

2020年（上）

中国在线教育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
全国消费者投诉举报中心

发布时间：2020年8月13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】“大塘小鱼”.....	8
【典型案例二】“学慧网”.....	13
【典型案例三】“帮考网”.....	17
【典型案例四】“嗨学网”.....	21
【典型案例五】“DaDa 英语”.....	25
【典型案例六】“中华会计网校”.....	30
【典型案例七】“尚德机构”.....	34
【典型案例其他】英语流利说、兰迪少儿英语、51Talk 无忧英语、沪江网校、华图教育、学霸君 1 对 1、英孚教育、一只船教育、潭州教育.....	38
四、关于我们	41
(一) 关于电诉宝.....	41
(二) 关于网经社.....	43
(三) 报告发布计划.....	45

一、榜单数据

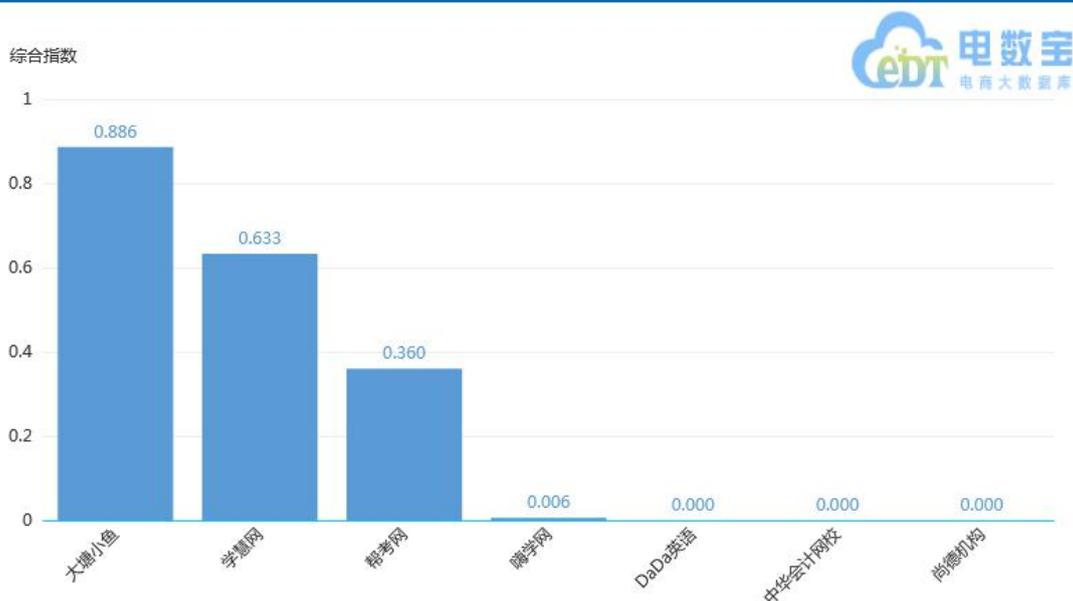
今年央视 315 晚会曝光了自称远程教育领跑者的“嗨学网”，为了吸引学员报班，声称“每天 30 分钟就可挑战 20 万年薪”，还许下各种承诺，这也导致大量学员陷入“考过成空，退费无门”的困境。事实上，疫情发生以来，我国在线教育行业市场规模迎来爆发式的增长，但增长背后侵害消费者权益事件、因平台内容审核不严谨导致低俗内容、网游宣传及消费者投诉也多有发生。

8 月 13 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)中国在线教育消费投诉数据与典型案例报告》。

2020 年上半年“电诉宝”受理投诉中涉及的在线教育平台有尚德机构、嗨学网、学慧网、英语流利说、DaDa 英语、兰迪少儿英语、帮考网、中华会计网校、大塘小鱼、51Talk 无忧英语、沪江网校、华图教育、学霸君 1 对 1、英孚教育、一只船教育、潭州教育。此前，跟谁学、对啊网、51CTO 学院、勤学网、环球网校、建设工程教育网、家教平台、同桌 100 学习网、赛优教育、有为教育、曼且思教育、起陆教育、德闲教育、大暑学院、优梯教育、学富教育、过呗教育、一步教育也接曾到消费者的投诉。

其中，大塘小鱼、学慧网、帮考网、嗨学网、DaDa 英语、中华会计网校、尚德机构 7 家在线教育平台消费投诉数据及典型案例被披露。

2020年上半年全国在线教育消费评级指数对比



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 $\in [0.75, 1.0]$ 。

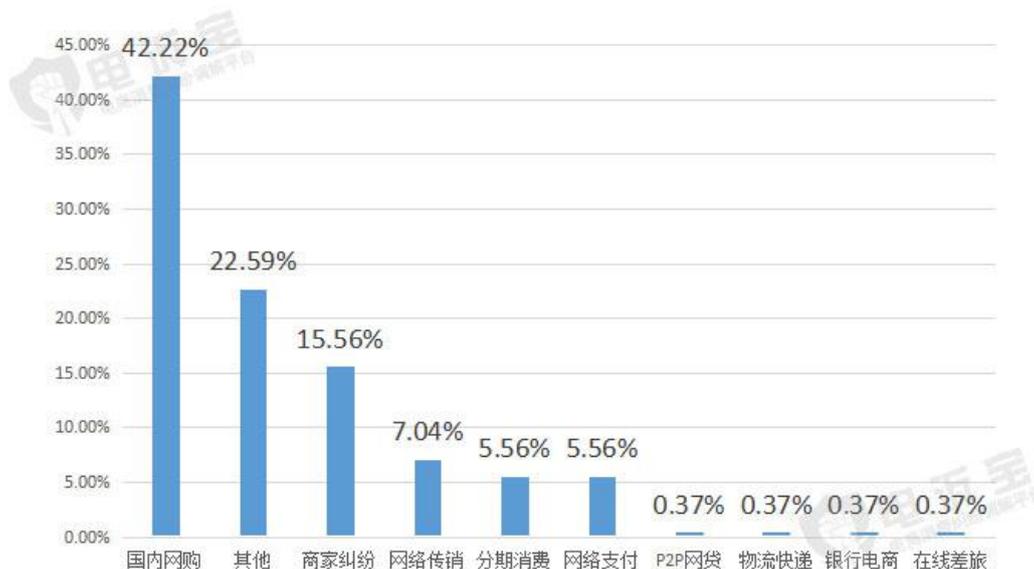
据“电数宝”电商大数据库（DATA.100EC.CN）显示，大塘小鱼获“建议下单”评级；学慧网获“谨慎下单”评级，帮考网、嗨学网、DaDa 英语、中华会计网校、尚德机构平台均获“不建议下单”评级，在受理平台移交的用户投诉，平台反馈率、回复时效性、用户满意度相对较低，需积极受理第三方移交督办的全国各地用户投诉线索并第一时间相应、及时反馈，努力提高售后服务水平和口碑。

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、整体数据

（一）投诉领域分布

2020年（上）在线教育投诉领域分布



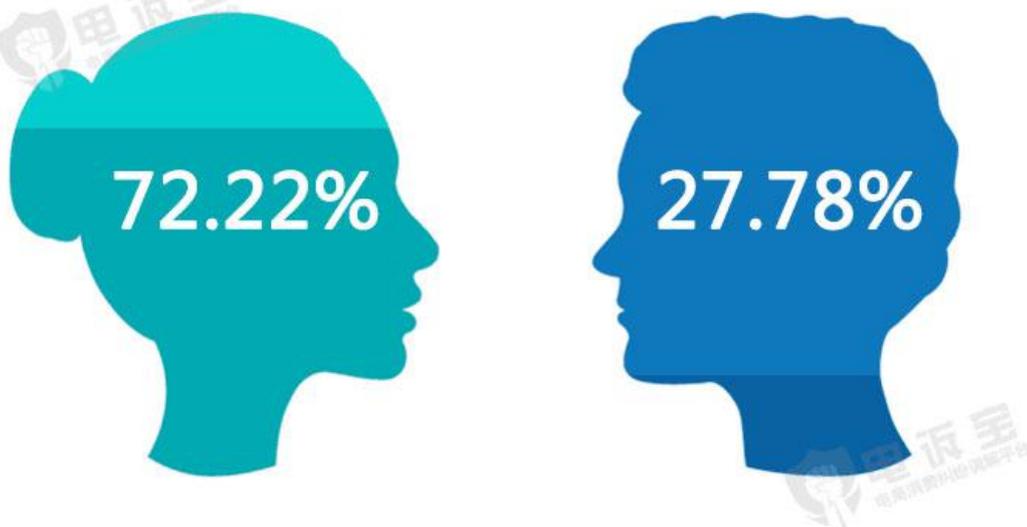
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

2020年上半年期间，在线教育的用户投诉领域主要集中在国内网购、商家纠纷、网络传销，占比分别为42.22%、15.56%、7.04%。

（二）投诉用户性别金额分布

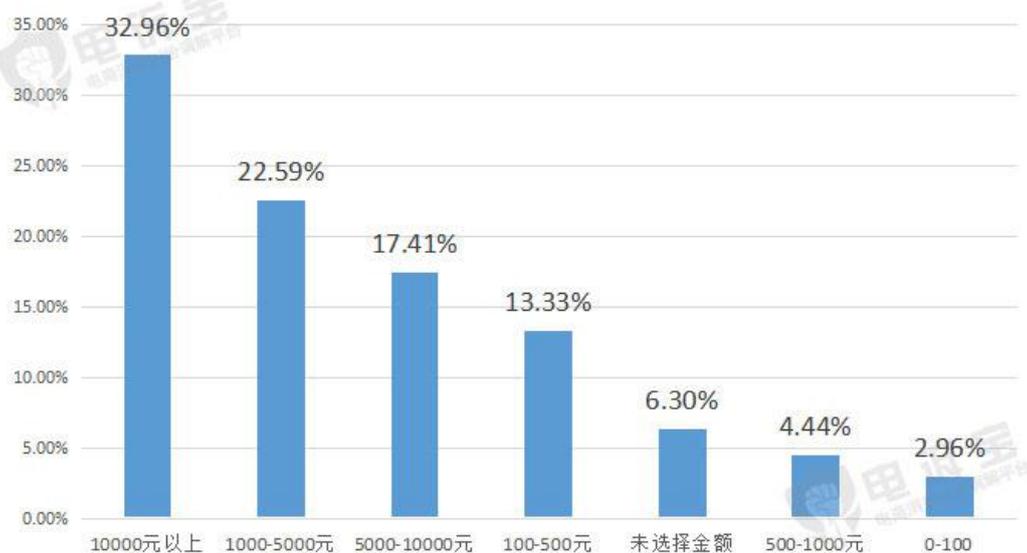
2020年（上）在线教育投诉用户性别分布



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）在线教育投诉金额分布



图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

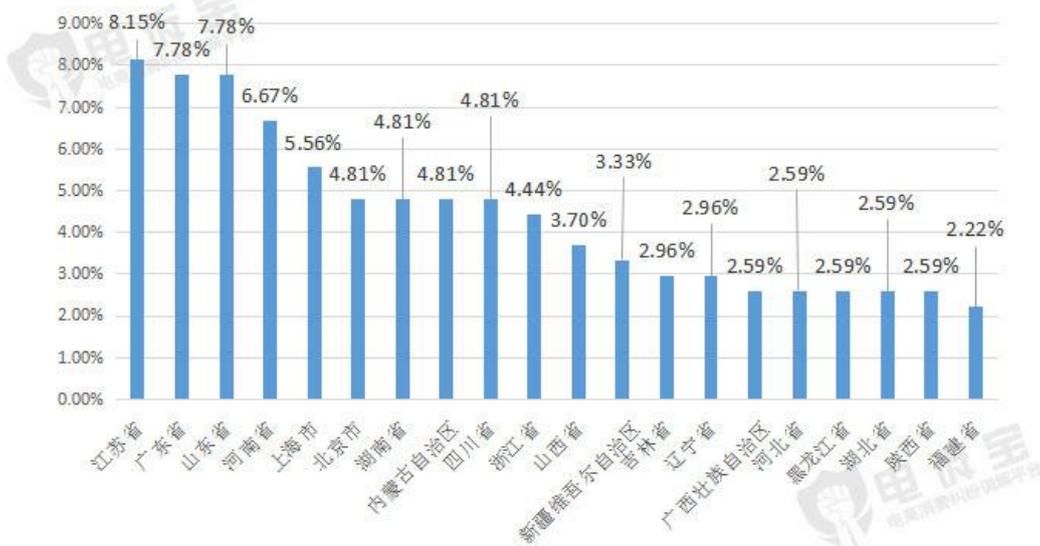
数据来源：WWW.100EC.CN

2020年上半年期间，投诉在线教育的用户性别占比分别为男性（27.78%）、女性

(72.22%)；投诉金额区间前三依次为 10000 元以上 (32.96%)、1000-5000 元 (22.59%)、5000-10000 元 (17.41%)。

