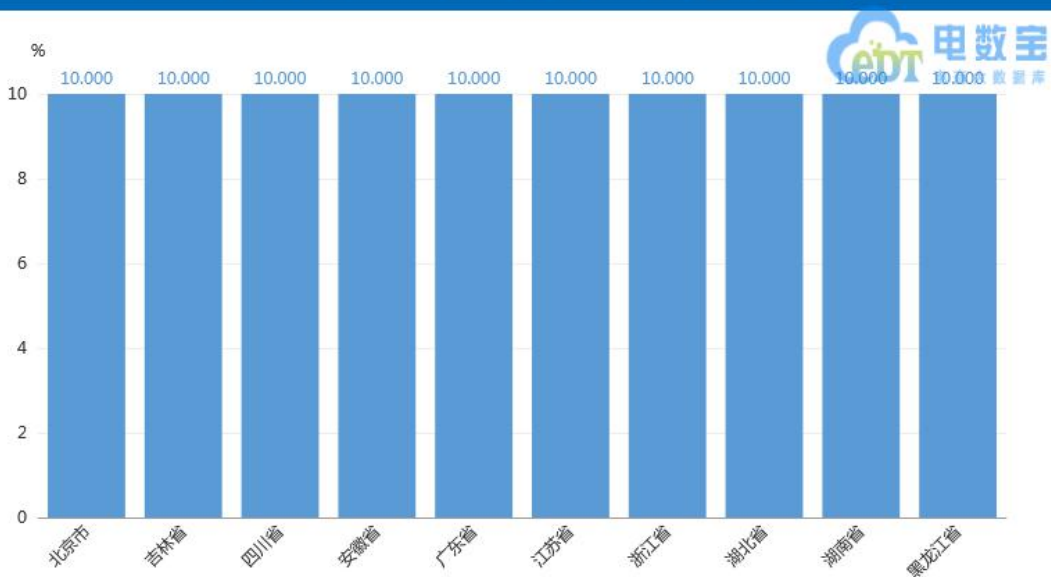
2020年（上）贝贝（贝店）月/季消费评级数据明细						
年份	时间段	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
2020年	上半年	10.00%	0.100	0.000	0.080	不建议下单
2020年	第二季度	200.00%	0.500	0.000	1.150	建议下单
2020年	5月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2020年	4月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	2月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
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“贝贝（贝店）”的用户主要集中地为北京市、吉林省、四川省、安徽省、广东省、江苏省、浙江省、湖北省、湖南省、黑龙江省。

贝贝（贝店）2020年上半年投诉者地区占比图



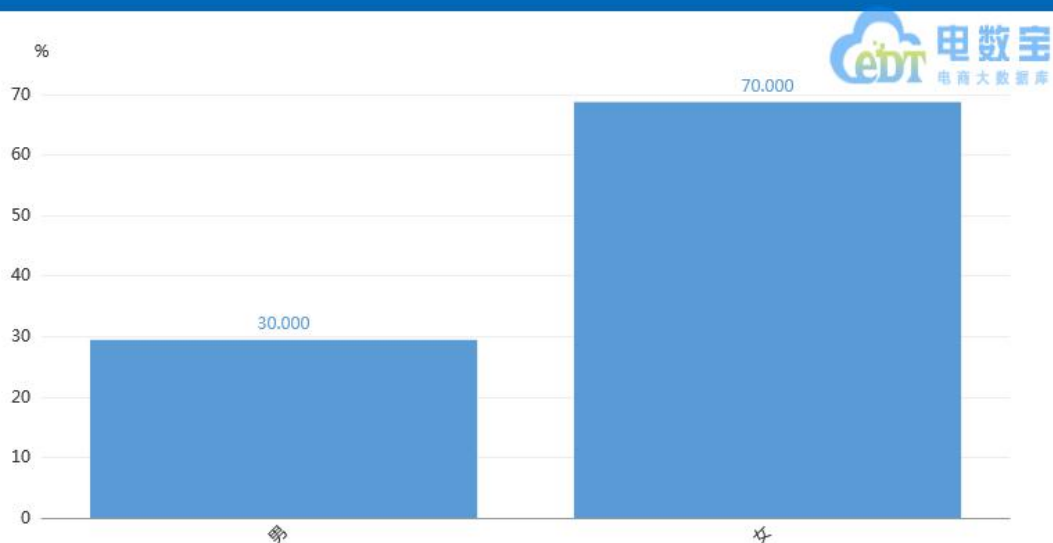
图表编制：电数宝

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“贝贝（贝店）”的用户中男生的占比为30.000%，女生的占比为70.000%。另外，用户投诉“贝贝（贝店）”的消费金额都集中在0-100元区间、100-500元区间，占比均为30.000%。

