

2024年2月 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03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.....	4
（三）投诉用户性别分布.....	5
（四）投诉金额区间分布.....	6
三、评级数据与典型案例.....	7
（一）数字零售数据与十大典型案例.....	8
（二）数字生活数据与十大典型案例.....	15
（三）数字教育数据与十大典型案例.....	20
四、关于我们.....	27
（一）关于电诉宝.....	27
（二）关于网经社.....	29

一、报告摘要

2月份，春节刺激了网络消费及旅游出行热潮。春节前夕，各大互联网巨头上新花式红包玩法：京东宣布春晚30亿红包人人有份，淘宝宣布派发10亿红包，支付宝集齐五福分5亿奖金。马蜂窝数据显示，春节期间长途旅行相关订单占比超过65%。此外，年夜饭、亲友宴等餐饮消费旺盛，商务大数据重点监测餐饮企业销售额同比增长约17%。

不过，中消协数据显示，在2月9日至2月18日共计10天监测期内，共收集到“消费维权”相关信息21,575,207条，日均约216万条。消费者吐槽主要集中在交通出行、景区旅游、文化娱乐、消费服务等方面。

在此背景下，3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）2024年2月受理的全国67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《2024年2月中国电子商务用户体验与投诉数据报告》。

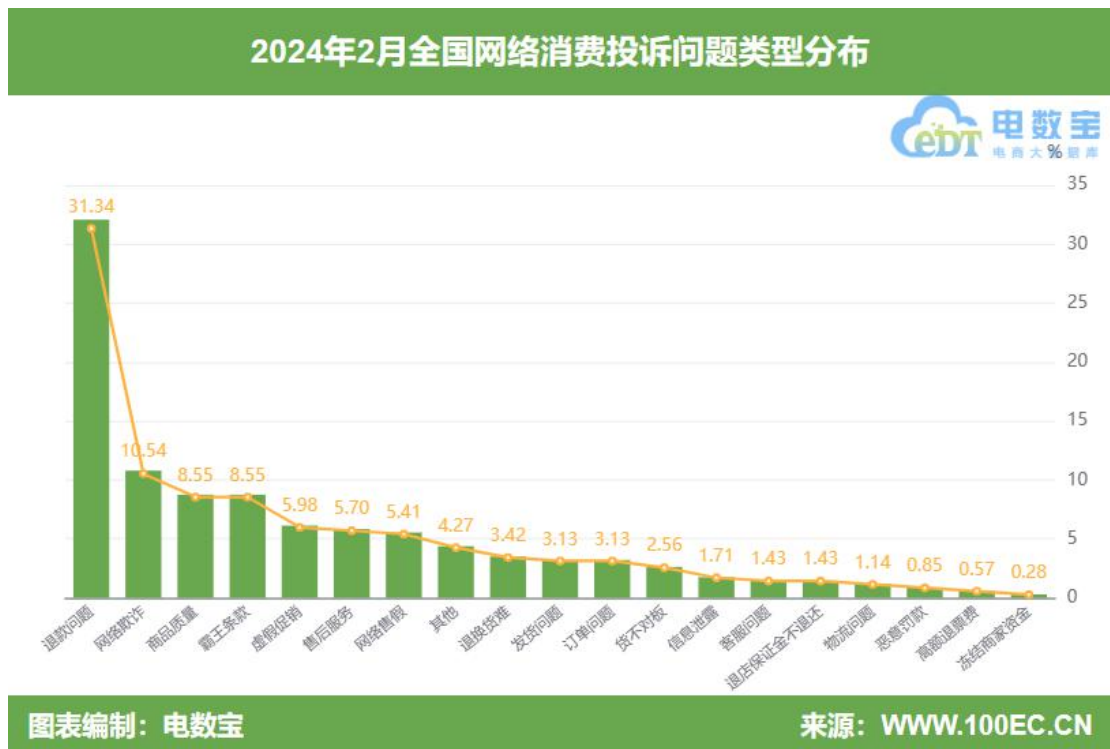
报告涉及了数字零售（主要集中在**生鲜电商、二手电商**）、数字生活（主要集中在**在线旅游、在线票务**）及数字教育、跨境电商、产业电商、金融科技、物流科技等领域。报告公布了2024年2月网络消费投诉数据及《2024年2月数字零售十大典型投诉案例》《2024年2月数字生活十大典型投诉案例》和《2024年2月数字教育十大典型投诉案例》。

在报告公布的《2024年2月全国网络消费评级榜》中：获“**建议下单**”评级的有：BOSS直聘、京东、智行；获“**谨慎下单**”评级的有：微拍堂、抖音、有赞、美团、去哪儿；获“**不建议下单**”评级的有：飞猪、分期乐、一只船教育等；获“**不予评级**”的有：淘宝、闲鱼、快手。