(三) 投诉地区分布

2020年（上）在线教育用户投诉地区分布



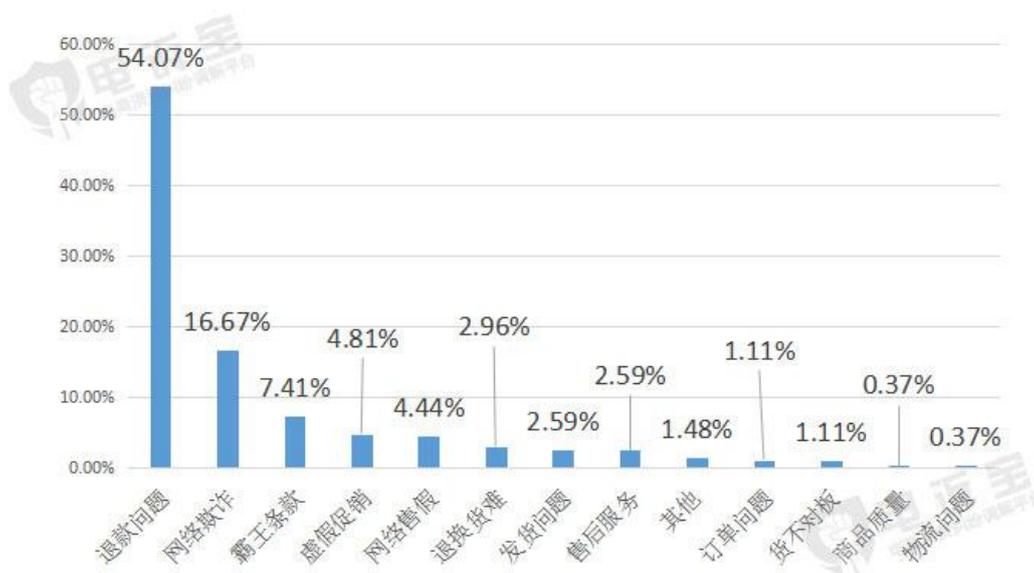
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

2020 年上半年期间，投诉在线教育的用户集中地前三依次为江苏省、广东省、山东省，占比分别为 8.15%、7.78%、7.78%。

(四) 投诉问题类型分布

2020年（上）在线教育投诉问题类型分布



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、网络欺诈、霸王条款、虚假促销、网络售假、退换货难等是2020年上半年期间在线教育投诉的主要问题。

三、典型案例

【典型案例一】“大塘小鱼”

上半年投诉数据



据“电数宝”电商大数据数据库（DATA.100EC.CN）显示，2020年（上）北京渔塘软件科技有限公司旗下“大塘小鱼”共获9次消费评级，均获“建议下单”评级。综上所述，2020年上半年大塘小鱼获“建议下单”评级。

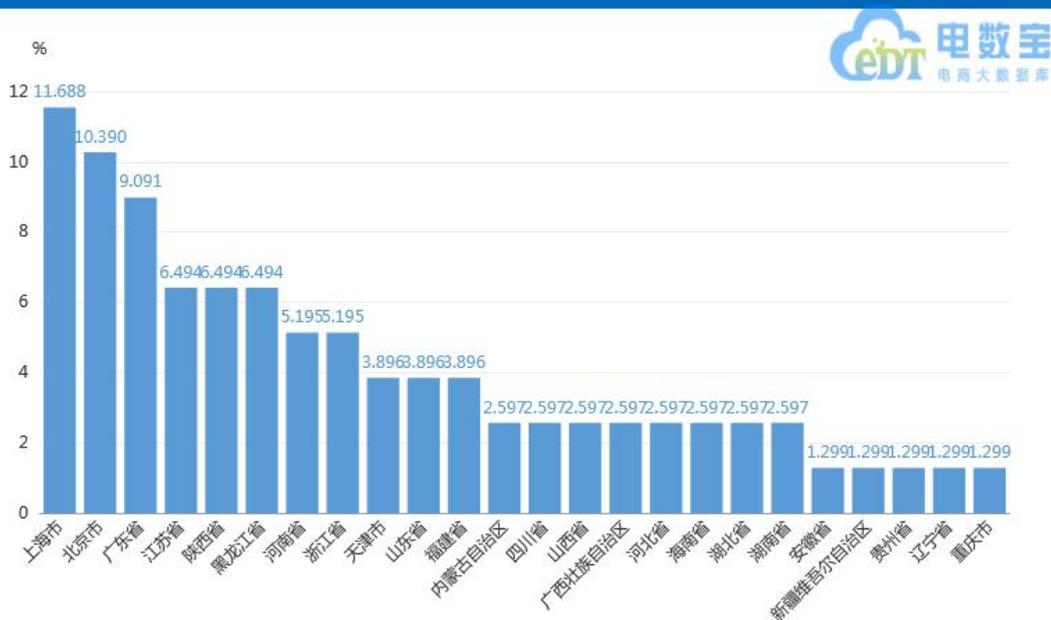
2020年（上）大塘小鱼月/季消费评级数据明细						
年份	时间段	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
2020年	7月	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
2020年	上半年	97.26%	0.956	5.000	0.886	建议下单
2020年	第二季度	105.56%	1.000	4.000	0.923	建议下单
2020年	6月	100.00%	1.000	6.000	0.930	建议下单
2020年	5月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2020年	4月	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
2020年	第一季度	98.31%	0.946	6.000	0.905	建议下单
2020年	3月	96.30%	0.919	2.000	0.817	建议下单
2020年	2月	95.83%	0.958	10.000	0.967	建议下单
2020年	1月	100.00%	1.000	10.000	1.000	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“大塘小鱼”的用户主要集中地依次为上海市、北京市、广东省、江苏省、陕西省、黑龙江省。

大塘小鱼2020年上半年投诉者地区占比图



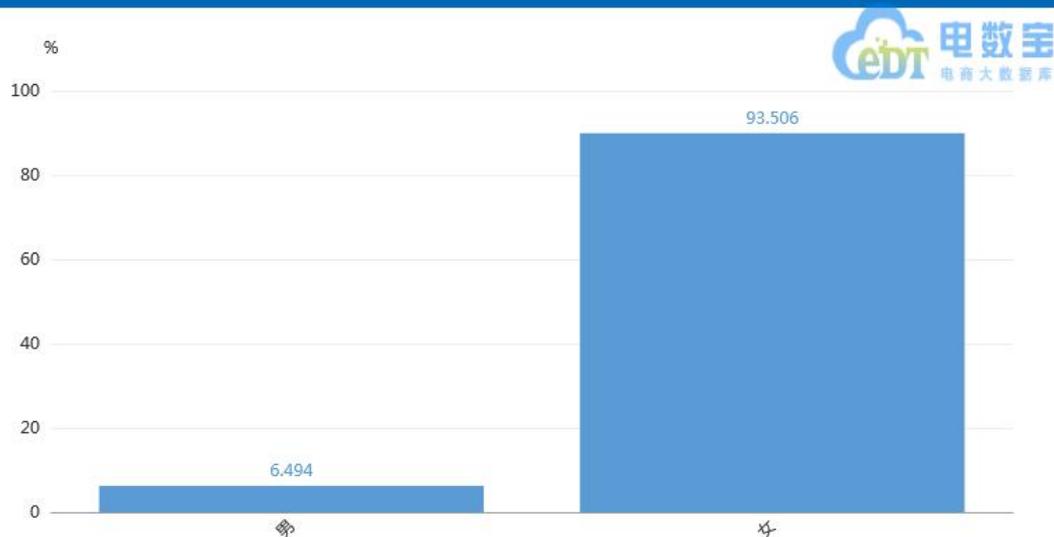
图表编制：电数宝

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“大塘小鱼”的用户中，男性占比 6.494%，女性占比 93.506%。另外，用户投诉“大塘小鱼”的消费金额在 100-500 元区间、1000-5000 元区间、500-1000 元区间的占比较多，分别为 41.558%、12.987%、12.987%。

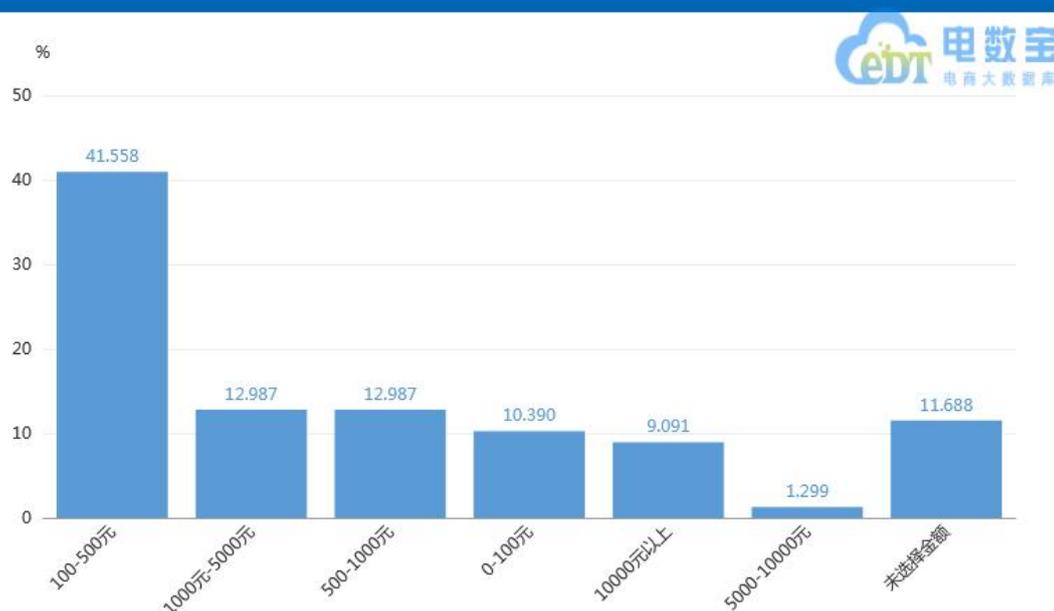
大塘小鱼2020年上半年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

大塘小鱼2020年上半年投诉金额占比图



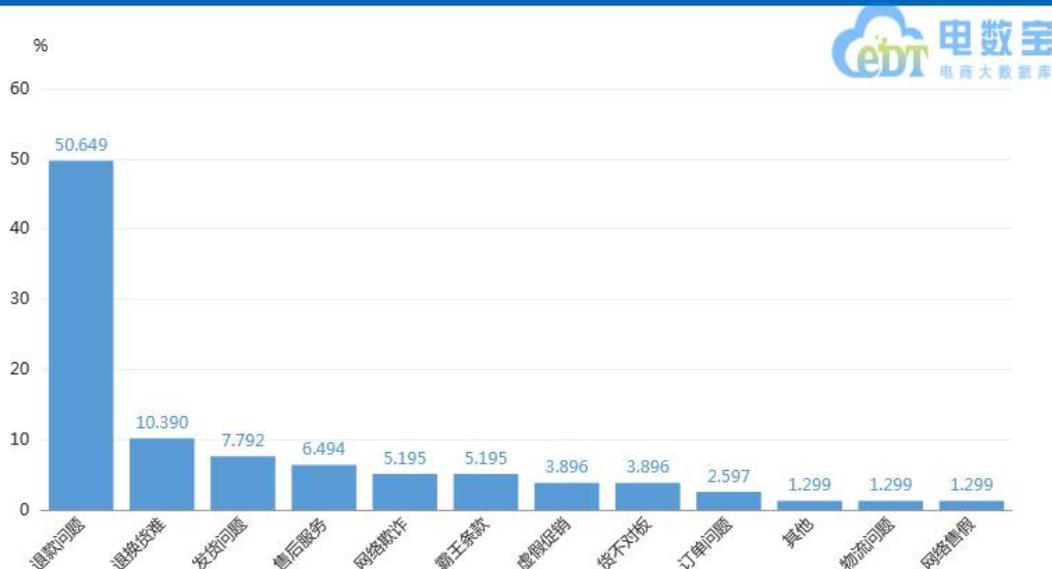
图表编制：电数宝

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，“大塘小鱼”存在退款问题、退换货难、发货问题、售后服务、网络欺诈、霸王条款等问题。