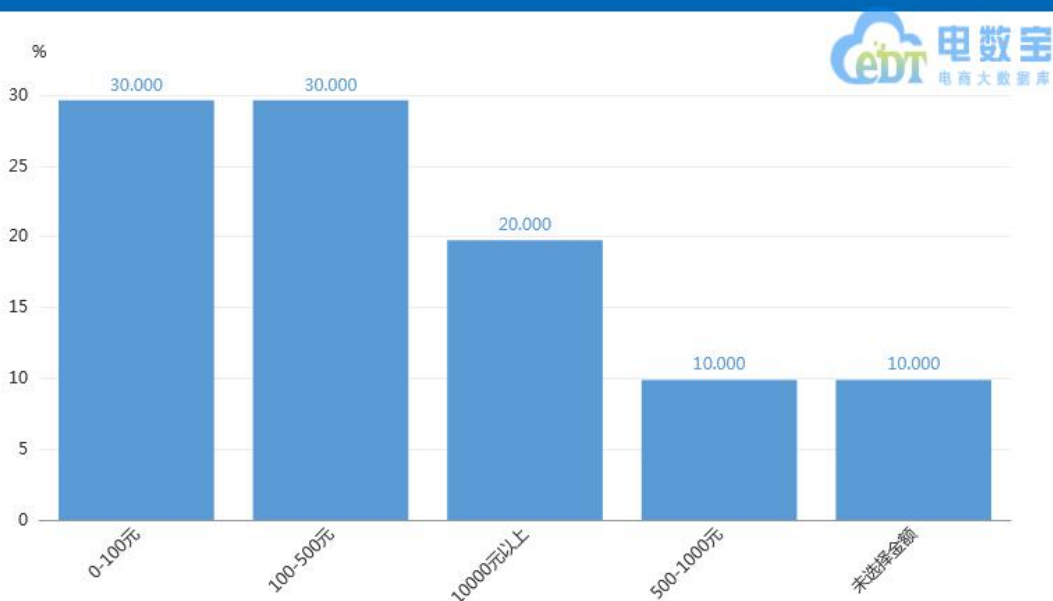
贝贝（贝店）2020年上半年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

贝贝（贝店）2020年上半年投诉金额占比图



图表编制：电数宝

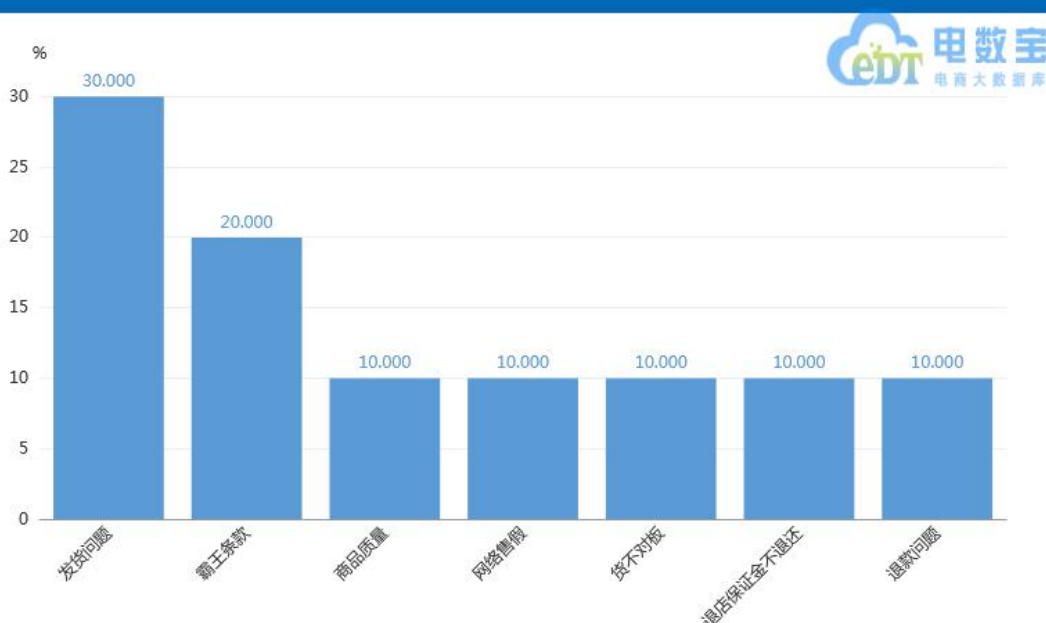
数据来源：WWW.100EC.CN

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，“贝贝（贝店）”存发货问题、霸王条款、商品质量、网络售假、货不对板、退店保证金不退还、退款问题