二、整体数据

（一）投诉问题类型分布

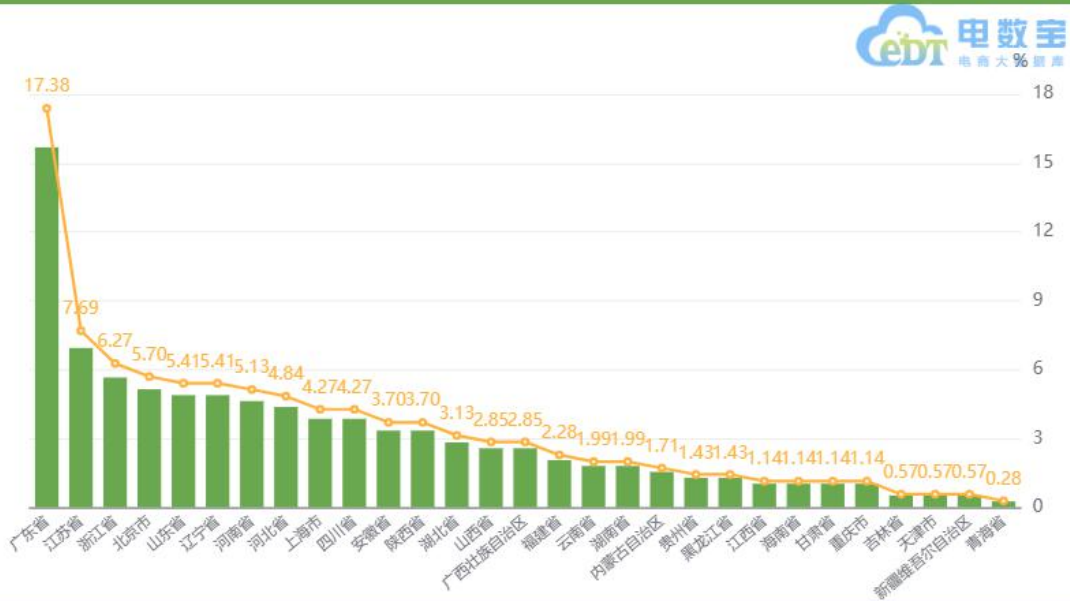
据“电诉宝”显示，2024年2月全国网络消费投诉问题类型TOP10中，退款问题占比高达31.34%，其余问题类型依次为：网络欺诈（10.54%）、商品质量（8.55%）、霸王条款（8.55%）、虚假促销（5.98%）、售后服务（5.70%）、网络售假（5.41%）、退换货难（3.42%）、发货问题（3.13%）、订单问题（3.13%）。



（二）投诉地区分布

2月“电诉宝”受理投诉用户聚集地区TOP10依次为广东省（17.38%）、江苏省（7.69%）、浙江省（6.27%）、北京市（5.70%）、山东省（5.41%）、辽宁省（5.41%）、河南省（5.13%）、河北省（4.84%）、上海市（4.27%）、四川省（4.27%）。

2024年2月全国网络消费投诉地区分布



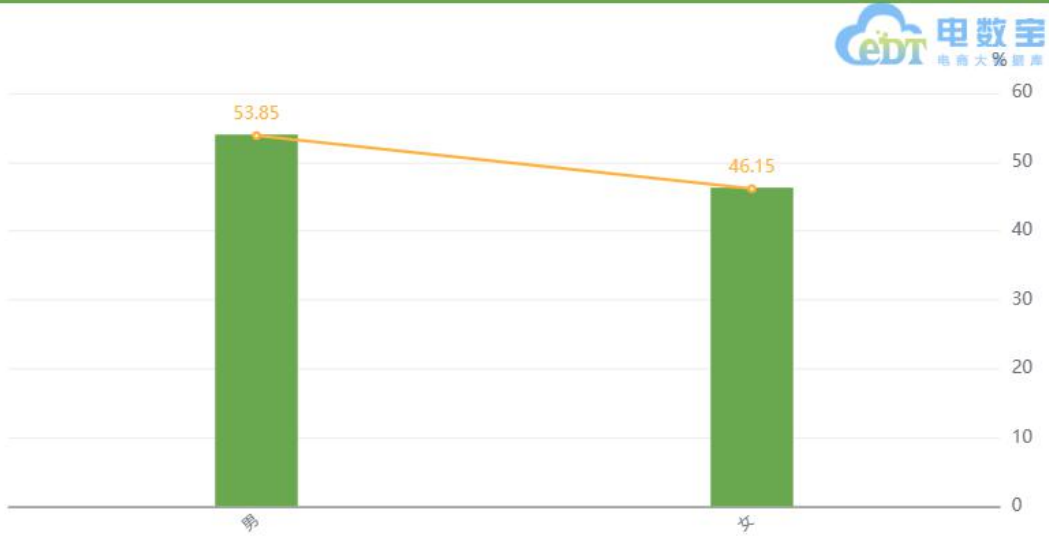
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

(三) 投诉用户性别分布

据“电诉宝”显示，2月男性用户投诉比例为 53.85%，女性用户投诉比例为 46.15%。

2024年2月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，2月投诉金额分布主要集中在100-500元（20.23%）、1000-5000元（19.09%）、0-100元（15.95%）、500-1000元（11.97%）、5000-10000元（9.97%）、10000元以上（9.12%）、未选择金额（13.68%）。