大塘小鱼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】“大塘小鱼”宣传赠品不予赠送 售后引不满 回复：已处理

李女士于2020年6月15日上午九点用微信在“大塘小鱼”绘本课堂公众号上下单购买大塘小鱼【学完返学费799元+送当童话精粹遇见艺术巨匠25册礼盒装+1门双倍返笃局课】全能宝宝暑假班的799网络课程，总共两单，下单时页面显示【学完返学费799元+送当童话精粹遇见艺术巨匠25册礼盒装+1门双倍返笃局课】，付款成功后，却不赠送1门双倍到赌局课，联系客服说是前一天晚上14号晚上11点就下架不赠送了，所以15号下单不能赠送，本人表示不合理，因为在我下单的时候页面上还是有显示赠送的。

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，“大塘小鱼”发来反馈称：我方已经和用户做了沟通，向用户做了解释说明，对于产品售后问题，给用户带来不便表示抱歉，将我方客服热线已经告知用户，已联系用户做妥善处理 用户回复：满意接受处理结果。

【案例二】“大塘小鱼”课程无法打卡 售后退款难 回复：已处理

何女士5月3日在新东方绘本馆的公众号用294.69元购买了“大塘小鱼”绘本馆的新加坡英语实验课(6月6日开课)。岂料6月7日，对方故意设置障碍，使我即使完全听完了

几次课程也不能成功打卡，显示未学习。之后所有的课程都无法继续学习了(因不能开锁)，和客服联系要求清除故障或者退款，他们就把我踢出群聊，不予理睬。

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，“大塘小鱼”发来反馈称：我方已经和用户做了沟通，向用户做了解释说明，对于产品售后问题，给用户带来不便表示抱歉并跟用户道歉。将我方客服热线已经告知用户，有问题可随时咨询，并联系用户帮用户特殊申请操作退款处理，用户回复：满意接受处理结果。

【典型案例二】“学慧网”

上半年投诉数据



据“电数宝”显示，2020年（上）北京学慧网络科技有限公司旗下“学慧网”共获5次消费评级，5次均获“谨慎下单”评级。综上所述，2020年上半年学慧网获“谨慎下单”评级。

2020年（上）学慧网月/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	7月	20.00%	0.000	0.000	0.100	不建议下单
2020年	上半年	91.67%	0.383	2.000	0.633	谨慎下单
2020年	第二季度	100.00%	0.242	2.000	0.633	谨慎下单
2020年	6月	100.00%	0.450	2.000	0.695	谨慎下单
2020年	5月	100.00%	0.000	0.000	0.500	谨慎下单
2020年	4月	50.00%	0.500	0.000	0.400	谨慎下单

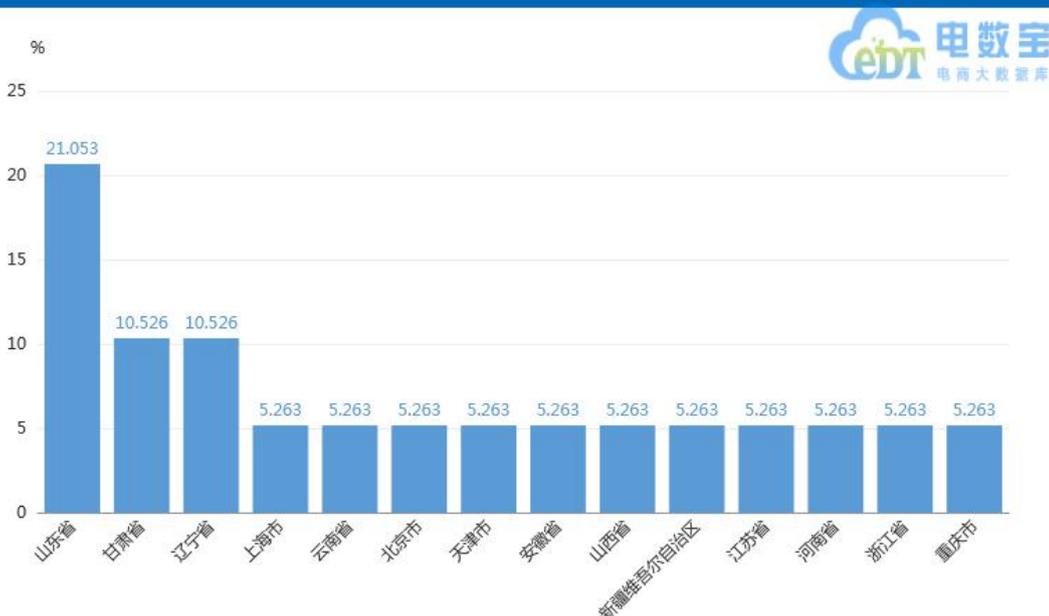
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉地区分布

据“电数宝”显示，2020年（上）投诉“学慧网”的用户主要集中地为山东省、甘肃省、辽宁省、辽宁省。

学慧网2020年上半年投诉者地区占比图



图表编制：电数宝

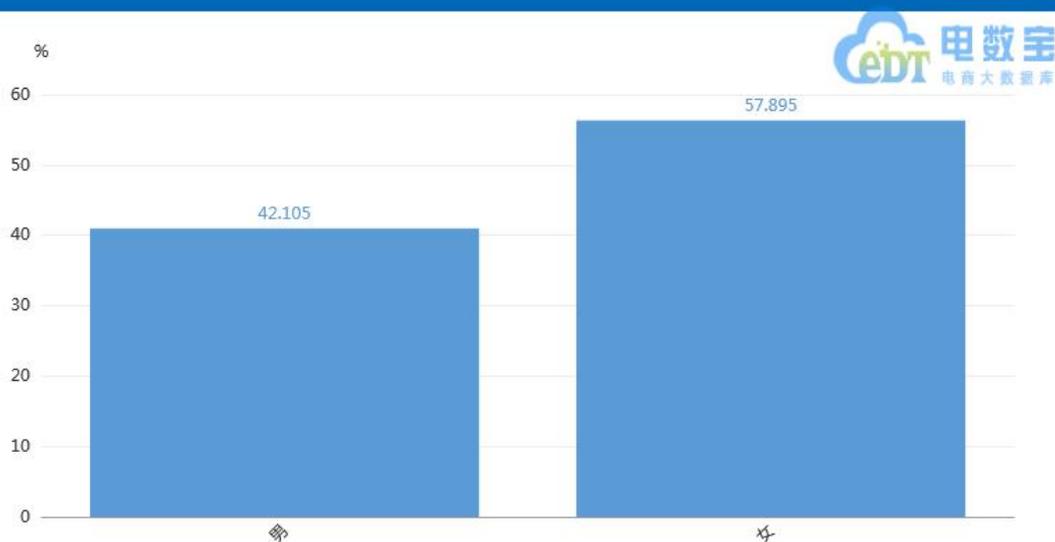
数据来源：WWW.100EC.CN

投诉性别及金额分布

据“电数宝”显示，在投诉“学慧网”的用户中男性的占比为42.105%，女性的占比为57.895%。另外，用户投诉“学慧网”的消费金额都集中在5000-10000元区间、1000-5000

元区间、10000元以上，占比分别为47.368%、31.579%、5.263%。

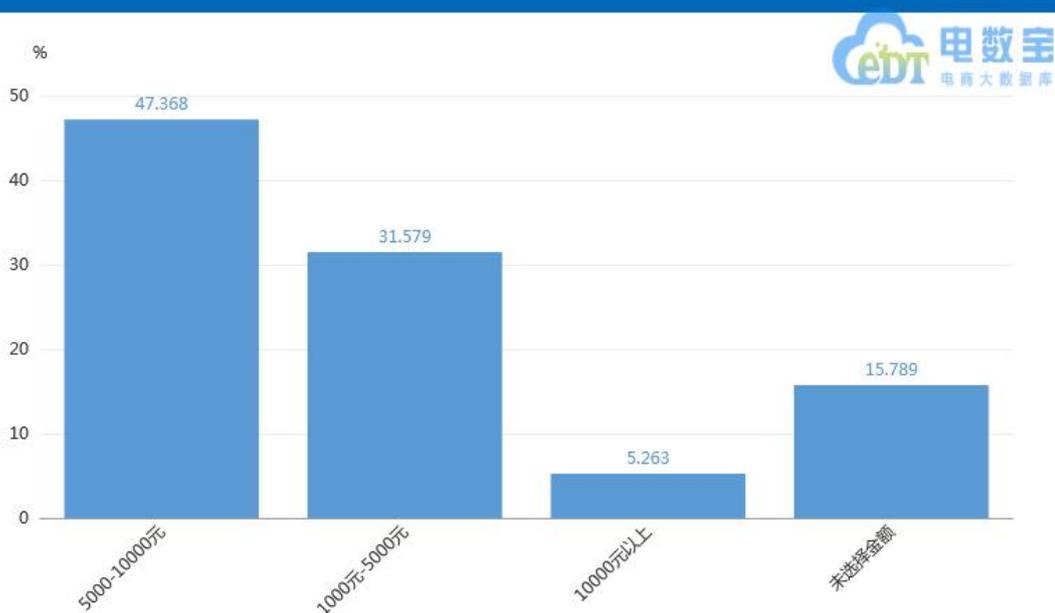
学慧网2020年上半年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

学慧网2020年上半年投诉金额占比图



图表编制：电数宝

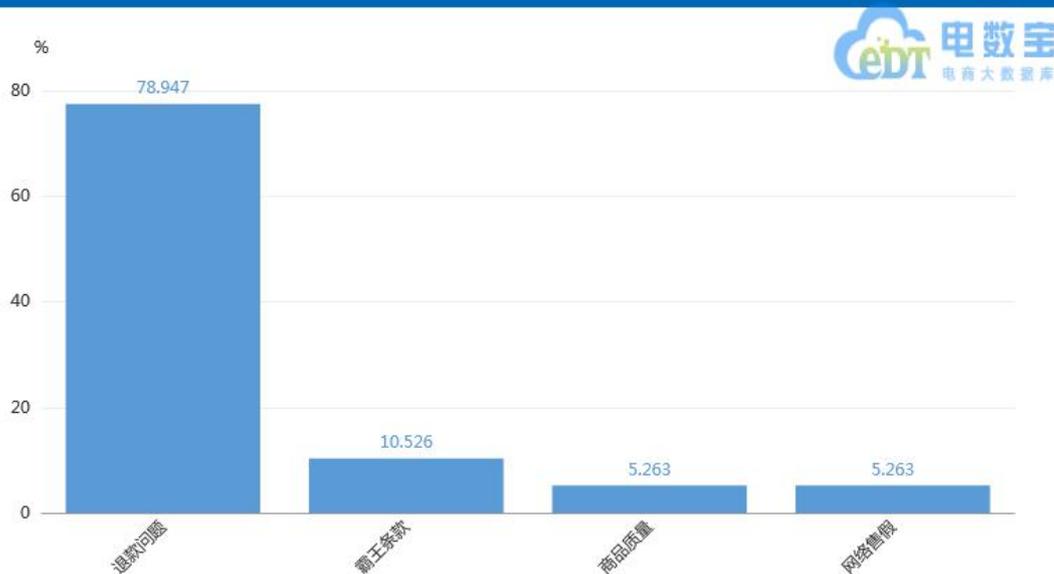
数据来源：WWW.100EC.CN

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，“学慧网”存

退款问题、霸王条款、商品质量、网络售假等问题。

学慧网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】“学慧网”报名课程质量遭吐槽 售后退款时限长 回复：已答复