等问题。

贝贝（贝店）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】“贝店”商品到货质量问题 售后赔付引不满 回复：已处理

曹女士3月9日在“贝店”下单购买奥良烤翅，等到4月5日晚上才收到的货，收到时冰袋全部溶化，鸡翅变味了，马上联系客服，说鸡翅坏了叫我扔掉赔偿，反复问赔偿的问题，他说会退款，等了10天左右还没有退，再次询问时，才说要上传照片，大家想想一个坏了的东西谁一直留着，结果扔了之后才说要照片才赔，说要么赔5元的消费券，最高只能赔20的卷。

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，“贝店”发来反馈称：消费者反馈商品变质问题，核实订单平台于5.9已为消费者办理全额退款。

【案例二】“贝店”物流久未更新 售后退款难

2020年1月，“电诉宝”接到江苏省的刘女士投诉称她于2019年1月8日在“贝店”平台购买广西武鸣沃柑15箱，物流11日揽件，13日在中转，一直物流更新，我申请退款，金额都显示为0，不好退款，找客服，客服说超过96小时不更新，才能申请退款，直到17号凑够96小时再找客服，这次是由金额可退，但是倒计时结束后就不给我退了。

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，但截至发稿前，我们尚未收到来自被投诉平台的任何有关处理回复。

【典型案例三】“全球自选”

上半年投诉数据



据“电数宝”显示，2020年（上）杭州自选科技有限公司旗下“全球自选”共获3次消费评级，均获“不建议下单”评级。综上所述，2020年上半年“全球自选”获“不建议下单”评级。

2020年（上）全球自选月/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	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	4月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

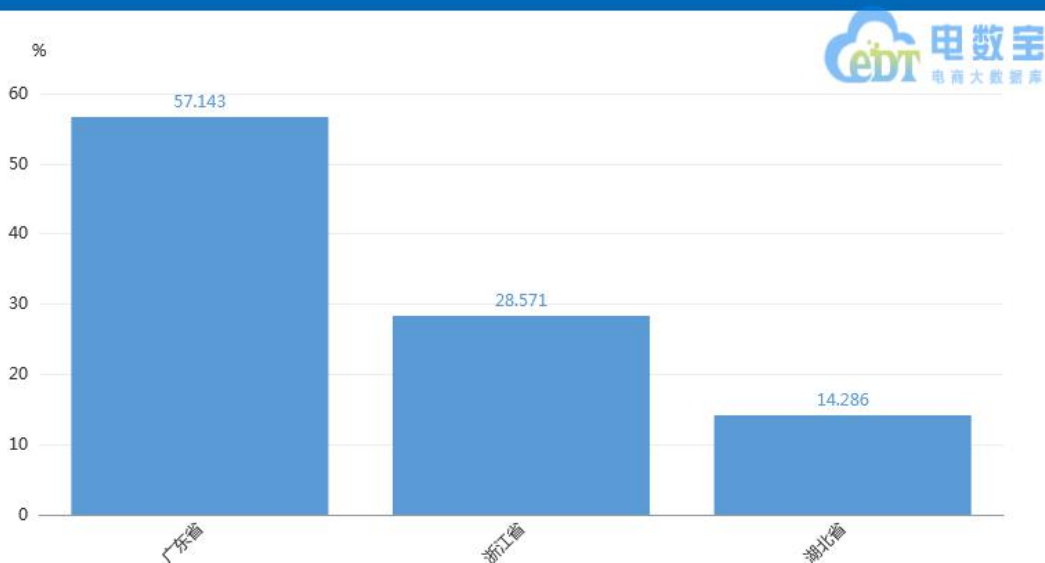
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台） 数据来源：WWW.100EC.CN