2024年2月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，2024年2月全国网络消费评级榜中：获“建议下单”评级的有：BOSS直聘、京东、智行；获“谨慎下单”评级的有：微拍堂、抖音、有赞、美团、去哪儿；获“不建议下单”评级的有：飞猪、分期乐、一只船教育等；获“不予评级”的有：淘宝、闲鱼、快手。

2024年2月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
1	BOSS直聘	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2	京东	73.33%	0.733	10.000	0.787	建议下单
3	智行	100.00%	0.857	0.000	0.757	建议下单
4	微拍堂	100.00%	0.833	0.000	0.750	谨慎下单
5	抖音	100.00%	0.543	0.000	0.663	谨慎下单
6	有赞	100.00%	0.433	0.000	0.630	谨慎下单
7	美团	100.00%	0.400	0.000	0.620	谨慎下单
8	去哪儿	84.21%	0.358	0.000	0.528	谨慎下单
9	飞猪	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	分期乐	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	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	一只船教育	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 \in [0,0.4)，谨慎下单 \in [0.4,0.75)，建议下单 \in [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

（一）数字零售数据与十大典型案例

数字零售消费评级榜：

在2024年2月全国数字零售评级榜中：获“建议下单”评级的有：京东；

获“谨慎下单”评级的有：微拍堂、抖音、有赞等；获“不予评级”的有：淘宝、闲鱼、快手。

2024年2月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	京东	73.33%	0.733	10.000	0.787	建议下单
2	微拍堂	100.00%	0.833	0.000	0.750	谨慎下单
3	抖音	100.00%	0.543	0.000	0.663	谨慎下单
4	有赞	100.00%	0.433	0.000	0.630	谨慎下单
5	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
5	拼多多	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
5	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
5	快手	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 \in [0,0.4)，谨慎下单 \in [0.4,0.75)，建议下单 \in [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

数字零售上榜平台有 26 家：

投诉量 TOP10 依次为：拼多多、淘宝、京东、闲鱼、抖音、有赞、微拍堂、快手、唯品会、交易猫；

排在第 11-20 名的是：苏宁易购、转转、拍机堂、小红书、红布林、途虎养车、微店、天猫、微店、叮咚买菜、美团优选；

排在第 21-26 名的是：蘑菇街、返利网、国美、朴朴超市、盒马鲜生、爱回收。

电诉宝 全新升级 “律”动315 直击行业乱象
为全国网络消费用户“保驾护航”

- 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
 - 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
 - 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: 2024 2月

1	拼多多	2	淘宝	3	京东	4	闲鱼
5	抖音	6	有赞	7	微拍堂	8	快手
9	唯品会	10	交易猫	11	苏宁易购	12	转转
13	拍机堂	14	小红书	15	红布林	16	途虎养车
17	天猫	18	微店	19	叮咚买菜	20	美团优选
21	蘑菇街	22	返利网	23	国美	24	朴朴超市
25	盒马鲜生	26	爱回收				

(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案例，涉及国美、小红书、有赞、拍机堂、朴朴超市、美团优选、微店、转转、蘑菇街、返利网。

2024年2月数字零售典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
2月7日	国美	等了一年多还未退款？ 用户称“国美”杳无音讯
2月7日	小红书	用户投诉“小红书”商家态度恶劣 平台却支持商家
2月11日	有赞	快递寄错地址 “有赞”售后却无人处理？
2月18日	拍机堂	用户称“拍机堂” 手机与检测报告不符 发起售后被拒
2月19日	朴朴超市	“朴朴超市”诱导充值？ 未明确只能消费指定品类
2月19日	美团优选	“美团优选”恶意欺诈？ 用户低价购买的商品被要求退单
2月22日	微店	“微店”被指涉及虚假宣传 用户要求售后却发现产品下架转移资金
2月22日	转转	用户投诉“转转”以发货为由 拒绝退款 多次联系客服均不解决
2月26日	蘑菇街	商家问题导致优惠券失效 用户要求“蘑菇街”赔偿20元
2月27日	返利网	“返利网”被指“以实际到账为准” 是霸王条款 返利金额与显示金额不一致

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

【案例一】等了一年多还未退款？用户称“国美”杳无音讯

2月7日，上海市龚先生向“电诉宝”投诉称其于2023年1月1日在国美（真快乐 APP）上购买一台海尔空调 KFR-35GW/02KBB83U1，后等了快一个月左右一直不发货，问在线客服也只是一味搪塞，就是不发货。

后龚先生取消了订单，国美（真快乐 APP）于1月29日开始启动退款流程，并承诺1~3个工作日退款到账，但是等了一年多了直到现在都杳无音讯。龚先生询问相关事宜，但在线客服只一味搪塞，致电电话客服也只是糊弄，龚先生希望国美（真快乐 APP）平台能够尽快退款。

【案例二】用户投诉“小红书”商家态度恶劣 平台却支持商家

2月7日，江苏省谷女士向“电诉宝”投诉称其于2024年2月5日在小红书艺百AI定制写真店购买的AI写真照，出现了照片和本人完全没有关系的问题。谷女士试图和商家沟通解决问题，但是商家拿出霸王条款，一副无所谓的态度对待这件事情。