颜先生于2019年9月28日与“学慧网”购买汉语言专业vip保障班5584元，出现了报名后无人跟踪学习进度，教学质量差，于是我于2020年6月份提出退款诉求，但是学慧网告诉我报名7日后不予退款，于是我通过黑猫投诉解决，在2020年6月16日学慧网售后跟我致电不予退费可以转班退差价的一个方案，我同意这个转班方案，但是差价退款是90个工作日才给退款。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，“学慧网”发来反馈称：联系学员沟通，查询学员课程状态，已过退费时效，无法办理退费，建议学员保留课程，或办理转班更换其他自己需要的课程，费用多退少补。

【案例二】“学慧网”售后退费 首付不予退还 回复：未协商一致

郑先生于2020年6月6日下午5点左右在“学慧网”平台报名了 专本连读-钻石班。当是因对方催的紧，签名时并未告知合同的一点相关内容。第二天，我发现网上有关于该平台大量负面新闻，所以我决定取消学习。但7日星期天无法办理，8日办理后，等到10

日才接到客服回复，但声称只取消分期付款，不退首付的 2760。我要求她把郑州的培训地址、负责人、电话给我，我想去和他们负责人当面谈，但对方并不同意，说只帮忙查一下郑州那边的电话，在十分钟后回过来，但一直没有回应。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，“学慧网”发来反馈称：联系学员，核实学员分期缴费报名课程，根据学员签署报名表，退费方案：为学员办理停分期，首付金额无法办理退费，学员不认可，投诉报名老师，学员提供相关凭证，为学员核实处理。

【典型案例三】“帮考网”

上半年投诉数据



据“电数宝”显示，2020年（上）重庆帮考教育科技有限公司旗下“帮考网”共获8次消费评级，3次获“建议下单”评级，1次获“谨慎下单”评级，4次获“不建议下单”评级。综上所述，2020年上半年“帮考网”获“不建议下单”评级。

2020年（上）帮考网月/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	7月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2020年	上半年	42.86%	0.286	2.000	0.360	不建议下单
2020年	第二季度	155.56%	0.667	2.000	1.038	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	2.000	0.860	建议下单
2020年	4月	100.00%	0.000	0.000	0.500	谨慎下单
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

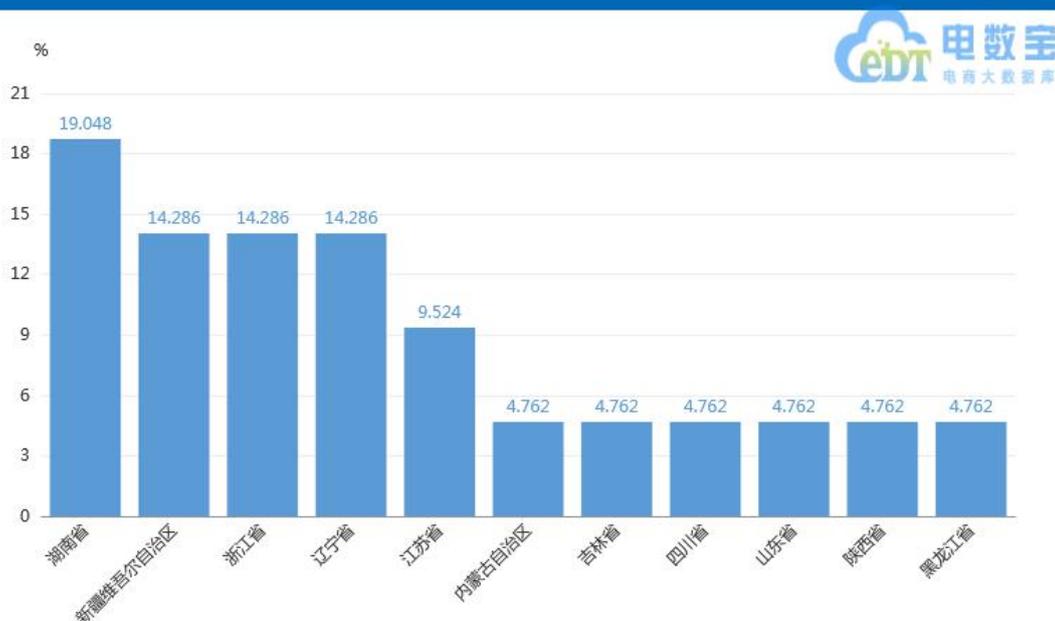
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉地区分布

据“电数宝”显示，2020年（上）投诉“帮考网”的用户主要集中地为湖南省、新疆维吾尔自治区、浙江省、辽宁省、江苏省。

帮考网2020年上半年投诉者地区占比图



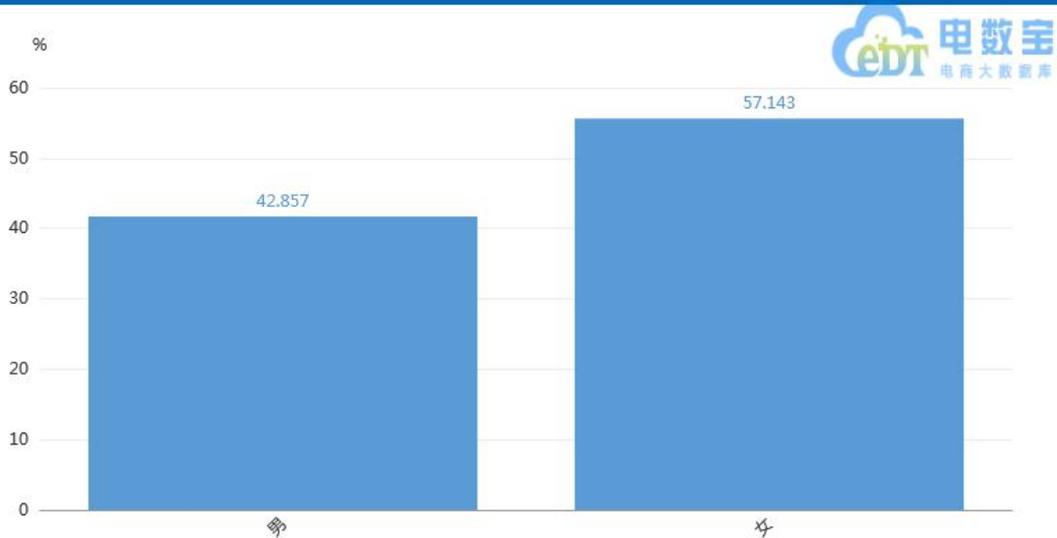
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉性别及金额分布

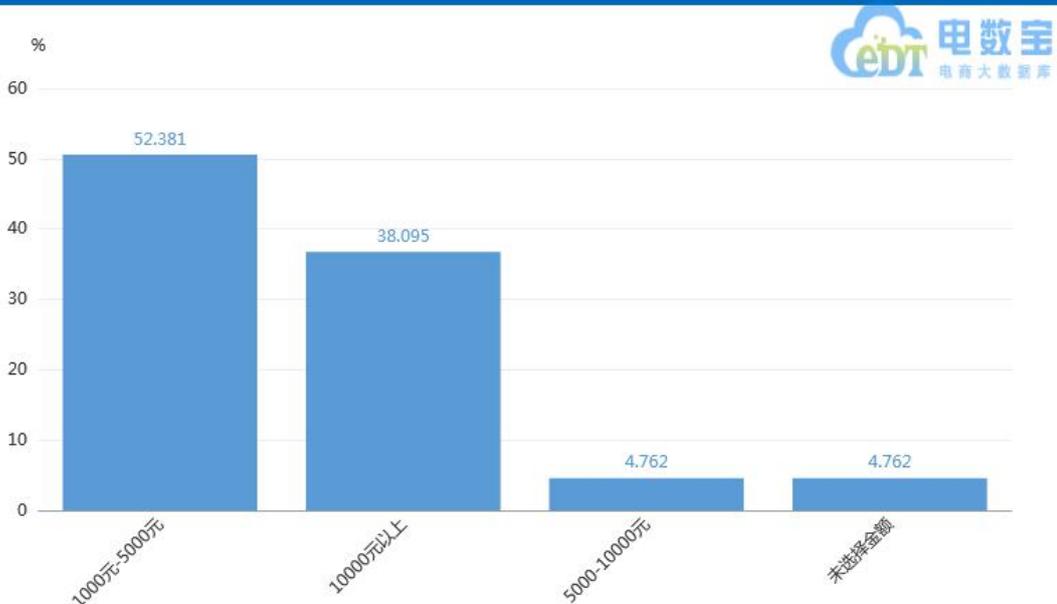
据“电数宝”显示，在投诉“帮考网”的用户中男性的占比为42.857%，女性的占比为57.143%。另外，用户投诉“帮考网”的消费金额都集中在1000-5000元区间、10000元以上、5000-10000元区间，占比分别为52.381%、38.095%、4.762%。

帮考网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

帮考网2020年上半年投诉金额占比图

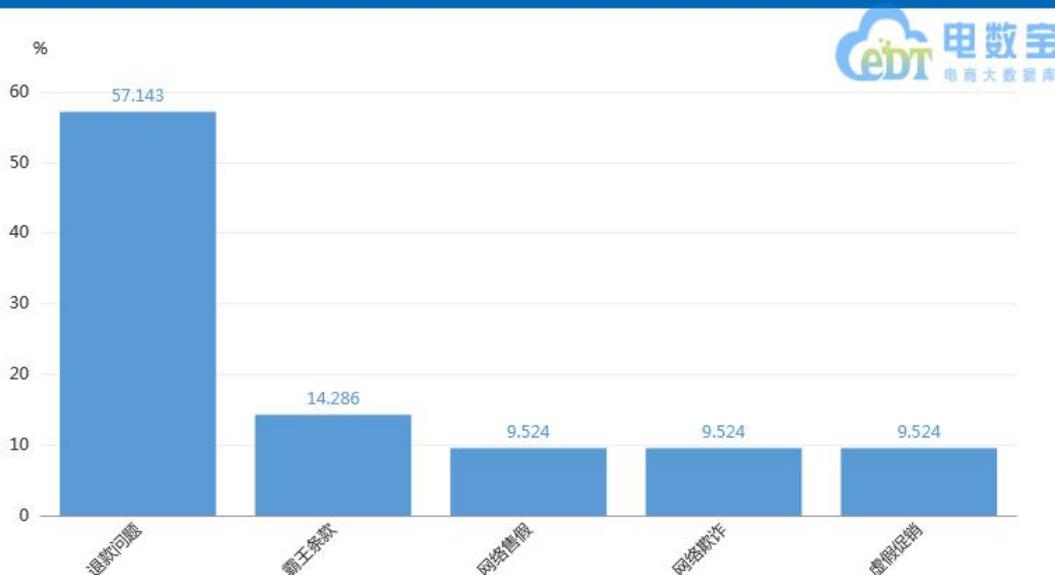


图表编制：电数宝 数据来源：WWW.100EC.CN

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，“帮考网”存退款问题、霸王条款、网络售假、网络欺诈、虚假促销等问题。

帮考网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】“帮考网”疑虚假宣传 退款因不符合条件遭拒 回复：已处理

叶女士于4月30日购买“帮考网”注会课程，推销员一直向我承诺每天学习两三个小时就够了，会有老师监督督促我学习，老师讲课都是大白话，很容易学，我买了课程之后发现每天要学四五个小时，认真听课也听不懂，而且我不联系老师，老师根本不管我。我想退款，他们以不符合退款条件为由拒绝。他们要求在24小时内可以要求退款，可是用了才知道24小时根本就不足以了解他们的情况，刚好我买的时候是五一，有安排自己的事，他们对自己的要求又很低，五六天才把课件材料寄到。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，“帮考网”发来反馈称：第一时间与用户取得联系，并积极协商处理方案。目前已与用户协商达成一致。