投诉地区分布

据“电数宝”显示，2020年（上）投诉“全球自选”的用户主要集中地为广东省、浙

江省、湖北省。

全球自选2020年上半年投诉者地区占比图



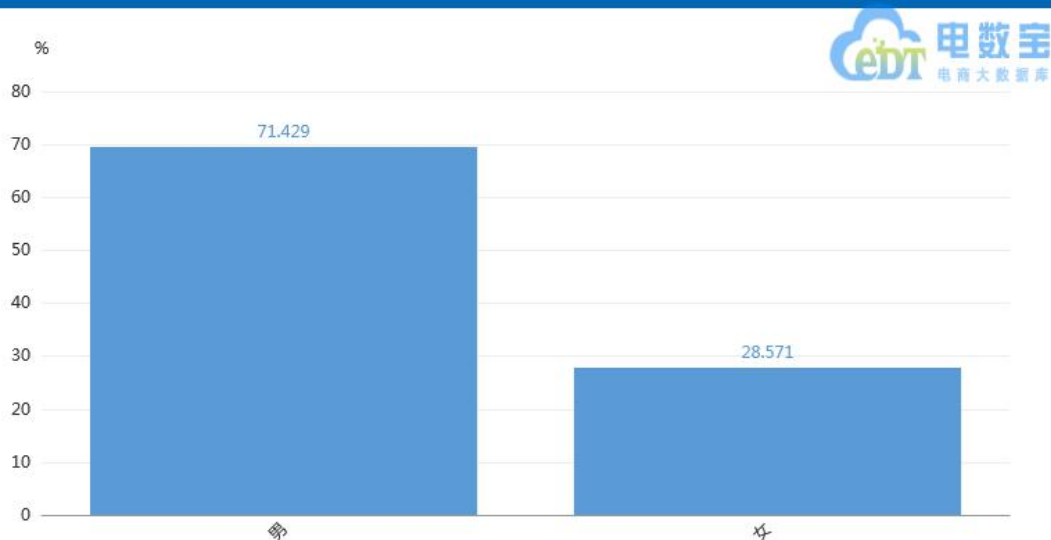
图表编制：电数宝

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“全球自选”的用户中男生的占比为71.429%，女生的占比为28.571%。另外，用户投诉“全球自选”的消费金额都集中在10000元以上，占比为57.143%。

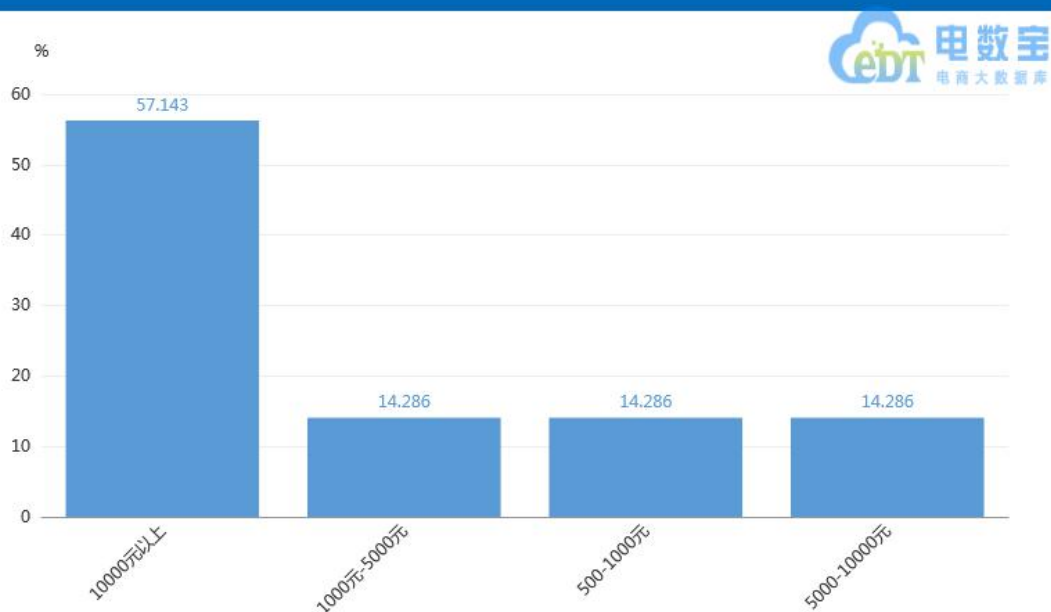
全球自选2020年上半年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