谷女士表示商家不处理售后就和相关平台投诉举报商家，商家说不怕威胁。谷女士认为商家觉得小红书售后平台支持商家，对消费者无所谓，所以商家态度也一直非常强硬恶劣，甚至颠倒是非黑白，小红书平台售后有一直联系不上工作人员，一直是机器人回复。谷女士的诉求是扣除商家所谓的消耗成本，退还完剩下的所有费用。

【案例三】快递寄错地址 “有赞”售后却无人处理？

2月11日，湖南省韦女士向“电诉宝”投诉称自己于2014.1.28在有赞平台上开的网店壹芽壹業购买了茶叶，发现物流送货的地方不对，韦女士要寄到广西百色，实际寄到了江苏徐州。韦女士在2月3号申请了退款，中途联系了商家，商家说会给予退款，也联系了有赞客服，但是有赞一直是机器人回复，回复都是千篇一律，让她自己联系商家充值资金，才给予退款。

韦女士称，现在到了退款时间，也没有退款成功，有赞作为第三方平台，没有监管到位，售后无人处理、售后难，侵犯了她的自主选择权，韦女士的诉求是退款成功。

【案例四】用户称“拍机堂”手机与检测报告不符 发起售后被拒

2月18日，广东省张先生向“电诉宝”投诉称自己于2024年2月3日从拍机堂购买一台红米手机，他们质检报告是可进入桌面，进入后间歇性自动重启，张先生收到机器发现一直重启卡在桌面进不去，多次尝试均不能进入桌面，和检测报告不符。

张先生录制有故障视频，通过新手容忍期寄回机器且，对方在2月8日已经签收，却故意不处理拖延超时，后重新发起申请售后被拒，不予退货。张先生质问机器到底能不能进入桌面，客服不回复。现在机器也在拍机堂手中，张先生要

求退款退货。

【案例五】“朴朴超市”诱导充值？未明确只能消费指定品类

2月19日，广东省冯女士向“电诉宝”投诉称自己于2月7号在朴朴超市APP买菜后，看见可以充值，因平时家里买菜生活用品，基本都是朴朴超市，于是马上充值1000元。后来冯女士发现无法使用，咨询客服回答需要提现到余额，结果还是不能自动递减余额，后来告知这是只能消费指定品类。

冯女士认为，这是明显诱导充值，为什么商家要在消费者惯性购买的商品画面设置这样的充值入口，且不明确不能消费日常家庭生活用品，而是明确不能退或者换回普通超市类购物卡。

冯女士称，根据消费者保护法27条规定，其违反相关重要消费指引与明示。根据消费者权益法28条，预充值卡再购买15天内，消费者可以15天内无理由退款。

【案例六】“美团优选”恶意欺诈？用户低价购买的商品被要求退单

2月19日，河北省田女士向“电诉宝”投诉称自己于2月17日在美团优选购买了普罗旺斯西红柿，原价5.8元，优惠后0.05元，以及安井虾滑等其他物品，但长达30个以上小时没有任何物流消息。

19日上午货物到达自提点田女士才接到电话要求她退单0.05元的普罗旺斯西红柿这一商品，美团优选后台信息显示商品缺货无法配送，但同一时间、同一规格商品却以3.35元的价格在售，并非电话和后台数据显示的商品缺货状态，田女士怀疑美团优选这种行为属于恶意欺诈，并使用刷单等免费营销手段。

【案例七】“微店”被指涉及虚假宣传 用户要求售后却发现产品下架转移资金

2月22日，广东省卢女士向“电诉宝”投诉称微店商家涉及虚假宣传，要求售后下架产品转移资金。2023.8.23卢女士在微店买了一个教资考前押题卷，首页图片标明了名师押题不过保全额退款，卢女士购买了两套。后教资成绩出来后，成绩不达标，想要求商家售后，这时发现商家已下架产品，联系商家也不再回复。

卢女士通过客服发现该商家已转移账上资金，在微信留言也从未回复，至此商家从未对订单做过任何处理。

【案例八】用户投诉“转转”以发货为由拒绝退款 多次联系客服均不解决

2月22日，云南省王女士向“电诉宝”投诉称其于2024年2月21日凌晨一点在转转平台下单买了三个包，但二十分钟左右申请两个包退款，4点多转转以发货为由拒绝退款。现在申请没有仅退款一项，王女士要求退货退款，联系多次客服不解决。

王女士打过电话给转转客服，对方说会处理但一直没处理。王女士之前买过一些东西，对方说退货要求给65元的服务费，还有承担顺丰的快递费，太可怕了，这种平台怎么让它存在？

【案例九】商家问题导致优惠券失效 用户要求“蘑菇街”赔偿20元

2月26日，河南省张女士向“电诉宝”投诉称其于2024年2月11日通过蘑菇街平台首尔女鞋铺购买了一双雪地靴，因商家没货无库存不提前下架链接，导致张女士使用20元优惠券拍下这双鞋子，11天后仍未发货。