【案例二】“帮考网”宣传与实际不符 售后退款遭拒 回复：已处理

牛先生于2020年5月28日通过支付宝在“帮考网”app购买了帮考网《一级注册消防工程师》课程，之后发现与销售所描述不一致的情况（销售说上课是以直播形式讲课，而且

直播课程刚开始一个星期，实际情况却是课程回放，而且课程已经于2019年11月25日开始）所以就联系销售说因为资料太多，时间太短（2020消防工程师考试时间为2020年11月7日和8日）学习时间不足，要求帮考网退还费用，但是帮考网不同意退款。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，“帮考网”发来反馈称：积极与用户联系沟通。经与消费者协商，双方已协商达成一致，办理退款。

【典型案例四】“嗨学网”

上半年投诉数据



据“电数宝”显示，2020年（上）北京嗨学网教育科技有限公司旗下“嗨学网”共获9次消费评级，均获“不建议下单”评级。综上所述，2020年上半年嗨学网获“不建议下单”评级。

2020年（上）嗨学网月/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	7月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	上半年	0.79%	0.008	0.000	0.006	不建议下单
2020年	第二季度	2.44%	0.024	0.000	0.020	不建议下单
2020年	6月	9.09%	0.091	0.000	0.073	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
2020年	1月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

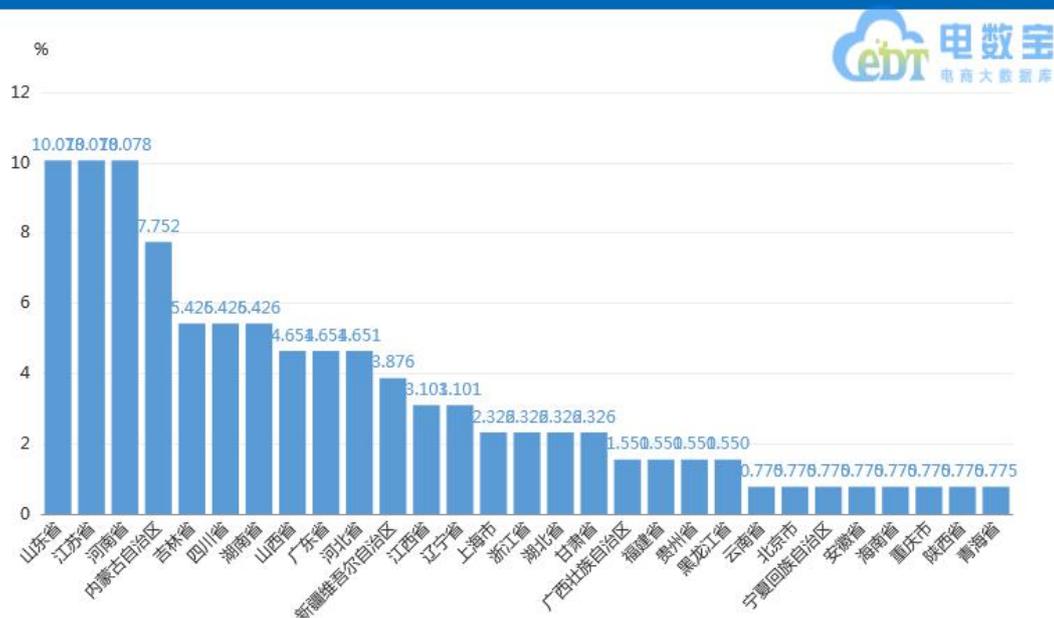
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉地区分布

据“电数宝”显示，2020年（上）投诉“嗨学网”的用户主要集中地为山东省、江苏省、河南省、内蒙古自治区、吉林省、四川省、湖南省。

嗨学网2020年上半年投诉者地区占比图



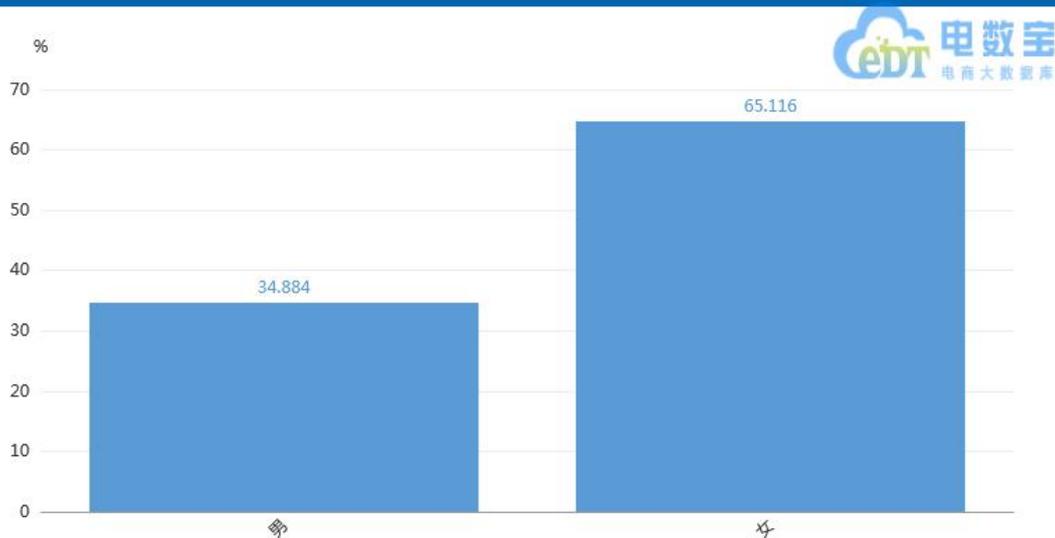
图表编制：电数宝

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“嗨学网”的用户中男性、女性的占比分别为 34.884%、65.116%。另外,用户投诉“嗨学网”的消费金额都集中在 10000 元以上、1000-5000 元区间,5000-10000 元区间,占比分别为 49.612%、26.357%、20.930%。

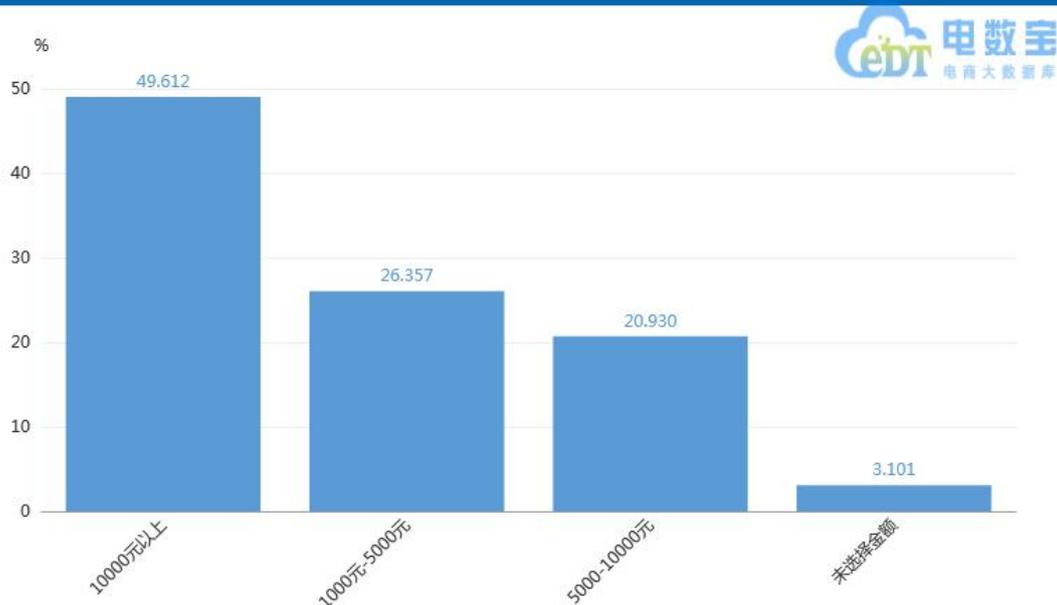
嗨学网2020年上半年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

嗨学网2020年上半年投诉金额占比图



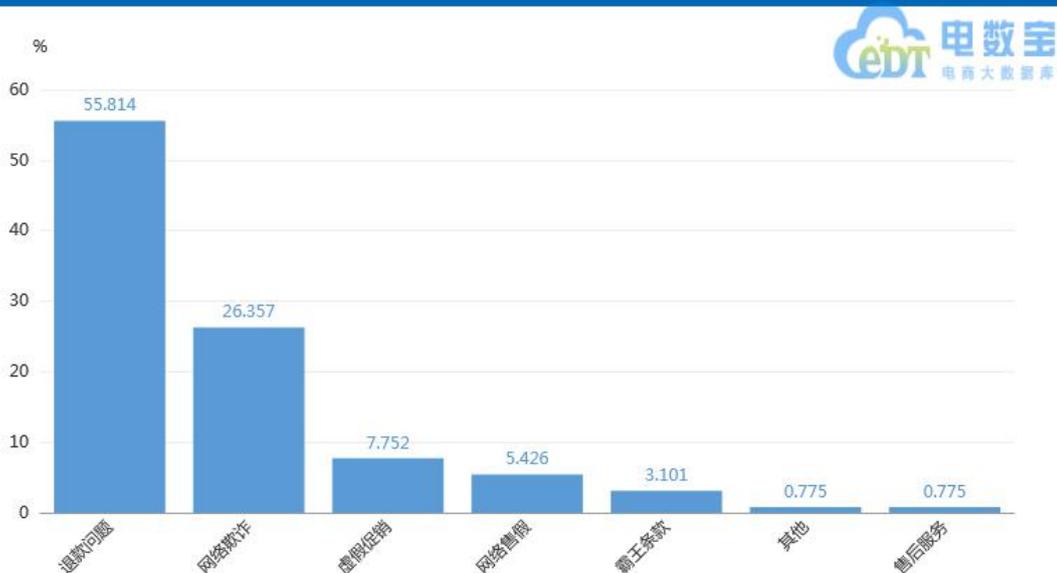
图表编制：电数宝

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，“嗨学网”存在退款问题、网络欺诈、虚假促销、网络售假、霸王条款等问题。

嗨学网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】“嗨学网”遇诱导消费 售后别告知再考也“无用功”

6月，“电诉宝”接到尚女士投诉称于2019年7月7日在“嗨学网”6500元购买消防工程师课件，销售老师诱导欺骗说大专以下学历可以走企业团报代报名考试，通过考试拿证书挂在代报名的企业，2019年9月通过代报名老师网络报名在江苏省消防企业单位，在中国人事网报名审核通过，我于2019年11月9日，10日参加消防考试，通过一门案例科目，今年重修，联系嗨学班主任老师，老师告诉我将来考试成绩合格也无法通过审核。

【案例二】“嗨学网”缴费后需二次缴费 售后服务差

6月“电诉宝”接到张女士投诉称她于2018年12月31日在“嗨学网”报名参加了一级消防工程师的学习，当时销售人员承诺考试不通过全额退费。当我申请退费时却发现需要在成绩出现15天之内退费，并且要求有学习时长，而这些内容在当初并没有任何一位工作人员来提醒我。在与嗨学网交涉的过程中，我才偶然间知道，我根本不具备申报消防一级工程师的资格，而销售人员也没有提醒过我，却还要我继续交费重修。并且在考试期间，无数销售人员打电话让我交6000或8000或12,000元保证我一次通过直接下证。

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。

【典型案例五】“DaDa 英语”

上半年投诉数据



据“电数宝”显示，2020年（上）上海卓赞教育科技有限公司旗下“DaDa 英语”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 DaDa 英语获“不建议下单”评级。

