

2023年Q4

中国电子商务用户体验与投诉数据报告

数据来源： 电数宝
电商大数据库

案例来源： 电诉宝
网络消费纠纷调解平台

发布时间：2024年01月04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、整体数据.....	4
（一）投诉问题类型分布.....	4
（二）投诉地区分布.....	5
（三）投诉用户性别分布.....	6
（四）投诉金额区间分布.....	7
三、评级数据与典型案例.....	8
（一）数字零售数据与十大典型案例.....	10
（二）数字生活数据与十大典型案例.....	18
（三）数字教育数据与十大典型案例.....	25
四、关于我们.....	32
（一）关于电诉宝.....	32
（二）关于网经社.....	34

一、报告摘要

四季度可谓是一年中网络消费的最旺季，国庆、双11、“黑五”、双12、圣诞节、年货节等大促节日接踵而至。尤其是双11当天，综合电商平台销售总额2777亿元，直播电商平台GMV为2150.67亿元。

不过，消费热潮背后仍存在不少问题。如双11大促第一天AMIRO觅光美容仪被曝“阴阳售价”，李佳琦直播间陷入“二选一”风波等。在中国消费者协会发布2023年“双11”消费维权舆情分析报告提到，有关“直播带货”负面信息1565203条，占吐槽类信息的47.99%，日均信息量55900条。价格垄断、低俗带货、虚假宣传等问题较为突出。

此外，临近年末，假期出游人数也激增，车票、酒店订单也随之高涨，去哪儿数据显示，元旦热门城市机票预订量同比增长七成。不过，由于出行计划的变动，退改票问题又成为消费纠纷的矛盾所在。

在此背景下，1月4日，依据国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）2023年Q4受理的全国122家互联网消费平台纠纷大量案例数据，“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《2023年Q4中国电子商务用户体验与投诉数据报告》。

报告涉及了数字零售（主要集中在二手电商、社交电商、直播电商）、数字生活（主要集中于在线旅游）及数字教育、跨境电商、产业电商、金融科技、物流科技等领域。报告公布了2023年Q4网络消费投诉数据及《2023年Q4数字零售十大典型投诉案例》《2023年Q4数字生活十大典型投诉案例》和《2023年Q4数字教育十大典型投诉案例》。

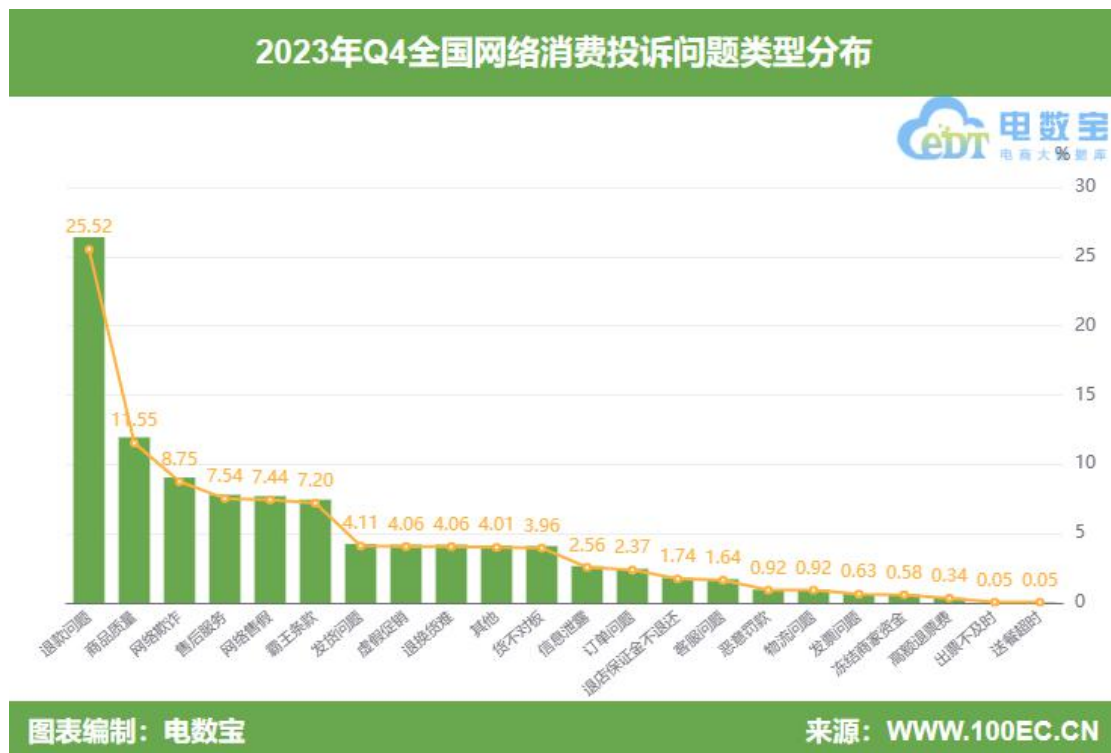
在报告公布的《2023年Q4全国网络消费评级榜》中：获“**建议下单**”评级的有：微拍堂、唯品会、红布林、苏宁易购、有赞、京东、BOSS直聘、去哪儿、万师傅、智行、携程、鲁班到家、美团；获“**谨慎下单**”评级的有：转转、抖音、帮考网、中职通；获“**不建议下单**”评级的有：小红书、寺库、贝贝（贝店）、联联周边游、飞猪、走着瞧旅行、一只船教育、寺库等；获“**不予评级**”的有：

淘宝、店宝宝、交易猫、天猫、闲鱼、快手、拍机堂、阿里巴巴、美团优选、淘特、微店、二三良作、天猫国际、识季、洋码头、Shopee、中免日上、大麦网、尚德机构、小叶子陪练、兴为教育。

二、整体数据

（一）投诉问题类型分布

据“电诉宝”显示，2023年Q4全国网络消费投诉问题类型TOP10为：**退款问题**（25.52%）、**商品质量**（11.55%）、**网络欺诈**（8.75%）、**售后服务**（7.54%）、**网络售假**（7.44%）、**霸王条款**（7.20%）、**发货问题**（4.11%）、**虚假促销**（4.06%）、**退换货难**（4.06%）、**货不对板**（3.96%）。