张女士询问商家，商家告知无货让她退款，从而导致张女士20元优惠券失效。张女士给蘑菇街平台反馈，给她的处理结果是只赔付十元优惠券，张女士对处理结果不认可，诉求是赔偿20元。

【案例十】“返利网”被指“以实际到账为准”是霸王条款 返利金额与显示金额不一致

2月27日，上海市吴女士向“电诉宝”投诉称自己于1月29日通过返利网在抖音平台购买羽绒服一件，当时显示返利金额为278，预计3月底返利到账。（商品购入后因包装问题，且店铺没有商品供调换，商家退回商品价格50元，吴女士认为这是商家给她的补偿，与返利无关。）

吴女士今天去查看返利金额变成了245，返利金额减少30多，她又在返利网搜索了该店铺该商品，返利金额仍然是278。于是联系返利网客服，客服态度恶劣，回复说商家反馈是此金额，并告知返利网以实际到账为准，吴女士只能接

受。吴女士认为返利网实际返利金额与显示金额不一致，存在欺诈问题；“以实际到账为准”是霸王条款；客户存疑时，客服态度恶劣，不能有效解决问题。

（二）数字生活数据与十大典型案例

数字生活消费评级榜：

在2024年2月全国数字生活评级榜中：获“建议下单”评级的有：BOSS直聘、智行；获“谨慎下单”评级的有：美团、去哪儿；获“不建议下单”的有：飞猪。

2024年2月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%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2	智行	100.00%	0.857	0.000	0.757	建议下单
3	美团	100.00%	0.400	0.000	0.620	谨慎下单
4	去哪儿	84.21%	0.358	0.000	0.528	谨慎下单
5	飞猪	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

备注：

- 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。
 - 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。
 - 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。
 - 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。
- 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”。
- 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。
- 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 17 家：

投诉量 TOP10 依次为：去哪儿、飞猪、美团、智行、BOSS 直聘、同程旅行、联联周边游、万师傅、走着瞧旅行、饿了么；

排在第 11-16 名的是：携程、鲁班到家、58 到家、高德、大麦网、大河票务网、高铁管家。



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，涉及饿了么、大河票务、走着瞧旅行、联想周边游、58 到家、大麦网、智行、万师傅、BOSS 直聘、飞猪。

2024年2月数字生活典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
2月2日	饿了么	在“饿了么”退单后却收不到退款？ 用户要求合理解释
2月3日	大河票务	“大河票务”被指敷衍了事 用户付了全额款项却不见出票
2月4日	走着瞧旅行	用户与“走着瞧旅行”沟通退款退票 长时间仍未明确处理方案
2月7日	联联周边游	“联联周边游”收取20%手续费 违反消费者权益 用户要求全额退款
2月16日	58到家	“58到家”被指价格不透明 乱收费 用户要求退还多收的费用
2月18日	大麦网	霸王条款？用户因身体原因退票 被“大麦网”拒绝
2月22日	智行	毫不知情情况下开通了会员？ “智行”表示已退款
2月26日	万师傅	未收到客户电话何来二次上门？ 用户不满“万师傅”扣除服务分
2月26日	BOSS直聘	“BOSS直聘”未明确违规问题就锁定账号 用户多次沟通未果
2月27日	飞猪	未使用权益为何不能退款？ 消费者投诉“飞猪”霸王条款不合理

图表编制：电诉宝 数据来源：315.100EC.CN

【案例一】在“饿了么”退单后却收不到退款？用户要求合理解释

2月2日，福建省甘女士向“电诉宝”投诉称自己于2024年1月25日在饿了么平台下单屈臣氏商品，由于该订单里的一件物品买错，后至门店跟店员协商，店员在他们商家后台整单退款（2024年1月25日）。时至今日，甘女士依然没有收到平台退的款项，咨询平台客服，一直回复的是智能文案。甘女士希望平台客服给我个合理的解释，并把款项退还。

【案例二】“大河票务”被指敷衍了事 用户付了全额款项却不见出票

2月3日，广东省许先生向“电诉宝”投诉称自己于2023年12月29日在大河票务购买了2024年1月13日在香港举行的张学友演唱会门票，并付该票全额

款项 980 元人民币。直至演唱结束，商家并无给票也不退款，经与平台协商，平台承诺 2024 年 1 月 23 日前退回全款，但现已超过承诺时间仍未见退款。

许先生再次和平台沟通时又说到 2024 年 4 月才退款。许先生认为，这已损害消费者权益，顾客给了全额票款不但不给票，也不加说明，还要求顾客购买黄牛票，就连退款都一拖再拖，并没有给予合理答复。售买的货品既然没能按时交付，就应该马上退款，不应该敷衍了事。

【案例三】用户与“走着瞧旅行”沟通退款退票 长时间仍未明确处理方案

2 月 4 日，河北省田先生向“电诉宝”投诉称其于 2019 年购买了走着瞧旅行社的云南游两张团票，每张票价 599 元。当时孩子上初中时间上比较宽裕，想陪孩子出去看看祖国的大好河山。后来疫情爆发了就没去成，再加上孩子现在都高中生了，学习紧张更是没时间出去旅行了。