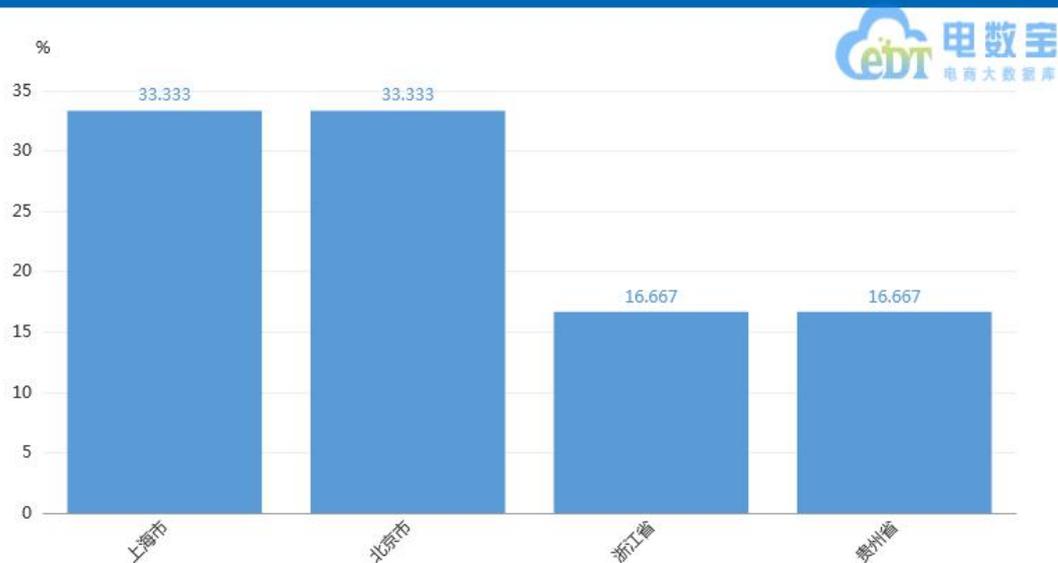
2020年（上）DaDa英语月/季消费评级数据明细						
年份	时间段	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
2020年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	6月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

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“DaDa 英语”的用户主要集中地为上海市、北京市、浙江省、贵州省。

DaDa英语2020年上半年投诉者地区占比图



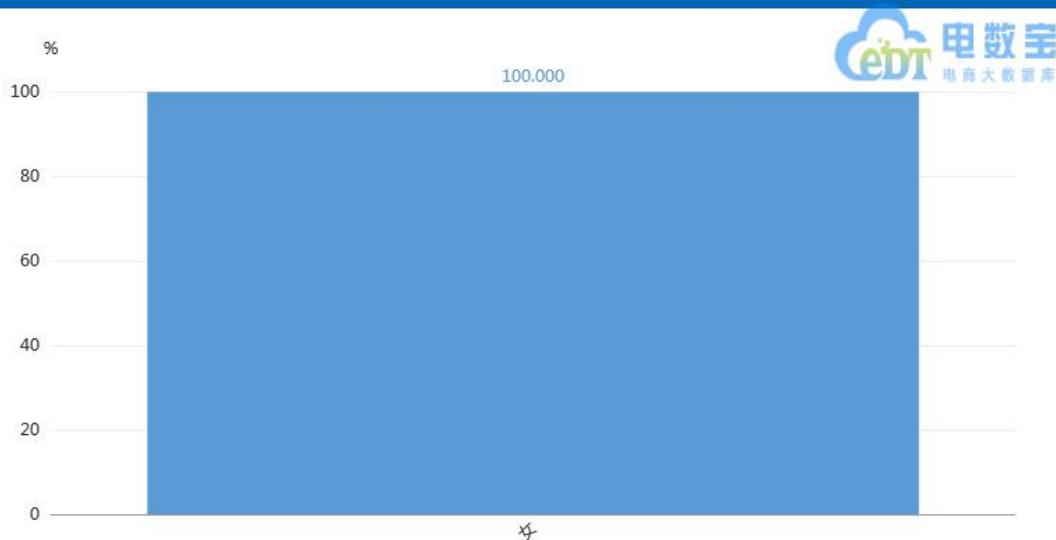
图表编制：电数宝

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“DaDa 英语”的用户中女性的占比为 100%。另外，用户投诉“DaDa 英语”的消费金额都集中在 5000-10000 元区间，10000 元以上，占比分别为 50.000%、33.333%。

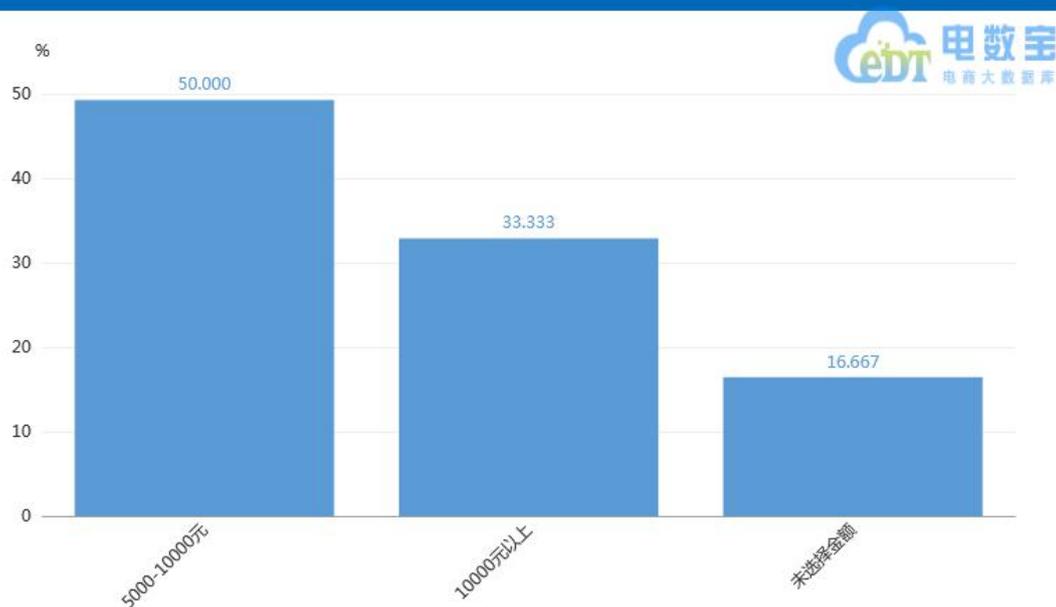
DaDa英语2020年上半年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

DaDa英语2020年上半年投诉金额占比图



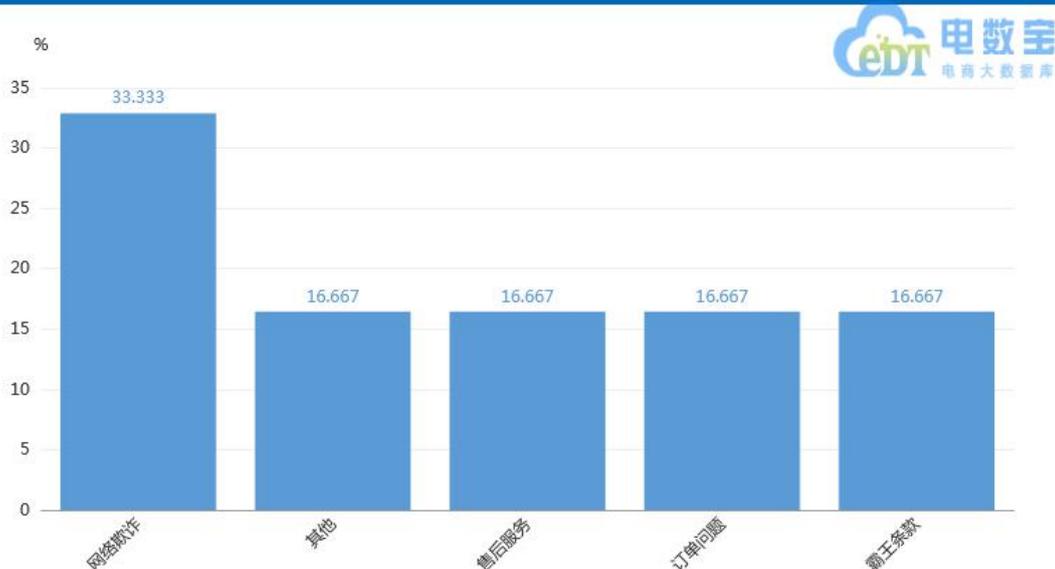
图表编制：电数宝

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，“DaDa 英语”存网络欺诈、售后服务、订单问题、霸王条款等问题。

DaDa英语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】“DaDa 英语”课程被“偷梁换柱” 授课质量遭吐槽

2020年6月15日，“电诉宝”接到浙江省的许女士投诉称她于2018年5月和2019年12月购买的上海卓赞教育科技有限公司旗下DaDa英语课程包，包含外教主修课，主修课为30分钟/节，且购课时dada公司承诺所有课程均无有效期。2020年6月10日，DaDa公司擅自将48节一对一主修课变成了所谓的口语课，30分钟每节课变成了25分钟每节课，固定资质外教变成了无资质国籍混乱闲散人员，固定教材也被改变。同时，210节无有效期的主修课全部被强制加上了有效期。

【案例二】“DaDa（哒哒）英语”课程内容被无故修改 售后困难

6月，王女士投诉称她于2017年10月“哒哒英语”产品，6月10日，哒哒英语单方系统升级擅自修改条约，把我账号内可以提现的500元奖学金擅自升级成钻石无法提现，同时将当时哒哒方承诺的转介绍或赠课或分享朋友圈转赠课的24接客擅自修改成24接，时长只有25分钟，无固定老师的口语精灵课。并且加上有课时有效期。

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。

【典型案例六】“中华会计网校”

上半年投诉数据



据“电数宝”显示，2020年（上）北京东大正保科技有限公司旗下“中华会计网校”共获7次消费评级，均获“不建议下单”评级。综上所述，2020年上半年中华会计网校获“不建议下单”评级。

2020年（上）中华会计网校月/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	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

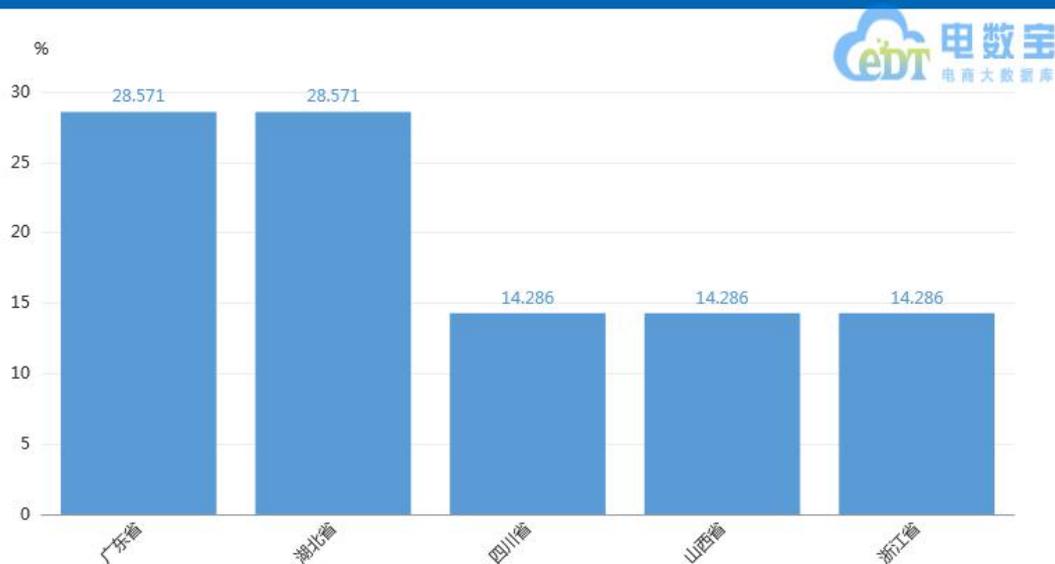
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉地区分布