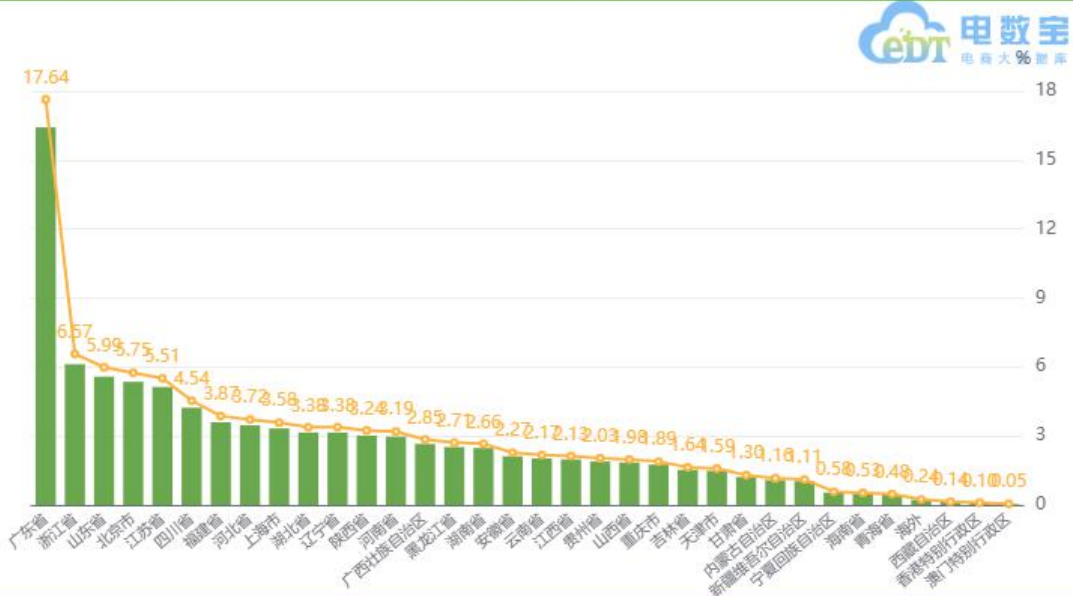


（二）投诉地区分布

Q4“电诉宝”受理投诉用户聚集地区TOP10依次为广东省（17.64%）、浙江省（6.57%）、山东省（5.99%）、北京市（5.75%）、江苏省（5.51%）、四川省

(4.54%)、福建省(3.87%)、河北省(3.72%)、上海市(3.58%)、湖北省(3.38%)。

2023年Q4全国网络消费投诉地区分布



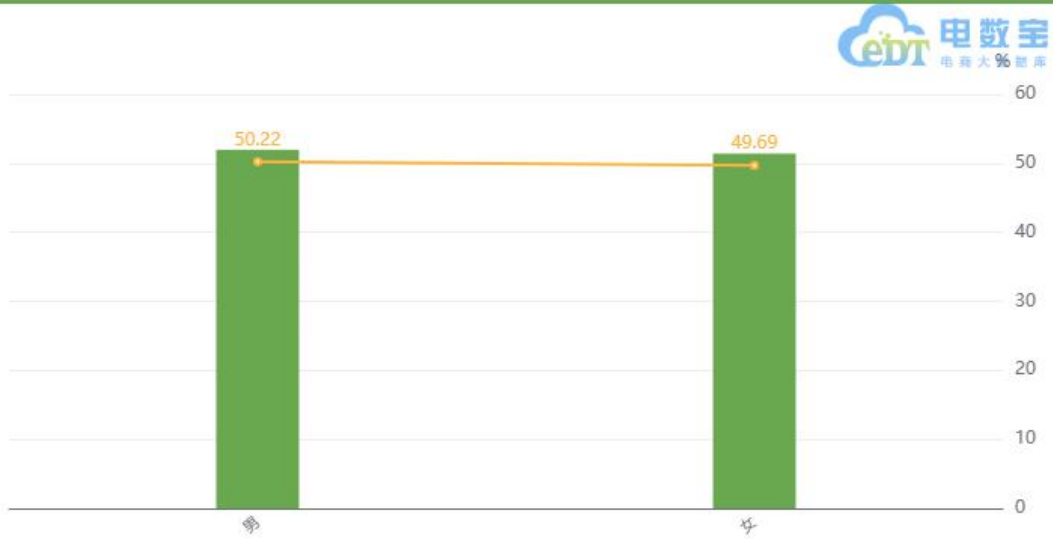
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

(三) 投诉用户性别分布

据“电诉宝”显示，Q4 男性用户投诉比例为 50.22%，女性用户投诉比例为 49.69%。

2023年Q4全国网络消费投诉性别分布



图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

（四）投诉金额区间分布

据“电诉宝”显示，Q4 投诉金额分布主要集中在 100-500 元（22.67%）、0-100 元（19.91%）、1000-5000 元（19.86%）、500-1000 元（8.80%）、5000-10000 元（8.41%）、10000 元以上（8.02%）、未选择金额（12.32%）。

2023年Q4全国网络消费投诉金额分布



图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

三、评级数据与典型案例

此外，据“电数宝”电商大数据库（DATA.100EC.CN）显示，2023年Q4全国网络消费评级榜中：获“建议下单”评级的有：微拍堂、唯品会、红布林、苏宁易购、有赞、京东、BOSS直聘、去哪儿、万师傅、智行、携程、鲁班到家、美团；获“谨慎下单”评级的有：转转、抖音、帮考网、中职通；获“不建议下单”评级的有：小红书、寺库、贝贝（贝店）、联联周边游、飞猪、走着瞧旅行、一只船教育、寺库等；获“不予评级”的有：淘宝、店宝宝、交易猫、天猫、闲鱼、快手、拍机堂、阿里巴巴、美团优选、淘特、微店、二三良作、天猫国际、识季、洋码头、Shopee、中免日上、大麦网、尚德机构、小叶子陪练、兴为教育。

2023年Q4全国网络消费评级榜

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	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	微拍堂	100.00%	1.000	4.667	0.907	建议下单	21	走着瞧旅行	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2	唯品会	100.00%	1.000	4.000	0.895	建议下单	21	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
3	BOSS直聘	100.00%	0.923	4.667	0.883	建议下单	21	店宝宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
4	红布林	100.00%	1.000	3.333	0.880	建议下单	21	分期乐	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
5	苏宁易购	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单	21	贝贝（贝店）	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
6	有赞	100.00%	0.941	2.000	0.842	建议下单	21	拼多多	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
7	去哪儿	100.00%	0.704	5.000	0.821	建议下单	21	交易猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
8	万种佛	100.00%	0.710	4.667	0.820	建议下单	21	识季	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	智行	100.00%	0.835	2.000	0.811	建议下单	21	天猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
10	携程	100.00%	0.767	2.000	0.790	建议下单	21	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
11	鲁班到家	100.00%	0.929	0.000	0.779	建议下单	21	尚德机构	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
12	京东	91.43%	0.775	3.273	0.772	建议下单	21	快手	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
13	美团	100.00%	0.703	2.000	0.771	建议下单	21	拍机堂	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
14	转转	90.00%	0.200	10.000	0.710	谨慎下单	21	洋码头	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
15	帮考网	85.71%	0.229	10.000	0.697	谨慎下单	21	shopee	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
16	抖音	82.69%	0.387	5.200	0.645	谨慎下单	21	阿里巴巴	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
17	得物APP	90.91%	0.418	0.000	0.580	谨慎下单	21	小叶子陪练	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
18	中眼通	37.50%	0.375	8.000	0.460	谨慎下单	21	一只船教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
19	联想周边游	25.00%	0.000	0.000	0.125	不建议下单	21	兴为教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
20	飞猪	9.52%	0.029	0.000	0.056	不建议下单	21	美团优选	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
21	大麦网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级	21	淘特	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
21	小红书	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单	21	中免日上	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
21	寺库	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单	21	微店	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
21	天猫国际	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级	21	二三良作	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