田先生好几次和走着瞧旅行社的客服沟通退款退票一事，要么就是说扣除百分之六十的违约金（订购该旅行套票的时候，从来没有人告知有此项违约责任），要么就是让等售后主动联系处理，但到现在都没有明确处理方案。田先生的诉求是全额退款，违约金最多扣百分之十能接受。

【案例四】“联联周边游”收取 20% 手续费违反消费者权益 用户要求全额退款

2 月 7 日，辽宁省张女士向“电诉宝”投诉称其于 2024 年 2 月 3 日在联联周边游公众号拍下两个订单，发现拍错了后选择退款，与客服联系，客服告知只能退回 80%。张女士认为联联周边游收取 20% 手续费的行为违反了消费者权益，要求全额退款，补退 80 元扣款。

【案例五】“58 到家”被指价格不透明 乱收费 用户要求退还多收的费用

2 月 16 日，广东省覃先生向“电诉宝”投诉称自己于 2024 年 2 月 3 日在 58 到家下单下水道疏通服务，上门师傅通过夸大故障，声称需要另外使用的服务，并且要收比平台标注高得多的价格，用了 2 瓶廉价疏通剂，最后的收费比平台声称的最高收费标准还多了 500 多。覃先生认为这存在价格不透明、乱收费的情况，

他的诉求是退还多收的费用。

【案例六】霸王条款？用户因身体原因退票被“大麦网”拒绝

2月18日，上海市陈女士向“电诉宝”投诉称自己于2024年2月4日在大麦网平台上购买了6张2024年2月14日的亲子魔术票，在2024年2月12日发现家里孩子生病了，和大麦网客服沟通，大麦网要求陈女士上传病例证明。

2024年2月13日陈女士带孩子去上海第四人民医院看病，也开了病假单以及病例证明，挂号单等，根据当时大麦网客服的要求上传了这些医院开具的证明。结果到晚上大麦网短信回复说不给退票，理由牵强，说是“演出票为有价观演凭证，非普通商品，其背后承载的是文化服务并具有时效性、稀缺性等特征，此订单不支持退换”。

陈女士认为这完全属于霸王条款，她所提供的材料真实有效，没办法才提交的退票。陈女士一共买了6张，需要退4张，又不是全退，也在尽力减少损失。

【案例七】毫不知情情况下开通了会员？“智行”表示已退款

2月22日，河南省张先生向“电诉宝”投诉称自己于2024年2月22日购买了从濮阳东到平顶山西的车票，包含两段（濮阳到郑州；郑州到平顶山西），总车票181元，但是扣钱时候扣了235元，后面张先生查询才看到自动开通了一个会员。张先生认为这是在毫不知情的情况下开通了会员，属于诈骗，现在申请退还会员的价钱。

对此，智行方面回复称企业已联系消费者沟通，订单中所产生的铂金会员费用考虑用户服务感受已经特殊为其申请退订退款，金额34元预计在1-3个工作日内原路退款完成，已与消费者达成一致。

【案例八】未收到客户电话何来二次上门？用户不满“万师傅”扣除服务分

2月26日，广东省吕先生向“电诉宝”投诉称自己于2024年2月7日在万师傅平台接到一个安装水槽的订单，费用78元。在客户家安装过程中，发现之前的师傅把洗杯器配件遗失，便告之客户重新购买洗杯器，其他配件按要求安装好。

26日万师傅平台来说，客户买回了洗杯器，但找不到吕先生（平台使用虚拟号，过了时间就不能用），故投诉吕先生不二次上门，吕先生觉得十分冤屈，没有收到客户电话何来二次上门？现在平台以吕先生上次未完成服务为由，对他扣除服务分30分，罚款300元，吕先生表示不服，要求平台撤消扣30服务分，撤回罚款300元。

【案例九】“BOSS直聘”未明确违规问题就锁定账号 用户多次沟通未果

2月26日，张女士向“电诉宝”投诉称其于2024年2月25日被BOSS直聘账号锁定，电话客服表示是审核人员处理的，他们看不到违规具体内容，具体哪些字眼他们没法解答。线上审核人员回复又很简洁，不提供哪里违规，多次沟通未果。

张女士表示，自己是个人主动求职财税相关工作，并没有平台说的“发广告，寻求合作”的字样。就是主动问有没有财税需求，财税工作是否可以灵活办公。现BOSS直聘不给解除，任何证据不足却严格处罚。

【案例十】未使用权益为何不能退款？消费者投诉“飞猪”霸王条款不合理

2月27日，辽宁省李女士向“电诉宝”投诉称其于2024年2月21号在淘宝下单了购买香港迪士尼乐园门票共计22张，店铺名称广州乐派网旅行社有限公司。隔天李女士去找客服处理退款问题，客服不给退款。找到淘宝投诉小二，被告知是飞猪平台的，让她找飞猪平台。

李女士找了飞猪平台客服也是说不给退款，而且打了飞猪平台客服电话也告诉打多少次都是一样的，不会退款。现在李女士需要维权，退费。李女士表示自己没有出行，也没有使用，为什么不给退款？这属于霸王条款，根本不合理。