全球自选2020年上半年投诉金额占比图



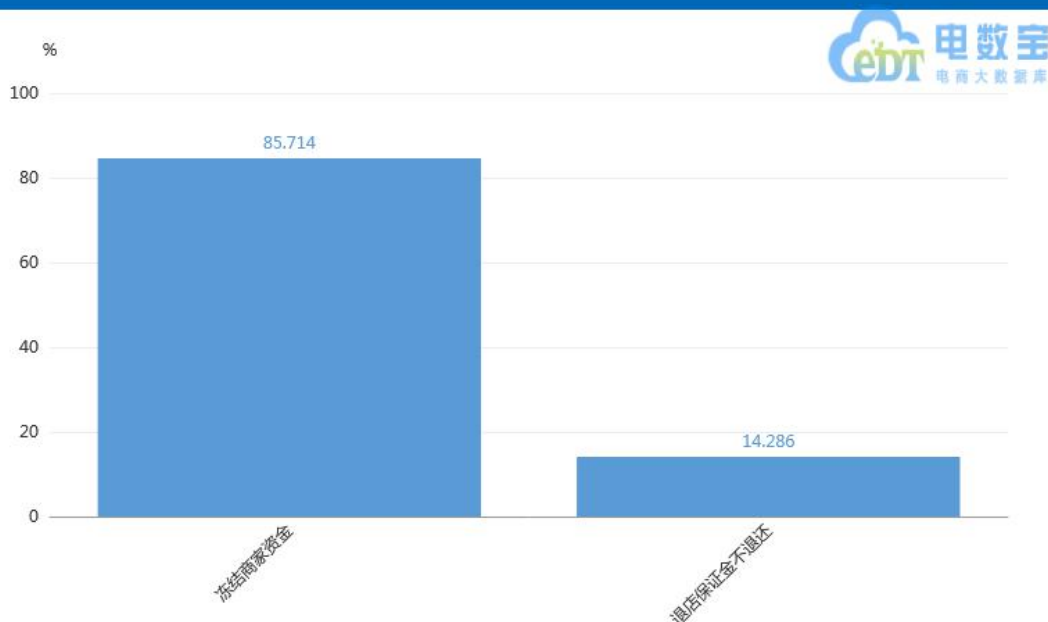
图表编制：电数宝

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，“全球自选”存退店保证金不退还、冻结商家资金等问题。

全球自选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】“全球自选”被爆违约拖欠货款疑跑路 商家维权难

广东省的冼女士表示她在“全球自选”平台供货，2019年12月和2020年01月账单还没有结算。全球自选12月应收货款¥6468.00，全球自选01月应收货款¥10306.50，合计：¥16774.50，截止到2020年04月14日还没有结算；而且平台没有回复任何消息，很多商家都收不到货款。当在平台的群咨询截止到2020年03月12日，对方的回复：亲，目前付款都是分批次的，我这边会登记好相关情况反馈给领导，有回复了会告知的哈~ 然后我们后期去再问，已经没有人回复我们信息。

【案例二】“全球自选”拖欠货款 售后无人受理

熊先生是“全球自选”的供应商，现在平台不结款，直接不回复，联系不上人，中小卖家，现在我们商家群有几百个人是在等他们结算，也是全部联系不到人的情侣，全球自选是杭州的店铺平台，微商团队创始人出来搞的。

【典型案例四】“爱库存”

上半年投诉数据



据“电数宝”显示，2020年（上）上海众旦信息科技有限公司旗下“爱库存”共获7次消费评级，均获“不建议下单”评级。综上所述，2020年上半年爱库存获“不建议下单”评级。

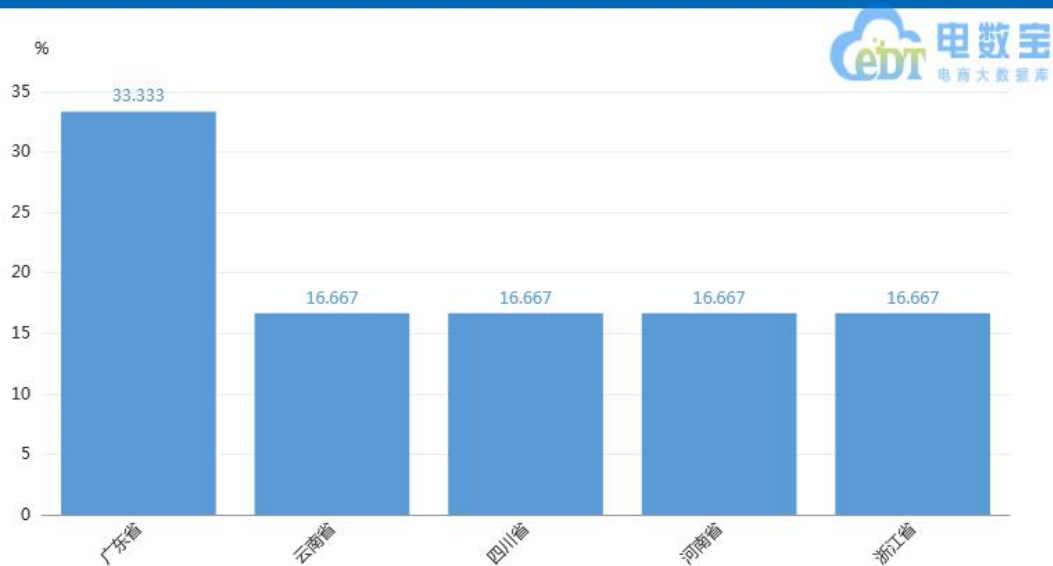
2020年（上）爱库存月/季消费评级数据明细						
年份	时间段	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
2020年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	6月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	5月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	4月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