备注：

1. 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。

1.1. 平台反馈率：平台移交给投诉电商用户投诉，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总数的统计。

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]。对未入驻或未取售后联系方式的电商平台“不予评级”。

3. 由于投诉量的多少与平台的市场占有率有间接关联，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网络消费平台上述行为，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（网络消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

（一）数字零售数据与十大典型案例

数字零售消费评级榜：

在2023年Q4全国数字零售评级榜中：获“建议下单”评级的有：微拍堂、唯品会、红布林、苏宁易购、有赞、京东；获“谨慎下单”评级的有：转转、抖音；获“不建议下单”评级的有：小红书、寺库、贝贝（贝店）等；获“不予评级”的有：淘宝、店宝宝、交易猫、天猫、闲鱼、快手、拍机堂、阿里巴巴、美团优选、淘特、微店、二三良作。

2023年Q4全国数字零售消费评级榜

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	微拍堂	100.00%	1.000	4.667	0.907	建议下单
2	唯品会	100.00%	1.000	4.000	0.895	建议下单
3	红布林	100.00%	1.000	3.333	0.880	建议下单
4	苏宁易购	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
5	有赞	100.00%	0.941	2.000	0.842	建议下单
6	京东	91.43%	0.775	3.273	0.772	建议下单
7	转转	90.00%	0.200	10.000	0.710	谨慎下单
8	抖音	82.69%	0.387	5.200	0.645	谨慎下单
9	小红书	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
9	寺库	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
9	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	店宝宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	贝贝 (贝店)	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
9	拼多多	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
9	交易猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	天猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	快手	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	拍机堂	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	阿里巴巴	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	美团优选	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	淘特	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	微店	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	二三良作	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

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：平台移交给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]。对未入驻或未取得售后联系方式的电商平台“不予评级”。

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网络消费平台上述行为，依据上述模型算法自动生成，不受任何人工因素影响。

数字零售上榜平台有 46 家：

投诉量 TOP10 依次为：淘宝、拼多多、京东、抖音、闲鱼、二三良作、快手、唯品会、苏宁易购、小红书；

排在第 11-20 名的是：有赞、微店、天猫、寺库、红布林、微拍堂、转转、阿里巴巴、交易猫、店宝宝；

排在第 21-30 名的是：美团优选、拍机堂、淘特、贝贝（贝店）、找靓机、年丰大当家、国美、途虎养车、艺狐在线、萌推；

排在第 31-46 名的是：朴朴超市、沃尔玛、蘑菇街、当当、云集、小米商城、小年鱼、有赞精选、一条生活馆、瓜子二手车、有赞精选、盒马鲜生、全民严选、孔夫子旧书网、小年鱼、一条生活馆、网易、苹果、好分期。



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** **数字零售** 数字生活 数字健康 数字教育 跨境电商
 产业电商 物流科技 金融科技 其他
- 行业: **全部** 综合电商 社交电商 社区团购 农村电商 生鲜电商
 奢侈品电商 汽车电商 母婴电商 二手电商 导购电商 食品电商
 服装电商 品牌电商 电商服务商 美妆电商 直播电商 文玩电商

筛选: 2023 第四季度

1 淘宝	2 拼多多	3 京东	4 抖音
5 闲鱼	6 二三良作	7 快手	8 唯品会
9 苏宁易购	10 小红书	11 有赞	12 微店
13 天猫	14 寺库	15 红布林	16 微拍堂
17 转转	18 阿里巴巴	19 交易猫	20 店宝宝
21 美团优选	22 拍机堂	23 淘特	24 贝贝 (贝店)
25 找靓机	26 年丰大当家	27 国美	28 途虎养车
29 艺狐在线	30 萌推	31 朴朴超市	32 沃尔玛
33 蘑菇街	34 当当	35 云集	36 小米商城
37 瓜子二手车	38 有赞精选	39 盒马鲜生	40 全民严选
41 孔夫子旧书网	42 小年鱼	43 一条生活馆	44 网易
45 苹果	46 好分期		

(以上为投诉量排行榜)

在数字零售消费领域，据“电诉宝”受理用户维权案例，我们从中选取十大典型投诉案例，涉及萌推、微拍堂、云集、转转、小红书、找靓机、闲鱼、店宝宝、蘑菇街、快手。

2023年Q4数字零售典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
10月8日	萌推	退店完成不退保证金？ “萌推”被指无故推迟退款日期
10月15日	微拍堂	“微拍堂”变“一言堂”？ 动辄巨额罚款引商家不满
10月28日	云集	签到送商品活动没得送？ “云集”被指服务态度差 客服只会拖延
11月3日	转转	未检测就称产品正常？ “转转”客服被指套话连篇
11月6日	小红书	“小红书”被指卖假货？ 用户要求正品证明商家无法提供
11月11日	找靓机	“找靓机”商品问题多多？ 用户称平台客服 专员均无法给出处理方案
11月21日	闲鱼	恶意拉黑？用户投诉“闲鱼” 帮助卖家恶意刁难 买家维权难
12月4日	店宝宝	保证流量？用户投诉“店宝宝” 虚假宣传 商家拒不退款
12月8日	蘑菇街	销售“以次充好”商品？ “蘑菇街”商家被指欺诈消费者
12月24日	快手	交了钱网络还用不了？用户申请 退款被“快手”商家要求按原价购买套餐

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

【案例一】退店完成不退保证金？“萌推”被指无故推迟退款日期

10月8日，辽宁省李先生向“电诉宝”投诉称其是萌推入驻商家，有两个店铺申请退店之后，厂家迟迟不给退保证金和货款，申请退店流程全部走完之后，退店一直更改日期。李先生称，所有程序走完之后约定2023年6月1日退款，结果平台无故推迟退款日期，现在平台登陆不进，并提示店铺已经停止运营，然而钱却一直不给退，另一个店也是同样的问题。

李先生请有关部门核实，现在平台运营联系不上，不知道怎么处理了，希望能核实具体情况，给一个满意的答复。李先生还表示，自己一共就两个店铺都不给退保证金。

【案例二】“微拍堂”变“一言堂”？动辄巨额罚款引商家不满

10月15日，四川省杨先生向“电诉宝”投诉称，其于去年开始在微拍堂上进行钱币类文玩拍卖，今年6月份，有一个买家在杨先生处拍下一件商品，并私下询问是否支持评级，杨先生回复支持钱币类评级。10月14日，买家联系杨先生说评级未入，按照约定应当退款处理，并承担额外费用。但微拍堂售后服务按钮之类均已消失，商品已过售后期内，杨先生就让买家联系客服处理。

10月15日，客服打电话直接通知杨先生要罚款3000元。杨先生表示，自己从来不知道这个规则，也不清楚主动联系平台处理售后还有罚款。而后杨先生多次联系微拍堂客服均不处理，杨先生认为这是霸王条例。杨先生称，出现问题解决问题，无可厚非，但动辄就巨额罚款，也不由商家解释，而且很多条款都没有给商家说清楚，而是平台一言堂，怎么处罚由他们说了算。