（三）数字教育数据与十大典型案例

数字教育消费评级榜：

在 2024 年 2 月全国数字教育评级榜中：获“不建议下单”的有一只船教育。

2024年2月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	一只船教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

备注：

- 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。
 - 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。
 - 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。
 - 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。
- 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”。
- 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。
- 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 17 家：

投诉量 TOP10 依次为：一只船教育、小叶子陪练、赛优教育、常青藤爸爸、帮考网、中职通、中公教育、嗨学网、尚德机构、大鹏教育；

排在第 11-17 名的是：深海教育、网易云课堂、芸学教育、高顿教育、中安建培、开课吧。



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: **2024** **2月**

1	一只船教育	2	小叶子陪练	3	赛优教育	4	常青藤爸爸
5	帮考网	6	中职通	7	中公教育	8	嗨学网
9	尚德机构	10	大鹏教育	11	深海教育	12	网易云课堂
13	芸学教育	14	高顿教育	15	中安建培	16	开课吧
17	环球网校						

(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，涉及赛优教育、网易云课堂、高顿教育、常青藤爸爸、芸学教育、帮考网、中公教育、小叶子陪练、深海教育、一只船教育。

2024年2月数字教育典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
2月1日	赛优教育	“赛优教育”多次诱骗缴费？用户要求退款一直被拖延
2月6日	网易云课堂	“网易云课堂”换课未成功 学员要求重新排课或退全款
2月7日	高顿教育	“高顿教育”退款需收取20%违约金？学员表示不合理
2月9日	常青藤爸爸	申请退款已三年 “常青藤爸爸”至今未退回
2月16日	芸学教育	欺诈学费？“芸学教育”被指无任何线下培训 仅有线上课件回放
2月18日	帮考网	学员无时间学习需要退款 “帮考网”客服和老师均联系不上
2月18日	中公教育	“中公教育”分期退款仅退了一期？学员要求立刻退款
2月20日	小叶子陪练	客服变动大且态度恶劣 用户要求“小叶子陪练”按课时退款
2月25日	深海教育	学员投诉“深海教育”购课后无人对接 要求退款也无人问津
2月29日	一只船教育	用户要求“一只船教育”退还学费 对方以各种理由搪塞

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

【案例一】“赛优教育”多次诱骗缴费？用户要求退款一直被拖延

2月1日，林女士向“电诉宝”投诉称其于2024年1月16日在淘宝官网平台赛优培训机构下单预付了9880元的课程服务，相关销售人员主动联系林女士多次诱骗缴费，也没签订任何合同与协议，林女士也不知道自己购买课程应该享有的权利和义务。林女士第三天听别的学员说对方的课程虚假宣传，就立即要求退款，对方不退，第六天林女士就在淘宝官方申请无理由七天内退款，商家说不支持无理由退款。

林女士购买的一万元课程，商家没有提前告知他产品的真实情况，属于欺骗消费者，还有从未签订合同，退款时说要扣款百分之三十，属于单方面格式条款。

后来林女士找到淘宝平台，平台让提供相关证据材料，林女士就把付款记录以及跟商家交涉的对话上传给平台，平台说商家不同意，他们在协调跟进，但是处理十多天平台都以处理中一直拖延不予退款。

【案例二】“网易云课堂”换课未成功 学员要求重新排课或退全款

2月6日，海南省陈女士向“电诉宝”投诉称其于23年9月5号购买了价值299元的“网易有道翻译买一得三6级小白班2班”的课程。在意识到六级无法报名后，陈女士依照课程群中的链接提交了换课申请，希望将她的课程延至明年6月份。按照流程，陈女士在链接中填写了必要信息并提交了申请，但没有收到任何关于换课成功的短信。

1月10日左右，陈女士多次向群里的老师询问情况，得到的回复是审批过程可能尚未完成，并建议她耐心等待。经过几天，陈女士又咨询了情况，老师暗示如果她已经看不到12月份的课程，那么换课可能已经成功了。但是，由于缺乏明确的短信确认，不知道有没有成功，又向客服咨询了一遍，对方说成功了并且课程已自动消失。最近，当陈女士就课程未开始一事再次联系客服时，却被告知她的换课并未成功，且贵公司无法提供进一步的解决方案。

陈女士既没有参加原定的课程，也未能获得其他形式的教学服务。要求：1. 立即安排已支付费用的“6级小白班2班”课程，确保陈女士能尽快开始学习。2. 如果无法立即安排课程，请为陈女士办理全额退款。

【案例三】“高顿教育”退款需收取20%违约金？学员表示不合理

2月7日，浙江省茅先生向“电诉宝”投诉称其于2023年12月购买高顿课程，公司业务繁忙无法学习，在一月申请退款，但高顿收取一门课并交20%的违约金，茅先生认为不合理，他只上了3节课。现公司一直拖协商，茅先生考虑到会导致最终的退款金额，需要法律协助。