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“爱库存”的用户主要集中地为广东省、云南省、四川省、河南省、浙江省。

爱库存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“爱库存”的用户中女生的占比为100%。另外，用户投诉“爱库存”的消费金额都集中在100-500元区间，0-100元区间、500-1000元区间，占比分别为33.333%、16.667%、16.667%。

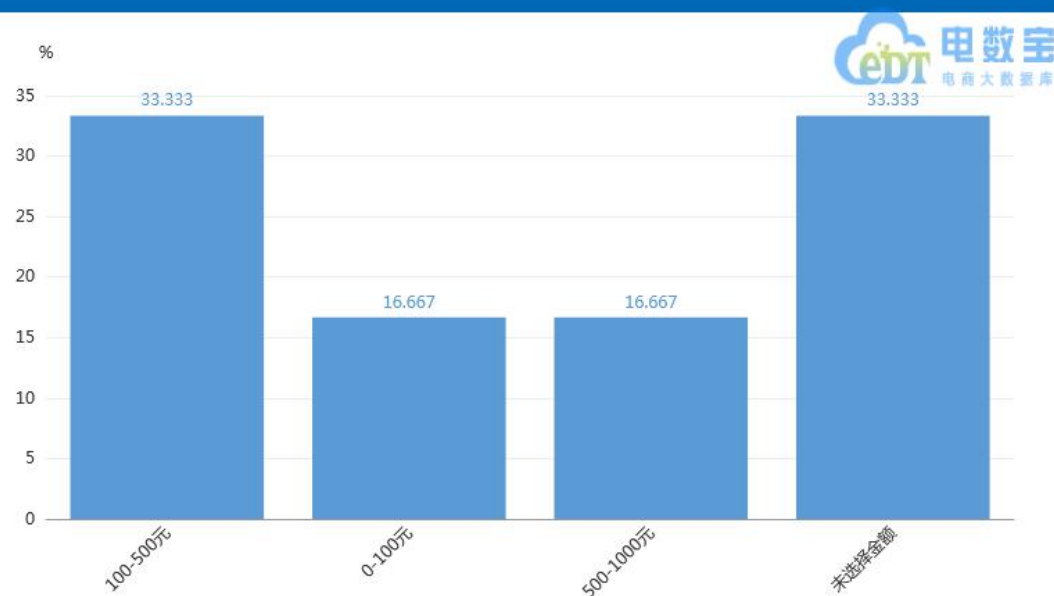
爱库存2020年上半年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