【案例三】签到送商品活动没得送？“云集”被指服务态度差 客服只会拖延

10月28日，浙江省的米女士向“电诉宝”投诉称其于十月十四日凌晨在云集店铺参与国庆签到送商品活动，连续签到7天，付一元领取洗衣液；连续签到14天，付一元领取洗发水和沐浴露，界面显示签到百分之百能领到商品。米女士连续签到14天，于第14天的凌晨十二点零几分签到领取，结果显示商品已抢完，客服当时也下班了。

米女士于当天上午八点多与客服联系，客服态度不明确，拖拖拉拉，就是不给处理。米女士称自己要投诉，客服才给了一个工单号说24小时内处理。米女士称第二天联系客服，客服让她继续耐心等待，结果处理了两天还没结果。米女士认为客服服务态度非常差，不处理，只会拖延，希望相关部门严肃处理，保护消费者权益。

【案例四】未检测就称产品正常？“转转”客服被指套话连篇

11月3日，山东省张先生向“电诉宝”投诉称，其于2023年10月23日在转转平台购买耳机，发现充电异常，于23日发往转转平台维修，到达后平台三日没有签收。张先生电话催促后，对方没有与他沟通就检测完，并称没有问题，于是寄回。

期间张先生多次联系客服，说明产品有质量问题，但是转转平台不听取意见，还是把产品寄回。11月2日，张先生收到耳机，发现还是和之前一样充电异常，

于是再次联系官方客服。张先生称，客服还是套话连篇，不给予解决方案，多次沟通仍未给解决，张先生对处理结果不满意。

【案例五】“小红书”被指卖假货？用户要求正品证明商家无法提供

11月6日，浙江省周女士向电诉宝投诉称，其于2023年10月24日在小红书平台上“樱桃桃彩妆”店铺购买三只INTOYOU女主角唇泥，到货后周女士发现与她手中同款同一色号的正品口红颜色和香味不一样，确定新收到的INTOYOU女主角唇泥为假货。

随后周女士将该问题反馈给商家客服，商家客服辩解称该口红为瑕疵品且已在详情中标明，周女士查找商品详情页和交易快照均未发现商家有标明瑕疵品。同时周女士要求商家提供品牌正品授权证书或者正品进货渠道证明，但商家均无法提供。

【案例六】“找靓机”商品问题多多？用户称平台客服 专员均无法给出处理方案

11月11日，四川省易女士向“电诉宝”反映称，其于2023年11月5日在找靓机平台下单一台256G金色iPhone13pro，手机拿到易女士就发现有一系列问题：如蓝牙有时候连不上屏幕，卡顿，卡槽无法识别卡，前置摄像头有紫色斑点，后置摄像头有水印。易女士从11月8号就开始联系客服，客服就是拖拖拉拉，表示专员会联系，专员就让易女士把手机寄回去维修，易女士表示不想寄回去，专员就称不寄回去一年保障没有，并表示他也申请不了易女士自己去换摄像头的费用，但平台也不给换原装的摄像头。

易女士认为，找靓机存在欺骗消费者的情况，说的是摄像头都没有问题，结果易女士拿到手之后不仅摄像头有问题，卡槽有问题，蓝牙也有问题，哪儿都有问题。并且客服也处理不好，一直说不知道如何处理，要么就是寄回平台，但寄回平台又需要花很多时间。

【案例七】恶意拉黑？用户投诉“闲鱼”帮助卖家恶意刁难 买家维权难

11月21日，江西省徐女士向“电诉宝”投诉称其于2023年10月17日在闲鱼卖家昵称为森林氧吧98那给堂妹购买了一台平板，卖家承诺纯原装自用无拆修无暗病的华为m6平板裸机，付款当天发货了，第二天晚上收到后发现平板有壳套模式、掉电快、百度网页看视频没声音且不能放大播放等问题，重启后看视

频没声及不能放大问题解决，感觉这些问题不是很大向卖家反馈后便确认收货了。

第二天卖家给徐女士回复皮套模式问题他忘记告知，然后电量问题是因为电池有虚电，徐女士也不懂但已经确认收货也不好多说什么，就没追究。因为平板掉电快且没有充电器所以第一天晚上及第二天没怎么使用，第三天收到在拼多多平台买的原装二手充电器后给平板充满电。徐女士晚上追剧时平板突然闪屏跳屏，并在平板持续闪屏跳屏期间用手机录下了视频，并联系卖家，卖家让徐女士去店里检查后将徐女士拉黑。

徐女士联系平台，让其出具华为官方检测报告，否则拒绝处理。经过一个月拿到证明拆修过的报告，专员无视拆修无视闪屏跳屏花屏的事实，说卖家发货的图片有拆修痕迹为由拒绝处理并让徐女士提供华为更权威的机构花出具屏跳屏费非短期存在问题的证明。

【案例八】保证流量？用户投诉“店宝宝”虚假宣传 商家拒不退款

12月4日，浙江省林女士向“电诉宝”投诉称自己于2020年10月21日开始用店宝宝。开店之前他们说林女士开通店铺流量、销量他们都会帮自己弄好。开店后并没有没有承诺到开店之前说的帮自己做流量、销量，店铺开了两个月还是只有自己下的一个订单。

开店半年后林女士申请退款，商家不退款，说什么店铺开通所有服务，店铺托管、店铺装修、铺货商品、店铺设置、网店开通，只要开通就开始服务概不退款。林女士表示自己一个什么都不懂的小白，要不是他们承诺帮助自己的店铺有流量，做销量，自己怎么会去开什么网店。

【案例九】销售“以次充好”商品？“蘑菇街”商家被指欺诈消费者

12月8日，河南省王女士向“电诉宝”投诉称，于2023年12月1日在蘑菇街，名为kafudini卡夫蒂尼的商家店铺，购买了一条冬款长裤。12月7日晚收到货品后，经过试穿，尺码正常合适。王女士后来发现裤子的内兜布料存在差异，经过咨询商家客服，是否收到的残次品或者仿冒品？商家客服拒不承认，一味推卸责任而言它。

王女士表示无奈之下，为了维护自身权益，请监管部门介入调查核实，商家是否存在销售以次充好的商品，欺诈消费者。依据我国相关法律的规定，购买的

产品质量有问题的，消费者可以退货处理，如果经营者有欺诈行为的，销售假货的，有权要求三倍价款的赔偿。

【案例十】交了钱网络还用不了？用户申请退款被“快手”商家要求按原价购买套餐

12月24日，广西壮族自治区的叶先生向“电诉宝”投诉称，其于快手平台ZDX博瑞专卖店购买了WIFI，交了钱但网络用不了，现12月24号商家已停用其网络，并称网络空间不好。叶先生称，其试用了一个月达不到要求的网络，开了会员买套餐，买完了想退套餐但退不了，商家还强制要求按原价购买套餐。

叶先生认为这样的店铺实在是坑人，要求商家退款后商家要求按照一块钱1G流量收费退款。叶先生表示，这样的无良商家请尽快处理，以免更多人上当受骗。

（二）数字生活数据与十大典型案例

数字生活消费评级榜：

在2023年Q4全国数字生活评级榜中：获“**建议下单**”评级的有：BOSS直聘、去哪儿、万师傅、智行、携程、鲁班到家、美团；获“**不建议下单**”的有：联联周边游、飞猪、走着瞧旅行；获“**不予评级**”的有：大麦网。