据“电数宝”显示，2020年（上）投诉“中华会计网校”的用户主要集中地为广东省、湖北省、四川省、山西省、浙江省。

中华会计网校2020年上半年投诉者地区占比图



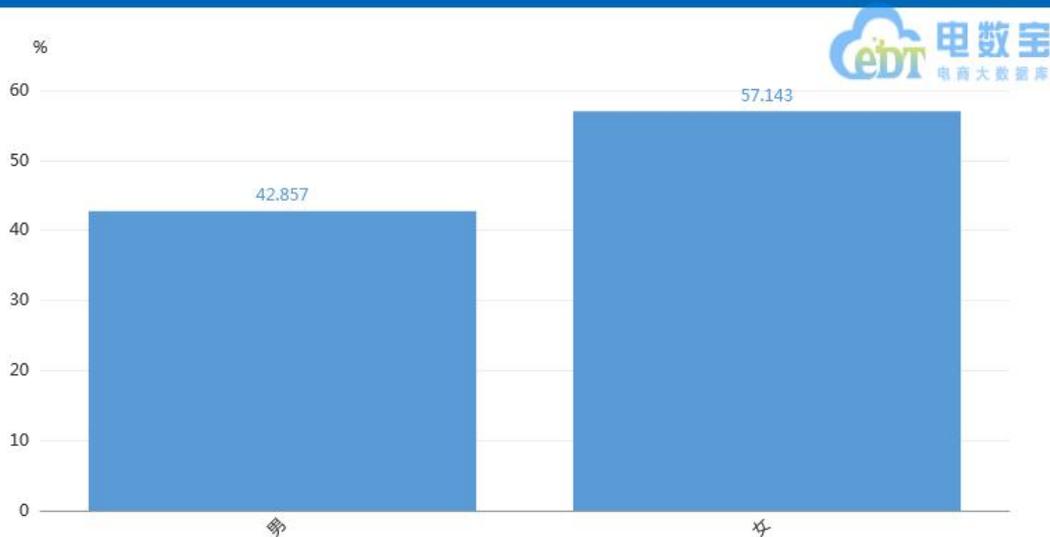
图表编制：电数宝

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“中华会计网校”的用户中男性、女性的占比分别为 42.857%、57.143。另外，用户投诉“中华会计网校”的消费金额都集中在 1000-5000 元区间，占比分别为 42.857%。

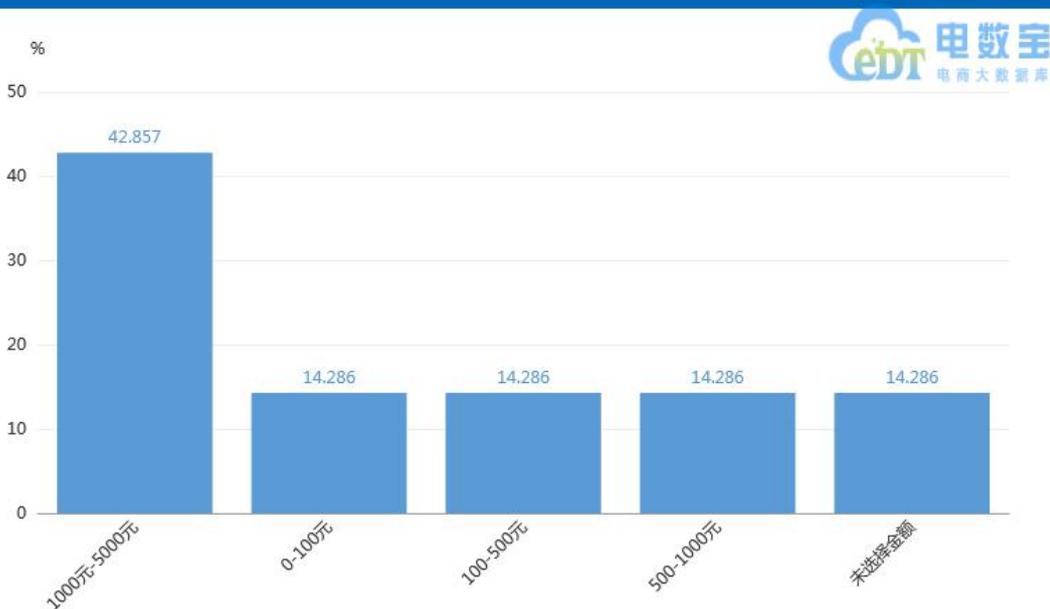
中华会计网校2020年上半年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

中华会计网校2020年上半年投诉金额占比图



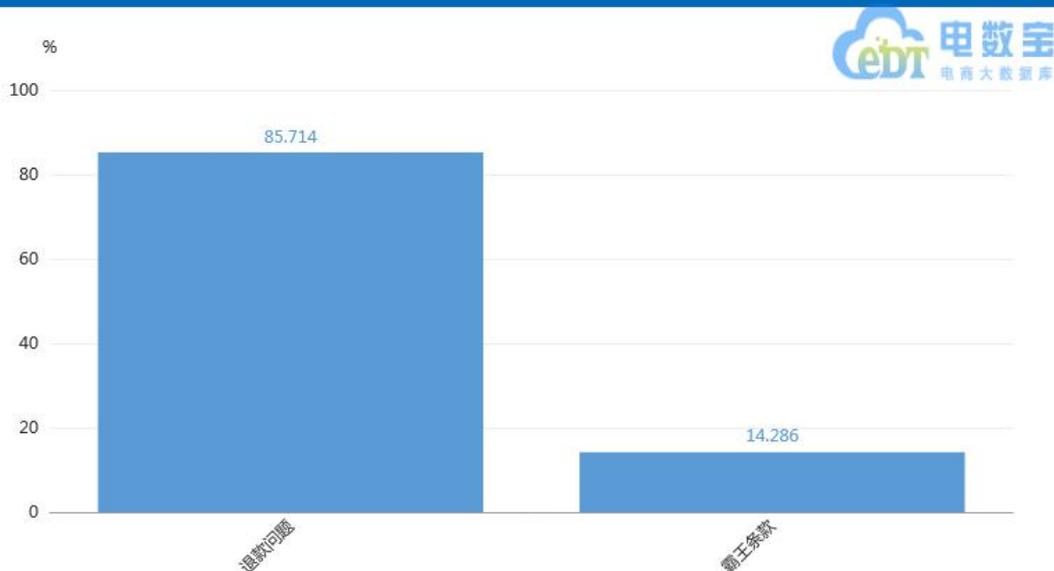
图表编制：电数宝

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，“中华会计网校”存退款问题、霸王条款等问题。

中华会计网校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】“中华会计网校”误购商品 售后退款遭拒

谢女士于2020年6月15日中午11点21分在“中华会计网校”网页购买《中级会计经济法课程》，同时用支付宝支付人民币738元，由于本人原因本次支付属于误购，并未在线观看和下载该课程任何内容，并于当日2020年6月15日中午11点24分致电客服要求退款，被客服以多种理由拒绝。

【案例二】“中华会计网校”用户遇霸王条款 售后退款只退网校账号

6月15日，“电诉宝”接到汪女士投诉称于2018年在中华会计网校误买课程（订单没有成立，所以查不到订单号），当时就进行了退款处理。结果客服说钱只能退到网校帐户下面不能退到付款的银行卡上。现在已经不学这方面课程了，帐户上的余额，网站却说当时是报的课，所以钱只能退到网校，现在只能购买网站的书或者课程。首先当初我误报了课程，网校就把钱非要退到网校帐号（霸王条款），其次，现在我要求退款的时候，网校却以是误报课程这一操作为理由，不能退到我卡上。

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。

【典型案例七】“尚德机构”

上半年投诉数据



据“电数宝”显示，2020年（上）北京尚德在线教育科技有限公司旗下“尚德机构”共获6次消费评级，均获“不建议下单”评级。综上所述，2020年上半年尚德机构获“不建议下单”评级。

2020年（上）尚德机构月/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	7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	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

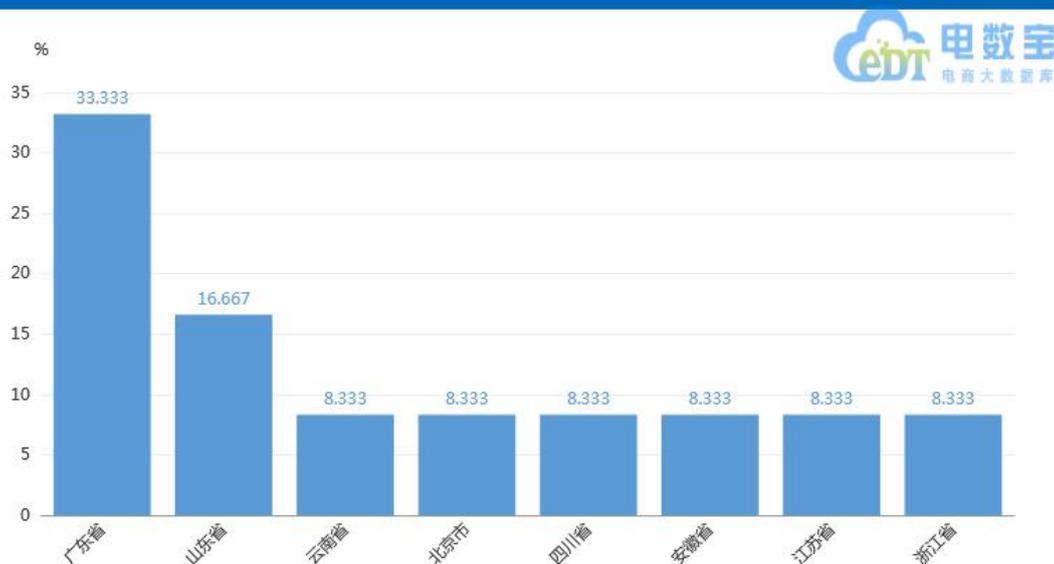
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉地区分布

据“电数宝”显示，2020年（上）投诉“尚德机构”的用户主要集中地为广东省、山东省、云南省、北京市、四川省、安徽省、江苏省、浙江省。

尚德机构2020年上半年投诉者地区占比图



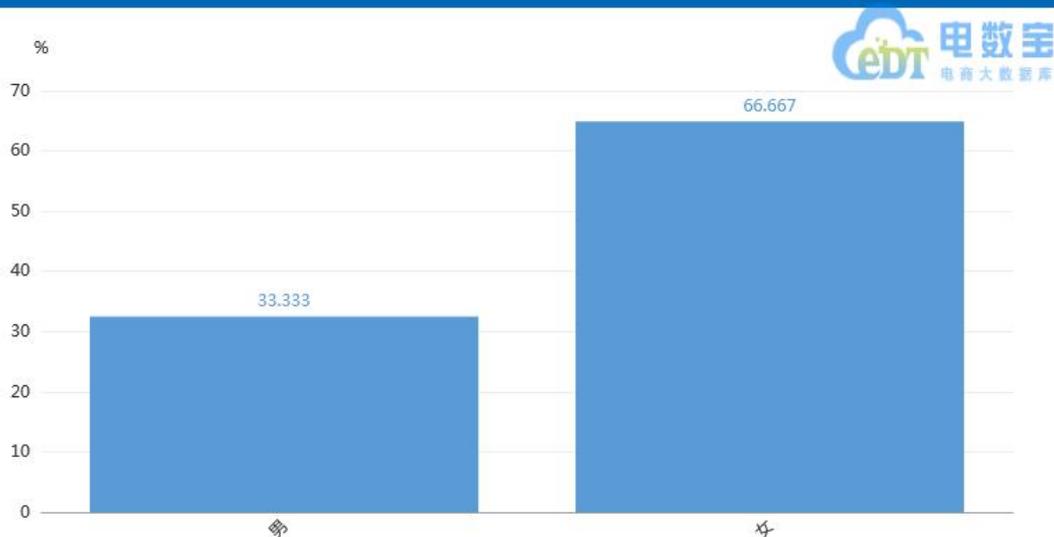
图表编制：电数宝

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“尚德机构”的用户中男性、女性的占比分别为 33.333%、66.667%。另外，用户投诉“尚德机构”的消费金额都集中在 5000-10000 元区间, 100-500 元区间、10000 元以上、1000-5000 元区间，占比分别为 50.000%、16.667%、16.667%、16.667%。