爱库存2020年上半年投诉金额占比图



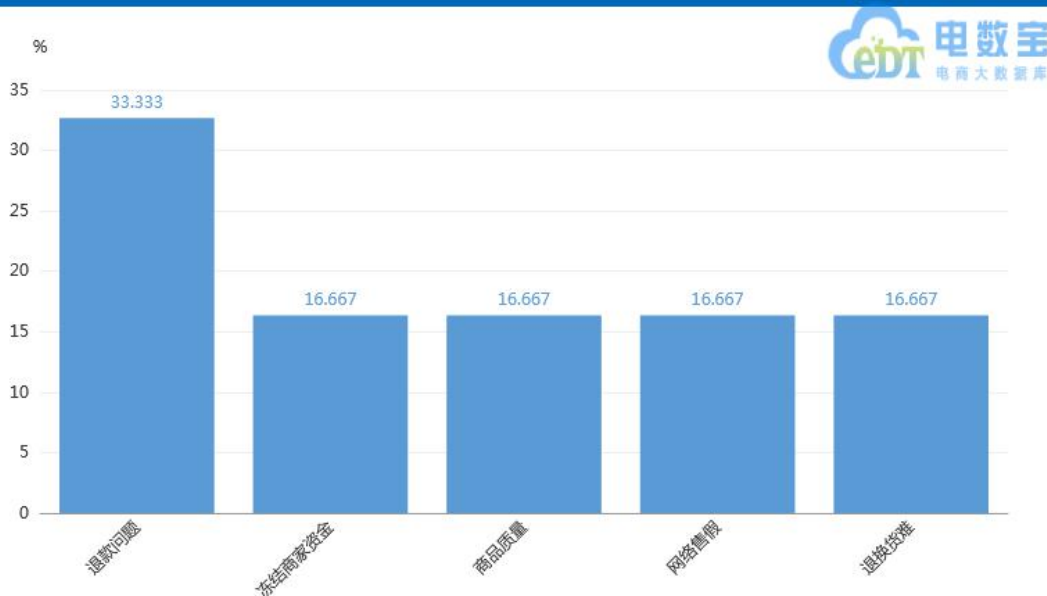
图表编制：电数宝

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，“爱库存”存退款问题、冻结商家资金、商品质量、网络售假、退换货难等问题。

爱库存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】“爱库存”商品质量问题 售后反遭威胁

李女士于2020年5月24日在“爱库存”（店铺名：爱乐购）购买了1件梅林午餐肉，在包装完好无损的情况下，发现其中一听发霉特别严重。经与平台协商，先是直接拒绝退款申请。后提出因孩子吃了霉变食物要求体检身体，直接被平台所威胁，要告我敲诈勒索。发霉商品生产日期标注2020年4月24日。

【案例二】“爱库存”商品货不对板 售后退款遭拒

代女士于2020年4月26日在“爱库存”电商平台购买了卓多姿品牌的衣服4件，卖家于4月28日发货，我于5月4日收到货，拿到货后及时打开，发现商品与所拍款式不相符合，立马联系了售前售后客服进行了退货退款，并于5月5日中午去中通快递寄件，可是卖家收到货后，诬陷我说恶意掉包，拒绝签收，且拒绝退款，多次联系售前售后客服没有结果，并且多次拒绝退款，现在包裹已经被退回，商家一直拿不出发货证据证明衣服是他们的，并且卖家一直否认是他们发错货。

接到以上用户投诉后，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，但截至发稿前，我们尚未收到来自被投诉平台的任何有关处理回复。

【典型案例其他】

【案例一】“云集”商品到货质量问题 售后客服久未处理

2020年6月，“电诉宝”接到韦女士投诉称于2019年在云集共享科技有限公司旗下“云集”平台购买德尔玛榨汁机一台，但因个人原因到货后一直没有拆封也没有使用，本年打开使用发现榨汁机根本不运转，联系售后回复已经过了一年维保期，但是可以寄回厂家给予换新，本人又已经掏邮费寄回，寄回后把货单号提供给该德尔玛微信客服，该客服10天都没有回复，追问下，客服发给我一个淘宝链接，让我拍下40元差价费，我照做后截图给客服，后续相隔20天后追问处理结果一直没有了回复，至今处理已经一个月了，客服不给回复。

【案例二】“斑马会员”（环球捕手）商品久未发货 售后差价难退

刘女士于2020年3月20日，在杭州迅兰电子商务有限公司旗下“斑马会员”平台购买CHARLES&KEITH专柜款网红酒神包小CK单肩斜跨包，当时促销价格为498元两个，由于我是会员优惠99元，当时咨询客服是否是正品，客服说资质已提交平台请放心，一直未发货，今日查看到对方以品牌商不同意价格进行售卖为由，未与我进行沟通，直接关闭订单，退30GB（平台积分），表示无法接受，首先活动之前该商家应做好品牌方工作，当时活动秒抢进行产品宣传，而且商家仅有一件商品，现店铺已无商品。

【案例三】“甩甩宝宝”商品非正品 售后单方面退货退款

黄女士于2020年1月25日在宁波鲸灵网络科技有限公司旗下“甩甩宝宝”平台购买了两盒口罩，共计100个，产品页面是医用一次性口罩，于2020年2月2日收到口罩，却是三无产品，无厂家地址无生产批号，向甩甩宝宝客服反应，客服拒不承认是三无产品，未经我同意自行退款退货。