2023年Q4全国数字生活消费评级榜

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	BOSS直聘	100.00%	0.923	4.667	0.883	建议下单
2	去哪儿	100.00%	0.704	5.000	0.821	建议下单
3	万师傅	100.00%	0.710	4.667	0.820	建议下单
4	智行	100.00%	0.835	2.000	0.811	建议下单
5	携程	100.00%	0.767	2.000	0.790	建议下单
6	鲁班到家	100.00%	0.929	0.000	0.779	建议下单
7	美团	100.00%	0.703	2.000	0.771	建议下单
8	联联周边游	25.00%	0.000	0.000	0.125	不建议下单
9	飞猪	9.52%	0.029	0.000	0.056	不建议下单
10	大麦网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
10	走着瞧旅行	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]。对未入驻或未取得售后联系方式的电商平台“不予评级”。

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网络消费平台上述行为，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（网络消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

数字生活上榜平台有 20 家：

投诉量 TOP10 依次为：去哪儿、BOSS 直聘、美团、大麦网、飞猪、万师傅、智行、走着瞧旅行、鲁班到家、联联周边游；

排在第 11-20 名的是：携程、猫眼电影、饿了么、同程旅行、如程、百合网、58 到家、黄河票务、航班管家、滴滴出行。



- 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 数字零售 **数字生活** 数字健康 数字教育 跨境电商
 产业电商 物流科技 金融科技 其他

行业: 全部 在线旅游 社区服务 在线票务 移动出行 餐饮外卖
 家政服务 美业服务 共享经济 互联网家装 在线婚恋交友 互联网维修

筛选: 2023 第四季度

1	去哪儿	2	BOSS直聘	3	美团	4	大麦网
5	飞猪	6	万师傅	7	智行	8	走着瞧旅行
9	鲁班到家	10	联联周边游	11	携程	12	猫眼电影
13	饿了么	14	同程旅行	15	如程	16	百合网
17	58到家	18	黄河票务	19	航班管家	20	滴滴出行

(以上为投诉量排行榜)

在数字生活消费领域，据“电诉宝”受理用户维权案例，我们从中选取十大典型投诉案例，涉及去哪儿、飞猪、百合网、美团、大麦网、万师傅、智行、联联周边游、饿了么、BOSS直聘。

2023年Q4数字生活典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
10月4日	去哪儿	“去哪儿”没入住不给退款惹争议 回应：已原路退回
10月15日	飞猪	航空公司原因致飞机改签 “飞猪”和国航相互推诿拒绝全额退票
10月26日	百合网	“百合网”销售执意先付款后给合同？ 用户反映退款收高额手续费
11月2日	美团	“美团”团购酒店规则含糊不清 订单无法退款造损失
11月8日	大麦网	预售票7天无理由内拒绝退款 “大麦网”被诉存霸王条款
11月13日	万师傅	使用数月后维修无关配件损坏 “万师傅”被指包庇客户乱退款
11月22日	智行	“智行”未告知情况下擅自购买更贵机票？ 回应：已联系致歉
12月16日	联联周边游	随心退产品不能全额退款？ “联联周边游”被指强收30%手续费
12月23日	饿了么	“饿了么”被指恶意取消用户订单 导致损失优惠机会
12月26日	BOSS直聘	用户投诉“BOSS直聘” 多次捏造事实故意封号 申诉未果

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

【案例一】“去哪儿”没入住不给退款惹争议 回应：已原路退回

10月4日，广东省的郑女士向“电诉宝”投诉称其在去哪儿 app 上预定了两间酒店，共五天晚上，时间是10月6号到10月11号的时间，一间总金额为一万元，一间为七千元，预订两小时内发现9-11天平台马上调整低价为六百元，马上申请退款，没入住，平台退了一间一万元，拒绝退七千元的。

郑女士表示另外一间一直拖延退款，自己六号要飞行到首尔，他们一直说等会回电话，每次都联系去哪儿客服，有次直接把电话挂了，没入住的情况下拒绝退款，同一个供应商却不一样处理手法。

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，去哪儿工作人员向“电诉宝”发来反馈称：经核实，消费者反馈预订错误，申请免费取消整单。平台联系商家同意取消，已操作退款金额 7060 元原路退回，消费者认可，和解成功。

【案例二】航空公司原因致飞机改签 “飞猪”和国航相互推诿拒绝全额退票

10 月 15 日，浙江省的陈女士向“电诉宝”投诉称其于 10 月 10 日通过飞猪平台购入温州北京往返机票 2 份，总价 2768 元，其中回程票价 1170 元。包括本人及妈妈双人机票共 4 张。当天因航空公司原因，造成原定 10 月 14 晚 19:15 从北京大兴出发的飞机自动被改成当天下午 15:30 起飞的航班，未经本人同意，遂根据飞猪平台指导做改签，最后被迫无奈改成 18:30，本人在北京的行程因为这次改动，造成不便！陈女士表示，当天下午飞机起飞前，向国航及飞猪反馈退票问题，遭遇拒绝全额退机票费用，与飞猪客服多次沟通，他们给的回复是只退燃油和机建费用，其他费用无法退还，造成高额损失。

陈女士称国航和飞猪机票代理两个公司互相推诿，不解决问题，以高额的退票手续费收取自己不该承担的费用。目前，多次致电飞猪客服，他们重复抱歉，企图让接受损失，陈女士表示不接受，平台收费没有有效的监管没有能力应对客户需求，陈女士要求全额退回 1170 元！

【案例三】“百合网”销售执意先付款后给合同？用户反映退款收高额手续费

10 月 26 日，黑龙江省的王先生向“电诉宝”投诉称其在 2023 年 10 月 20 号晚，接到陌生来电，百合网红娘推荐红娘牵线包年服务，自己说贵不接受，红娘说可以按月扣费，不满意可以退费，然后全程没有提百分之二十手续费，诱导下载百合网 App 发起订单。在没有看任何合同的情况下，直接发付款订单。

王先生表示自己全程录音，自己付款特意强调合同，红娘执意要先付费，再给合同。付费后，也没有给任何合同，让等待下一个红娘上传，资料，等下一个红娘联系要资料，因为没看见合同要求重新说下资费，然后她才告知有百分之二十的手续费。王先生表当时就感觉不对，不需要了直接退费就行了，然后马上联

系百合网 400 客服，就是每天打电话，就是不处理。

第 5 天有个所谓红娘说可以退费，要求扣除百分之二十手续费和一个月使用费，王先生说第一你们让消费者没有告诉有手续费，还有一分钟都没使用，资料也没给你们，怎么来的使用费，然后拒不退费，就是抵赖，无赖，说只要交费，合同成立，目前到现在 10 月 26 日 App 上仍然显示未签署合同，又跟所谓红娘要合同，不回答，不回复也没有给发任何合同。