【案例四】申请退款已三年 “常青藤爸爸”至今未退回

2月9日，山东省李女士向“电诉宝”投诉称其于2022年1月购入常青藤爸爸（从向日葵妈妈平台购入），该平台课程承诺打完卡退回所付款项。孩子已经

按照平台的要求，完成了打卡任务，但是申请返现共计 697 元时，平台以经营困难为理由，说不能马上返现，要排队等候。平台说可以把现金转为抵用费用购买该平台的其他课程。

李女士不想再购买该平台的其他课程，选择返现。但是从 2021 年开始申请排队，到现在还有 20000 人左右排队，至今未退回。

【案例五】 欺诈学费？“芸学教育”被指无任何线下培训 仅有线上课件回放

2 月 16 日，江苏省杨女士向“电诉宝”投诉称其于 2020 年 4 月 20 日在微信支付平台付款 2900 元给商户北京芸学教育科技有限公司河南分公司，现班主任联系不上，杨女士怀疑此机构存在欺诈学员学费行为，现要求培训机构全额退学费。

杨女士表示，另交学费后，考试前还有 850 的考务费，考务费共交过两次合计 1700 元，希望全额退回。杨女士称，培训机构以能获得国家人才中心补助为由，诱导报名芸学教育考试国家的健康管理师，但报名机构后无任何线下培训，学习均是通过线上课件回放方式学习。

【案例六】 学员无时间学习需要退款 “帮考网”客服和老师均联系不上

2 月 18 日，甘肃省刘先生向“电诉宝”投诉称其于 2021 年 5 月 18 日因帮考网教育机构以不断催促缴费并承诺肯定能通过考试为诱导报名，报了帮考网一级消防工程智胜取证班，报名费 7980 元。后来得知他们的课时很多，平均最少得一天学习 4 小时左右，不像他们机构说的需要少量时间学习就可以。

刘先生在之后又陆续有帮考网的人员打电话诱导并称只要再缴纳一万七千多元，就可以把班型提升为私教班，通过率更高，学习时间更少，并且不断电话劝解及诱导中升级了班型。结果学习时间几乎也没多少缩短，目前由于刘先生这边没有那么多时间学习他们的课程，需要退费，但是他们的客服电话和老师均联系不上。

【案例七】 “中公教育”分期退款仅退了一期？学员要求立刻退款

2月18日，甘肃省杨先生向“电诉宝”投诉称其于中公教育科技有限公司于2022-03签订培训合同，杨先生向中公教育科技有限公司支付3.5万，约定考试通过，收取7000元。2023-06杨先生考试通过，等45工作日过去后，遂于2023-08提交退款申请，中公教育科技有限公司与杨先生约定分期退款，每月1期，共分7期，2023.10退了4000，至今还有2.4万未退。杨先生要求中公教育科技有限公司立刻退款，并附加银行贷款利率的2倍。

【案例八】客服变动大且态度恶劣 用户要求“小叶子陪练”按课时退款

2月20日，河南省张女士向“电诉宝”投诉称其于2022年11月通过广告宣传，被拉进了小叶子的微信群，2022年11月6日通过支付宝付款购买了课程，有问题联系工作人员，但工作人员经常更换，说的问题全然不知，服务跟不上，不解决问题。

张女士表示，孩子没学几次课，她跟客户沟通了孩子年龄有点小，一直对着手机和平板，视力下降，眼睛受不了，学不了网课，学不完能不能延期，客服说可以申请延期。但没过几天客服离职了，换人了之前说的全然不知，每天微信给张女士发很多宣传的信息和卖课的资料，张女士说学不了延期的事情，他说还没到期不用申请，后来他又说不能延期了。

张女士现在要求退款，没人理睬，一个多月了，现在不让登陆APP，也不给退钱，客服态度恶劣，侵害了消费权益。张女士的诉求是没解锁的课程按课时退款。

【案例九】学员投诉“深海教育”购课后无人对接 要求退款也无人问津

2月25日，河南省赵女士向“电诉宝”投诉称其于2021年3月15日在北京深海教育购买中级人力资源管理师课程，中间无人对接，由于工作生活原因没学习课程，等到发现后才发现账号被禁用，也没有考试，也没学习，中间也投诉过几次，无人问津。赵女士称，不求其他的维权，只求把她交的钱退还。

【案例十】用户要求“一只船教育”退还学费 对方以各种理由搪塞

2月29日，云南省普女士向“电诉宝”投诉称其于2021年6月4日在一只船

教育培训机构花费 6000 元购买二级消防工程师培训课程，他们工作人员说考试很容易，还会推荐兼职单位。普女士多次表示记忆力不好，没时间看书看课程，他们说没问题，一定会帮她考过，所以普女士于 2021 年 6 月 4 日通过支付宝支付了 6000 元给工作人员，报了班。

普女士因其他原因没看过课程，而 app 也很快就停更了。三年过去了，最新人社部考试网还没设立二级消防工程师考试，普女士多次寻求一只船退还 6000 学费，对方总是各种理由搪塞，到后来他们的电话打不通。普女士寻求能够退回所交的 6000 元，或者 3000 元也行。

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*	姓名 <input type="text"/>	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。

首页 投诉榜 评级榜 律师团 报道 专题 请输入平台名搜索 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 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《2024 年 2 月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3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)