【案例四】“楚楚推”下单商品迟迟未发货 售后客服难联系

解先生于2020年3月6日在大连醋溜科技有限公司旗下“楚楚推”平台购买的剃须刀，到3月14日也不发货，也没有任何人跟我联系说明情况，我无其联系数次，要么不与处理，要么是机器人回答，点击人工客服，一直显示让在排队中，等待客服！最近几次，我询问其情况，机器人也不与回复。货物一直显示待发货，我想退款吧，可是在购买货物的页面根本没有退款的选项，再次点开时候小时该商品抢购完，在商品页面也没有任何商家的联系方式。

【案例五】“洋葱”商品未发货 售后修改地址遭拒

林女士 2020 年 4 月 24 日我在广州市两棵树网络科技有限公司旗下“洋葱”上面购买了酵素等 4 到 5 件商品，本来想说趁节假日在家里，把商品寄到家里方便签收，没想到足贴说是没货，没给商量就强行退款。剩下 4 样商品到了 5 月 5 日还没到货，5 月 5 日当天要求改地址后没给回复，快递公司送达签收后，也有跟电商反应后，说是不能更换地址并且不能退货，并且商品丢失后只给赔付 10 元的优惠券，方便下次使用，说是这是赔付的最高限额。

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，“洋葱”发来反馈称：经核实，林女士于 5 月 5 日联系我司反馈修改地址的需求，由于物流运输途中修改地址存在较多不确定性，因此未能承诺一定可以修改成功。经我司客服多次跟进，于 5 月 11 日与林女士确认已收到包裹。

【案例六】“有好东西”被诉虚假宣传 售后仅仅退货退款

屈先生于 2020 年 3 月 4 日在北京我爱小城信息科技有限公司旗下“有好东西”平台选购牙膏，搜索到商品页面，看到商品详情介绍后下单，收货发现没有牙膏只有牙刷，申请售后被直接驳回，人工客服回复牙膏缺货只卖牙刷，没有漏发。该商品详情介绍包含牙膏牙刷，还有套装字样，标题也是牙膏和牙刷，牙膏在前，供客户选择仅显示列出牙刷 3 只装一项数量选项，没有分列牙膏单独选项，误导消费者认为就是套装内包含牙刷三支作为销售单元来供选择套数。沟通无效被推给售后，结果在超出其承诺的 24 小时以内之后好几天才回电，给出同样辩解，仅可退货退款，不予弥补修正。

【案例七】“粉象生活”疑虚假宣传 售后不予处理

张先生于 2020 年 2 月 29 日通过杭州粉象家科技有限公司旗下“粉象生活”平台提交资料申请办理了一张花旗银行信用卡，该平台表示在核卡成功后可以获得相应的佣金奖励，平台提示在提交申请 1-2 天后，收到核卡信息后，可以登录粉象 APP 点击核卡并领取佣金。现卡片已核卡成功切使用近半月，粉象 APP 至今显示待核卡，已咨询客服，被要求提供相应凭证，我已多次提供，但至今无回复，且每次咨询客服，均是爱理不理无应答。

【案例八】“每日一淘”商品质量问题 售后商家推诿不处理

姜女士 2019 年 3 月在北京每日一淘共享科技有限公司旗下“每日一淘”买的电磁炉，现在出现通电不加热情况，联系每日一淘客服，发现购买时店铺变成每日一淘自营，商品全

部下架，产品质量严重劣质，购买时承诺商品有质量问题包售后，现商品出现问题每日一淘却诸多借口不予处理，各种推脱，不履行购买时承诺，联系客服态度也是极其恶劣，让拍产品，描述问题后就开始推脱，不按照三包承诺售后，售后查找产品也属于不符合规定的产品。

【案例九】“兴盛优选”商品货不对板 售后客服态度引不满

2020年3月17日，“电诉宝”接到了女士投诉称于2019年10月6日在湖南兴盛优选电子商务有限公司旗下“兴盛优选”电商平台购买了一套蚕丝被，出现了和商品详情有很大出入的质量问题，尺寸不够，商品详情被子尺寸为2米*2.3米，但是实际尺寸是1.92米*2.3米，定点商店老板和客服沟通了，但客服态度实在不给力，我知道电商平台有退换货时效，但这个尺寸问题纯属出厂没有严格把关，还有一点就是6月份购买了同一种产品，尺寸是标准的，故而10月份购买的蚕丝被建立在信任基础上购买的，因为天气渐冷我保存了起来，却不知出现了这种质量问题。

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](#)

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(上)中国社交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：2020年8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)

电诉宝 (315.100EC.CN)

(12年沉淀 10万+条数据 覆盖4000+电商)

(我要投诉)