【案例四】“美团”团购酒店规则含糊不清 订单无法退款造损失

11 月 2 日，上海市的赵先生向“电诉宝”投诉称其于 10 月 31 号晚在美团 app 参与泰国周杰伦演唱会团购活动，产品名称:泰国周杰伦 12 月 8 日演唱会-CAT3 看台票 2 张+200 元酒店代金券，支付金额 3412 元。根据活动首页显示的活动规则，在购买后当天晚上如果未使用产品会进行自动退款，基于上述原因，考虑到时间冲突，又行购买了该活动的另一款产品，12 月 9 日场次的双人门票套餐，购买后当天晚上就完成使用。

赵先生称但前面一笔订单持续未退款，客服解释为改首页规则是针对活动的另一款产品，订单无法进行退款。但根据活动首页显示的规则，赵先生认为规则是针对活动全部产品，规则也并未对具体针对的产品进行说明，美团应该按照规则要求在未使用订单的情况下进行退款。

【案例五】预售票 7 天无理由内拒绝退款 “大麦网”被诉存霸王条款

11 月 8 日，广东省的林女士向“电诉宝”投诉称其 11 月 1 日预购比赛门票，还未正式售票，5 日由于个人行程安排当天有出差无法成行，由于门票为实名不能转让，实在没有办法希望退票。还在 7 天无理由退款范围内，但平台霸王条款不给退款。

林女士称，根据我国最新完善的《网络购买商品七日无理由退换暂时办法》和《消费者权益保护法》，消费者在网络台购买的商品除第二章外，应予以退。消费者处于弱势地位，需要法律的支持和保护，而服务提供方的“霸王条款”行为，也是对法律的蔑视。从购票到决定退票，中途也仅仅经过了 5 天的时间差，

依旧处在七天无理由退款的时限内。服务提供方拒绝退款的行为已经严重侵害了自己的合法权益。

林女士表示根据《民法典》，不能改签不能退票的规定，属于网络购票平台一方不合理地免除或者减轻其责任、加重对方责任、限制对方主要权利的条款，属于无效的格式条款《消费者权益保护法》也将此种格式条款认定为无效条款，也就是所谓的“霸王条款”。

【案例六】使用数月后维修无关配件损坏 “万师傅”被指包庇客户乱退款

11月13日，广东省的全先生向“电诉宝”投诉称其是万师傅平台师傅，2023年9月8日在平台上看到了一个门禁维修的单子，当时就报价198元，然后客户就选中了自己，过去现场看了是显示器进水了，里面烧坏了，后来帮他代买了一个显示器换上去了，装完后全部检查过的一切正常，当时全部确认好的。

全先生表示然而2023年11月的时候，客户又说锁不上了，到现场看了，不是显示器的问题，是电机和电磁吸坏了，这个是要换配件的，客户不想出钱，就扯到自己身上，说没修好要投诉。全先生表示自己当时是换了显示器而已，客户用了几个月，其它地方坏了又不是自己弄的。全先生可以帮客户检修，但是要买配件，这客户就一直说不行。后来她投诉到平台，平台客服就判定退回198给她，全先生觉得这处理太不公平了，当时自己已经完成服务了，客户其它的配件坏了，肯定客户自己负责呀，又不是显示器坏了。

【案例七】“智行”未告知情况下擅自购买更贵机票？回应：已联系致歉

11月22日，广东省的黄女士向“电诉宝”投诉称其于2023年10月4日在智行平台购入东海航航空公司机票于11月27日从南京飞深圳的机票，该机票价格为1030元。11月20日下午15:58，发现在航旅纵横平台提醒这个机票订单完成退票，而后发现智行在未告知自己的情况下，重新帮购买了机票，打开之前的退票的订单和重新购买的机票对比价格相差了472元一张。

黄女士称自己在智行app上购买的机票实付与行程单价格严重不符合，第一时间电话咨询了东海航空公司，那边告知原先订单有行李额度但是智行那边擅自

退掉重新购买的机票没有行李额度，在航旅纵横 APP 看到的原先是有额度，现在变成无额度。这也印证了航空公司没有说谎。跟智行平台客服对峙时他们那边说有额度。

黄女士表示不知道为啥智行会跟其它 APP 和航空公司的口径如此不一致，既然不确定有没有为啥当初要退自己那张票，请问智行平台把自己原本有额度弄成没额度却不告知消费就擅自帮消费者退单重订是什么情况？

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，智行的工作人员向“电诉宝”发来反馈称：企业已联系消费者致歉，经和消费者沟通，办理机票全退，消费者重新购票，企业承担退票费，消费者接受，达成一致。

【案例八】随心退产品不能全额退款？“联联周边游”被指强收 30% 手续费

12 月 16 日，广东省的潘女士向“电诉宝”投诉称其于 2023 年 11 月 15 日在联联周边游电商平台购买“至尊牛扒（大润发店）”的套餐券，因过期未有使用，申请全额退款但被告知要收取 30% 的手续费。潘女士表示购买时上面标注“随心退”且收取 30% 的手续费是霸王条款且不合理，本人也未有使用和进行预约，现因过期申请全额退款时，被告知收取高额且不合理的手续费。

潘女士认为平台在过期前或后也未有任何的提醒，侵害了消费者的权益，她的诉求是申请全额退款，30% 的手续费亦不合理。

【案例九】“饿了么”被指恶意取消用户订单 导致损失优惠机会

12 月 23 日，黑龙江省的肖先生向“电诉宝”投诉称其爱人于 2023 年 12 月 23 日在饿了么 APP 上华辰超市（明水店）购买商品，有优惠券，可是连续下单三次均被取消。

肖先生称致商家，商家压根没接到订单，咨询饿了么客服，仅回复账号异常，什么原因也不说，就说无法解除，导致优惠券无法使用，损失优惠机会。肖先生的诉求就是不要恶意取消用户订单。肖先生表示本身挺相信饿了么的，现在

根本不在乎用户感受。

【案例十】用户投诉“BOSS直聘”多次捏造事实故意封号 申诉未果

12月26日，浙江省卢先生向“电诉宝”投诉称其浙江爱电机器人科技有限公司账号于2023年12月22日，无故被封，是由于收费类问题导致被封账号；2023年12月23日，BOSS直聘反馈不是收费类问题导致，由于账号关联问题封号；2023年12月25日，BOSS直聘再次改变封号理由。卢先生称其公司就关联问题，和所谓关联公司多证宝的招聘内容与BOSS直聘客服沟通，不同法人不同业务，只是租赁场地，两家公司是没有关联关系的。

卢先生表示公司就招聘帖子的内容解释了很多遍，招聘内容非常明确，公司承担求职者所有工作中的费用，包括免费的培训和免费的工具，明确提示了应聘者为提高效率可能自愿性自费的部分，自费部分并非招聘公司收取，而是提供服务的平台收取。但是BOSS直聘客服8044工号再一次改变了封号理由，歪曲事实，说是招聘内容涉及招聘公司要收199元的费用或引导应聘者支付199元给招聘公司。卢先生称想要投诉BOSS直聘，不遵守服务协议，捏造事实其公司违反BOSS直聘《招聘行为管理规范》，单方封其公司的账号。