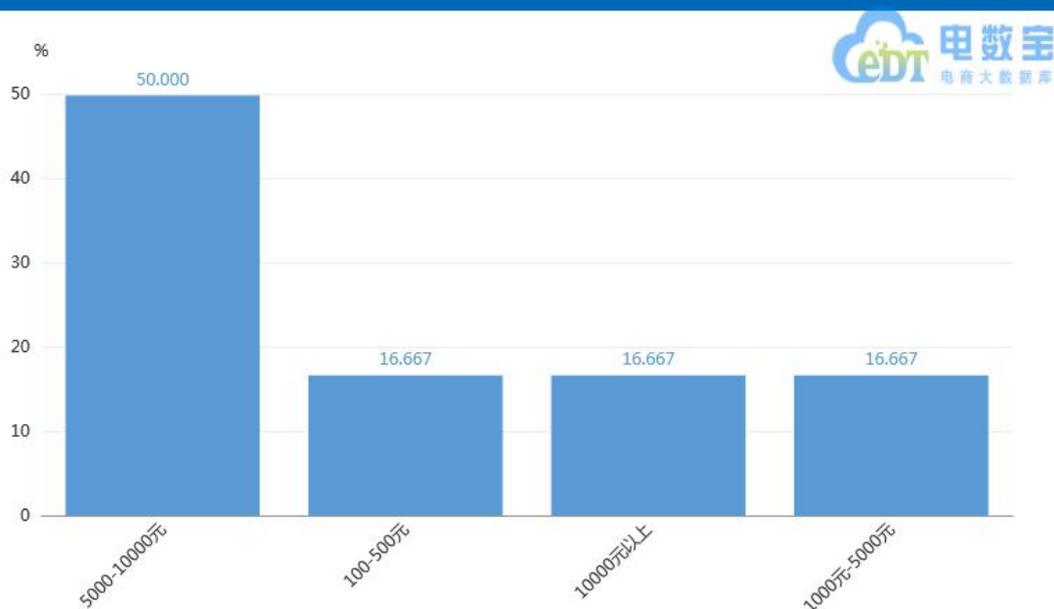
尚德机构2020年上半年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

尚德机构2020年上半年投诉金额占比图



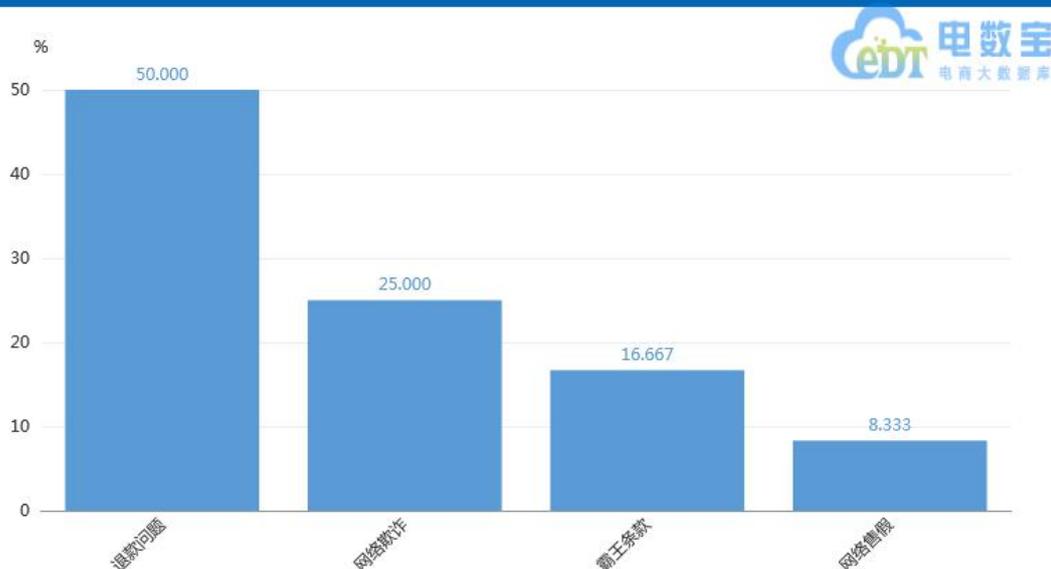
图表编制：电数宝

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，“尚德机构”存退款问题、网络欺诈、霸王条款、网络售假等问题。

尚德机构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】“尚德机构”疑诱导消费 售后退款“难于上青天”

6月2日，袁女士2018年9月在“尚德机构”报名，当时说的是一对一在线教育，一开始觉得13800有点高，就没打算报名，他们一直说最后一天最后一次，不用学习英语等等一些话，钱不够让网贷，后来学习一段时间发现不是这样的，中途咨询过可以退吗，一直诱导我说不可以啊，能改课程啊，能更文化程度啊，当时只有初中学历，就放弃了退学的念头，现在发现尚德的学历根本就不是那样的，很多企业都不认可，并且上课都是一个老师在看课本照读，提问的都是不回答，有时候讲的和现实都不一样，一直在给我们灌输不是正的价值观和思想，现在要求退费，还说什么都是你自己的原因啊，打不通电话一直说是我的原因，不签订最后的售后合同是我要求太高，就不应该给我，电话还说，我文化程度低。

【案例二】“尚德机构”618讲课变活动宣传 报考容易退费难

四川省的陈先生在抖音上刷到“尚德机构”广告1块钱考本科，在加微信群直播每个人分期付款考学历，刚开始两天讲一些用得着的考试问题，618当日开始宣传活动，享受大礼包活动还能享受分期付款学费，当准备联系尚德退款就遇到各种电话骚扰，退款遇到推诿，告知需1到5个工作日才能退款还需要领导审批。

【典型案例其他】

【案例一】“英语流利说”诱导消费购买课程 售后退款久未到账

2020年3月19日，“电诉宝”接到广东省的余女士投诉称她于2019年初在上海流利说信息技术有限公司“英语流利说”花99元短期学习一段时间后，被班主任推销可以继续续费上小班课，继续提高自己的英语，该课程持续1年，因工作忙，没有时间学习，刚开始并不打算继续购买课程。班主任反复营造课程名额即将售罄，不能再继续享有优惠，课程购买1年后，我可以在任意时间开始上课，或者取消课程退款，因此于2019年4月29日，购买了2999元的小班课程。现在由于个人原因，遂申请退款。在和官方客服反复沟通后，英语流利说答应于10个工作日内退款到账。但如今8个工作日过去了，余女士在未收到退款的情况下，向官方客服求证是否在10个工作日内能够完成退款。官方客服又回复我说，退款时限变成15个工作日。3月19日早上我收到了官方客服通知，由于扣款失败等原因，需要我重新提供银行卡信息，会帮我加急处理退款，然而即使是加急退款，我仍然需要重新等待10个工作日。

【案例二】“兰迪少儿英语”退款难 售后退款专员态度引不满

广东省的周女士于3月17日在杭州旦悦科技有限公司旗下“兰迪少儿英语”报了8800的课程，但是因服务和上课时间不满足于3-20申请退款，兰迪工作人员表示报课后未上过一节需要扣除300元手续费，退款的金额为8500，并将于15个工作日到账。但至今一直未处理，周女士曾多次致电兰迪公司客服各种理由推脱，退款专员的态度也非常恶劣。

【案例三】“51Talk 无忧英语”因故取消订单 售后退款难

2020年4月25日，“电诉宝”接到江苏省的徐女士投诉称她于2016年在北京大生知行科技有限公司旗下“51Talk 无忧英语”购买了1802课时的51talk课时包，后因到期限没上几次又被课程顾问忽悠买了另外180次的课时包。2017年开始一是因为家里老人生重病需要护理，二是平台人员流动性大、教学质量下降、约不到满意的师资，一直没有上课（总共加赠送课程共400节课只上了69节，还余331节），所以又快到期向客服提出延期或者退款，但51talk坚决不同意，提出除非续费（150次课程）或扣课才能延期的最终方案，完全没有协商余地。

【案例四】“沪江网校”课程遭用户吐槽 售后退费难

6月2日，“电诉宝”接到青海省的晏女士投诉称她于2018年7月23日以16350的价格在沪江教育科技（上海）股份有限公司旗下“沪江网校”客服洗脑下用学信宝分期12期购买沪江网校一对一英语高效课程，出现退费难的问题，在没有收到任何发票合同的情况下，单方面已公司合同规定超过7天的理由拒绝退款，同时因上课感受不佳（上课时外教直接飙脏话，中教不专业）沪江客服各种洗脑让坚持继续上课，报名一年后坚持要求退款，校方客服拒绝退费，态度还很恶劣，从报名到最后没有收到任何合同与发票，现在却表示不能退款，理由是合同有规定，合作之前也只是发过一段文字说7天过后不能退款。

【案例五】“华图教育”下单课程久未发货 售后客服无处理

汪先生于2020年2月4号在北京华图宏阳教育文化发展股份有限公司旗下“华图教育”app上购买的中学教师资格证网课，上面配有课本资料一直不发货。我联系他们客服也一直没有反应。马上就要考试了，没有课本资料对我的复习有很大影响。

【案例六】“学霸君1对1”用户终止合同 退款久未到账

5月29日，“电诉宝”接到上海市的叶女士投诉称于19年6月13日在网上订购了上海谦问万答吧云计算科技有限公司旗下“学霸君在线1对1”在线辅导学习120课时共RMB20400.实际消费26课时合计RMB4420元+手续费RMB300共RMB4720元。202005月止已付款RMB18870元，应退回RMB14150元。于2020年2月3日在线微信向班主任提出终止该服务。当时客服回复说要收到终止意愿，退费要20-30个工作日。之后打客服电话，一直都在回复我说已到退费组办理中，到今天2020年05月28日还未退款。

【案例七】“英孚教育”诱导消费下单 因调剂引不满售后难

5月7日，“电诉宝”接到北京市的郑先生投诉称于2019年5月在上海英培商务咨询有限公司旗下“英孚教育”课程顾问的强烈诱导下，与英孚分期签署为期2年的学习合同，并因英孚中心课程销售利益提成的恶性竞争，被销售欺骗签署在与实际学习中心（三元桥中心）不同的学习中心（五道口中心）。2020年1月初，英孚教育北京三元桥中心因经营不利关闭，该中心的其他学员被调剂其他中心继续学习或解除学习合同，但本人因为此前的乌龙合同并没有收到任何通知，因调剂后的学习中心与本人距离非常远，故决定解除学习合同，但后续联系英孚客服，客服以我非三元桥中心学生为由，不接受合同解除，理由为仅在合同签署的一个月内才可以解除，但中心因经营不利而倒闭，并不属于不可抗力，损失却由学员

自行承担本人认为很不合理。此外，因疫情导致，从1月中到目前，英孚并未开通线下课程（线上线下学费差额大），但分期学费并没有停止扣款。

【案例八】“一只船教育”推广员诱导下单 售后定金难退

福建省的连女士于5月25日晚在微信被北京一只船教育科技有限公司旗下“一只船”的推广员诱导消费下了订金1000元报名7980的消防工程师培训课程。26日，咨询了2位律师重新解读消防工程师报名相关条件和一只船有限公司这个培训机构，承诺的取证后，一次性给我打款30万元起，帮忙挂证不挂章到省外，由于本人是医务人员，08年毕业现在是内科护理和输血技术双主管，无任何相关消防工作经验，不符合其他专业的报名条件，律师指出即便通过考试，一但查到直接取消，挂证也直接吊销消防工程师资格证。故26日与一只船推广员联系，要求退回课程定金遭拒。请平台协助追回定金，平台人员不太靠谱不希望参加天价培训。

【案例九】“潭州教育”合同“不翼而飞” 售后退款难

宁夏回族自治区的加女士于2020年1月20日根据湖南潭州教育网络科技有限公司旗下“潭州教育”老师指导在天猫淘宝购分期买了500预订，在分期乐分期付款了5286.64的学费。期间1月27日五百预订才退款，分期乐对方一直拖，中间对方已经对我进行了欺骗，对方一直拖，我明明申请了全额退款，总说我权限开了不能退，赠送了课程要扣钱，合同没有效不说，合同界面的合同也不见了。

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》	√			
《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)中国在线教育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8月13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)