（三）数字教育数据与十大典型案例

数字教育消费评级榜：

在2023年Q4全国数字教育评级榜中：获“谨慎下单”的有：帮考网、中职通；获“不建议下单”的有：一只船教育；获“不予评级”的有：尚德机构、小叶子陪练、兴为教育。

2023年Q4全国数字教育消费评级榜

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	帮考网	85.71%	0.229	10.000	0.697	谨慎下单
2	中职通	37.50%	0.375	8.000	0.460	谨慎下单
3	尚德机构	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
3	小叶子陪练	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
3	一只船教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
3	兴为教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

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：平台移交给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]。对未入驻或未取得售后联系方式的电商平台“不予评级”。

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网络消费平台上述行为，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（网络消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

数字教育上榜平台有 28 家：

投诉量 TOP10 依次为：一只船教育、尚德机构、中职通、帮考网、小叶子陪练、兴为教育、对啊网、潭州教育、赛优教育；

排在第 11-28 名的是：中安建培、有道精品课、高教通、嗨学网、VIPKID、聚师网、深海教育、网易云课堂、开课吧、恒企教育、喜马拉雅、大鹏教育、高顿教育、帮考教育、众趣教育、神州国开教育、中安建培教育、常青藤爸爸。



电诉宝 全新升级

运行10年，对接千家电商
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** 数字零售 数字生活 数字健康 **数字教育** 跨境电商
 产业电商 物流科技 金融科技 其他

行业: **全部** 综合类 知识付费 职业教育 早教 语言类
 老年教育 教育服务商 高等教育 steam教育 K12 AI教育

筛选: **2023** 第四季度

1	一只船教育	2	尚德机构	3	中职通	4	帮考网
5	小叶子陪练	6	兴为教育	7	对啊网	8	漳州教育
9	赛优教育	10	中公教育	11	中安建培	12	有道精品课
13	高教通	14	嗨学网	15	VIPKID	16	聚师网
17	深海教育	18	网易云课堂	19	开课吧	20	恒企教育
21	喜马拉雅	22	大鹏教育	23	高顿教育	24	帮考教育
25	众趣教育	26	神州国开教育	27	中安建培教育	28	常青藤爸爸

(以上为投诉量排行榜)

在数字教育消费领域，据“电诉宝”受理用户维权案例，我们从中选取十大典型投诉案例，涉及小叶子智能陪练、大鹏教育、帮考网、一只船教育、兴为教育、中公教育、高教通、网易云课堂、有道精品课、赛优教育。

2023年Q4数字教育典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
10月11日	小叶子智能陪练	“小叶子智能陪练”不满意随时退款？家长反映真退款无人理睬
10月15日	大鹏教育	不挣钱无需还款？“大鹏教育”被指疑似倒闭 网站无法登陆
10月17日	帮考网	学员称“帮考网”不过包退为骗局 要求退费后各种推脱
11月9日	一只船教育	高昂挂靠费？用户投诉“一只船教育”诱导消费且无法退费
11月13日	兴为教育	老板跑路？用户投诉“兴为教育”课程无法观看 客服失联
11月17日	中公教育	“中公教育”考试不过全额退款？学员投诉退费超半年未处理
11月29日	高教通	“高教通”各种方式诱骗报名 不知情的情况下被办理分期贷款
12月5日	网易云课堂	家中遇变故无法学习“网易云课堂”无法再次延期课程引发争议
12月9日	有道精品课	仅上一次直播课退款扣费近2000？“有道精品课”被指存霸王条款
12月22日	赛优教育	“赛优教育”被指网站无法登录 多次联系负责人无果

图表编制：电诉宝
数据来源：315.100EC.CN

【案例一】“小叶子智能陪练”不满意随时退款？家长反映真退款无人理睬

10月11日，浙江省的陈女士向“电诉宝”投诉称其于2023年6月30复购小叶子钢琴培练，花费9500元购买课时，当时承诺不满意随时退款，过了一段时间，因个人计划有变并和当时购买老师提出要退款，当时老师让打指定电话申请退款，后打电话那边已申请并承诺二天内老师和自己联系，办理退款手续。

陈女士称再打电话一直说催一下，一直未给明确回复，经多次再一直推托，经办人生病请假等等，一直不给正确的回应，和购课时老师联系也不回复，也不给回应。

【案例二】不挣钱无需还款？“大鹏教育”被指疑似倒闭 网站无法登陆

10月15日，魏先生向“电诉宝”投诉称大鹏教育疑似倒闭，平台网站已经无法登录账号。21年11月魏先生通过微信某大鹏教育的老师购买大鹏教育的课程，说可以永久兼职，并说不挣钱可以不用还款，由于用的花呗到期自动还款，花呗分期是有手续费的，现在花呗已还完，总计3400块。

魏先生表示自己并未挣到钱，强烈要求大鹏教育先返还自己本金，现在网站跑路，传说中的“升级永久账号”的大鹏账号已经无法登录。大鹏教育的王班主任于2023年2月让自己参加考试，魏先生说没钱，2023年3月6日又说这边有书本费需要魏先生交书籍费290块。

【案例三】学员称“帮考网”不过包退为骗局 要求退费后各种推脱

10月17日，广东省的贺女士向“电诉宝”投诉称其于2021年12月31日在帮考网机构的虚假宣传下支付培训费共计6980元购买了消防工程师的课程，在他们推荐的APP上进行课程学习，并参加了一级注册消防工程师考试，但并未通过，后联系被告要求退费，却推脱不予处理。

贺女士表示买之前承诺包过考不过退费，在合同上埋雷，要求退费后各种推脱，以合同名义不予受理。帮考网故意诱导缴纳费用，并承诺为其挂靠兼职获取相关费用，存在虚假宣传，恶意欺诈，贺女士要求返还缴纳的费用。

【案例四】高昂挂靠费？用户投诉“一只船教育”诱导消费且无法退费

11月9日，重庆市杨女士向“电诉宝”投诉称其于2020年11月22日，一位一只船老师通过浏览器添加微信，告知杨女士符合国家一级消防工程师的报考条件，且自己单位是国家唯一认可的消协会员单位，师资力量雄厚，预报名即将截止。让杨女士先交500定金，后又交6480元，于是杨女士报名一只船教育的无忧班，告知杨女士3年不过包退。

随后又有老师来诱导消费，他们提供特训班，一周只有两节课。杨女士表示由于自己一直没有时间，既要上班又要带小孩，上课也挺难，于是就没去考试。

杨女士现在咨询老师退费，但对方却要自己提供成绩与当初承诺的不同，当

时告知拿到证书可以挂靠单位，一年有 10 万余。杨女士表示自己现在的诉求就是退费。

【案例五】老板跑路？ 用户投诉 “兴为教育” 课程无法观看 客服失联

11 月 13 日，吉林省于先生向“电诉宝”投诉称其于 2023 年 5 月 11 日购买兴为教育网课，花费 659.75 元，8 月中旬网课就不能看了，联系退费和售后，但联系不上人。联系班主任得知网校黄了，老板跑路了，宣布倒闭了，他们工资也没发，各种打官司，网课也全都停了。

于先生表示，本来是买两年的课，结果都没怎么看，就不能看了，联系班主任，她说她也没办法，找不到老板，让自己联系售后。于先生上网一查才知道，说是公司资金链断了，但是需要把自己的课程费退还，毕竟这是他们的问题，这种行为无异于骗钱。

【案例六】“中公教育” 考试不过全额退款？ 学员投诉退费超半年未处理

11 月 17 日，胡先生向“电诉宝”投诉称其于 2022 年 4 月 25 日与北京中公教育科技有限公司签订培训服务协议书，考试不通过全额退款。于今年 3 月 25 日向中公教育申请 34000 元的退款，现在已经超过合同约定的 45 个工作日期限，已经逾期跟客服沟通还要继续拖款。

胡先生表示家里急需用钱，北京中公教育总部负责全国学员退款，还请北京中公教育总部立即退还自己 34000 元。

【案例七】“高教通” 各种方式诱骗报名 不知情的情况下被办理分期贷款

11 月 29 日，山西省的陈女士向“电诉宝”投诉称其于 2022 年 11 月在手机上浏览了有关学历提升的网站，然后高教通教育机构的销售人员就联系到自己，以各种方式诱骗报考学历，例如明年报考改革，没有高中学历无法报考等手段诱骗报考学历，还说当时有助学金制度，于是就报了名。

陈女士称过了一天就感觉不太对，跟当时让付款的老师申请退费，那个老师推三阻四，说有程序，当时退不了，以各种理由推诿，后续再联系就无人应答。今天才发现他们当时收费还以自己的名义办了分期贷款，这个是自己不知情的情

况下办理的。

【案例八】家中遇变故无法学习 “网易云课堂”无法再次延期课程引发争议

12月5日，郭女士向“电诉宝”投诉称其于2022年7月在网易云课堂买的课程，当时自己的毕业证没下来，销售说毕业证下来可以延期。郭女士称在毕业证没下来的情况下听了一些课程，毕业证是23年下来的，找他们延期，学管说帮延期到24年开课。

郭女士称在2023年11月11日父亲病逝，母亲情况不太好，自己随时需要照顾母亲，边上班还需要带孩子就没时间学习，让学管25年开课，他说只能冻结一次，拒绝了。郭女士表示这种问题也不是自己造成的，如果开课了，一是没时间学习，二是也没心情学习，难道这三千块钱就白花了吗？学管还不给网易的电话，说投诉也是到她那，还说自己没权限。郭女士的诉求为25年开课。

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，“网易云课堂”工作人员回复：关于用户这边反馈的课程延期问题，已为核实，当前课程仅可冻结一个考季，无法再次冻结，可以免费参加24考季课程学习，非常抱歉无法满足延期至25年开课的诉求，建议用户可以在有效期内进行学习。

【案例九】仅上一次直播课退款扣费近2000？“有道精品课”被指存霸王条款

12月9日，山东省的郭先生向“电诉宝”投诉称公开课有道介绍1对1辅导，自己于2023年11月19日为巩固辅导孩子初中课程，报名了有道精品课花费3099元，实际在服务中咨询问题并不能及时给回复甚至不回复，打电话给客服，改观不大。

郭先生表示申请退费结果只给退1000多点，对方表示退款要7天内申请，实际截止2023年12月9日仅上了一次直播课，做了几次自由学的练习课。郭先生投诉有道霸王条款，虚假宣传，欺诈消费，申请按实际消费退款。

【案例十】“赛优教育”被指网站无法登录 多次联系负责人无果

12月22日，河北省吴女士向“电诉宝”投诉称自己于2023年11月在北京塞优教育的益点灵考务服务中心购买心理培训课程和相关报名事项，联系人陈老师承诺相关心理培训课程，网上学习，24年5月可报名参加心理培训师考试，之后吴女士开始自己网上学习，期间快递了两本心理学相关书籍。

12月15日，吴女士再次登录网址进行学习时，突然发现课程网站无法登录，联系教师也不回微信。多次电话和微信沟通也不回消息。网站至今一直无法登录进入，显示超时登录。相关全民职考课堂的公众号停止更新，无法联系到相关负责人。

四、关于我们

（一）关于电诉宝

国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）运行10余年来，与全国近千家网络消费平台建立对接，影响1亿+网络消费用户，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、评价体系、法律求助、大数据分析等诸多功能。目前，平台“绿色通道”服务向广大网络消费平台开放，各平台可自主申请入驻，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、健康的网络消费投诉环境，“电诉宝”公开版已正式上线，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、投诉榜（依据投诉量排行）等模块，让投诉过程透明化，一手掌握信息动态。

“电诉宝”（网络消费纠纷调解平台；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。



在线投诉	进度查询	平台登录			
真实姓名*	<input type="text" value="姓名"/>	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、..."/>

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。

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
网络消费纠纷调解平台

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

浙江网经社信息科技有限公司拥有 17 年历史，旗下运营：网经社(数字经济新媒体)、网经社电子商务研究中心(智库)、“电数宝”(大数据)、“投融资中心”(FA)、“电诉宝”(C 端)、网盛消费品电商供应链金融服务中心(金融)等系列子品牌/平台/产品，提供媒体、研究、数据、融资、营销、顾问等服务，并致力于打造大数据驱动的“领先的数字经济服务商”。

网经社网站(WWW.100EC.CN)旗下拥有 100 多个细分台、频道、平台、分站，365 天/12 小时滚动发布国内外数字经济资讯，为全国乃至全球用户提供全面、及时、专业的靠谱资讯，是国内首屈一指的数字经济服务商。

公司总部位于杭州，系国内唯一拥有 A 股上市公司背景的数字媒体、智库和平台，母公司在全国拥有 30 个分支机构，员工 1000 余人，实力雄厚，是我

国电数字经济行业的见证者与推动者。

2022年11月23日，国内领先的数字经济服务商“浙江网经社信息科技有限公司”宣布成立“消费品电商供应链金融服务中心”，并发布消费品电商供应链金融解决方案，此举旨在破解消费品流通企业融资难题。



具体服务包括：向平台企业基于网经社数字经济门户、自媒体&社群矩阵、媒公宝（3000人记者库）提供媒体传播业务为核心的品牌服务；向政府机构基于互联网行业内唯一一家国家发改委认定的“一带一路”TOP10影响力社会智库“网经社电子商务研究中心”提供研究资讯为核心的智库服务；向消费品供应链企业基于“网盛消费品电商供应链金融服务中心”提供供应链金融解决方案；向创业公司基于“网经社投融资中心”20000+投资者库提供FA服务。

网经社在工信部、公安机关网站合法备案运行，服务客户覆盖各大互联网上市公司、独角兽，以及国家和各地政府部门，有口皆碑。



数据墙：

拥有 100+专业频道，为全国用户提供全面、及时、专业的资讯，是国内领先的数字经济门户。

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 20000 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、演讲的数字经济论坛、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+家数字经济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。

• 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《2023 年 Q4 中国电子商务用户体验与投诉数据报告》”。

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：2024年1月4日

官方公众号 ID: i100EC

网购投诉平台 ID: DSWQ315

(近 40 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)

(16 年沉淀 100 万+条数据覆盖 4000+平台)

(我要投诉)



视频号 (视频号搜网经社)

抖音号 (抖音搜网经社)



网经社小程序码 (微信小程序搜网经社)

