

2023年度 中国二手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11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	9
(一) “找靓机”投诉数据与典型案例	9
(二) “红布林”投诉数据与典型案例	13
(三) “转转”投诉数据与典型案例	17
(四) “闲鱼”投诉数据与典型案例	21
(五) “孔夫子旧书网”投诉数据与典型案例	25
(六) “拍机堂”投诉数据与典型案例	27
四、关于我们	30
(一) 关于电诉宝	30
(二) 关于网经社	32

一、报告摘要

2023年，随着人们的低碳环保意识日益提升，节能减排的理念深入到日常生活中，二手电商发展迈入新阶段。闲鱼的用户数目前已经突破5亿，二手电商领域新玩家也在持续增多。

尽管二手电商市场潜力巨大，它仍然面临着许多挑战和问题，这些问题需要行业参与者共同努力去解决。其中，最突出的问题之一是产品质量良莠不齐。由于二手商品的性质，其质量往往难以保证，这给消费者带来了很大的风险。

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:	2023	全年				

(以上为投诉量排行榜)

根据“电诉宝”2023年受理的中国二手电商领域用户有效投诉显示，入选投诉榜的依次为：闲鱼、红布林、转转、拍机堂、找靓机、孔夫子旧书网、爱回收、95分球鞋交易平台。此前，拍拍二手、猎趣、心上、可乐优品、享物说、多抓鱼、淘好货、回购网等二手电商平台也遭遇过类似投诉。

2023年全国二手电商消费评级榜

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	找靓机	100.00%	0.733	10.000	0.920	建议下单
2	红布林	100.00%	1.000	4.000	0.893	建议下单
3	转转	97.14%	0.057	10.000	0.703	谨慎下单
4	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
4	孔夫子旧书网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
4	拍机堂	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

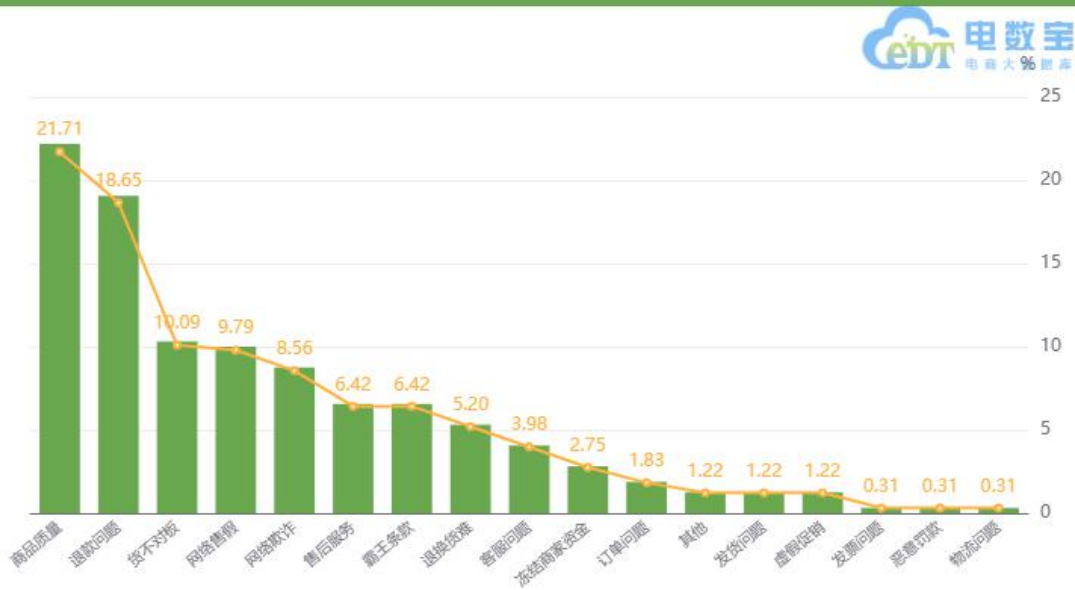
而在“2023年全国二手电商消费评级榜”中，找靓机、红布林获“建议下单”评级；转转获“谨慎下单”；闲鱼、孔夫子旧书网、拍机堂获“不予评级”。

在此背景下，2024年3月11日，依据国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）2023年全年受理的全国237家网络消费平台纠纷案例大数据，“一带一路”TOP10影响力社会智库网经社电子商务研究中心例行发布《2023年度中国二手电商投诉数据与典型案例报告》，为消费者分析二手电商行业信任痛点。

二、整体数据

（一）投诉问题类型分布

2023年1月至12月二手电商投诉问题类型占比图



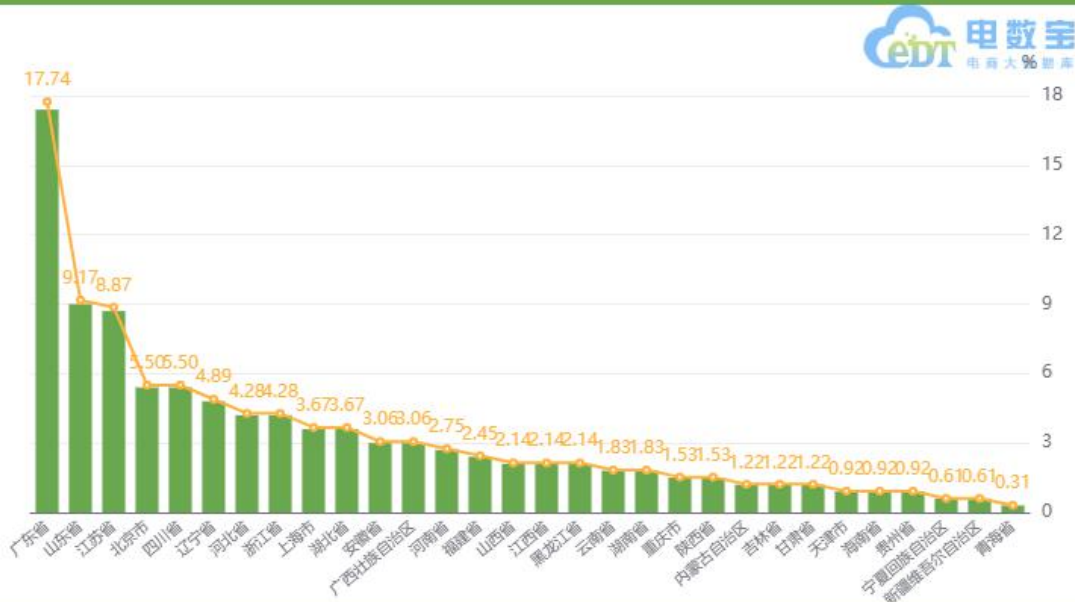
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

据“电诉宝”显示，2023年全国二手电商用户投诉问题类型有：**商品质量**，占比最高，达21.71%；其次为**退款问题**，占比18.65%；排在第三的是**货不对板**，占比10.09%。此外，还有网络售假（9.79%）、网络欺诈（8.56%）、售后服务（6.42%）、霸王条款（6.42%）、退换货难（5.20%）、客服问题（3.98%）、冻结商家资金（2.75%）、订单问题（1.83%）、其他（1.22%）、发货问题（1.22%）、虚假促销（1.22%）、发票问题（0.31%）、恶意罚款（0.31%）、物流问题（0.31%）等问题。

（二）投诉地区分布

2023年1月至12月二手电商投诉地区占比图



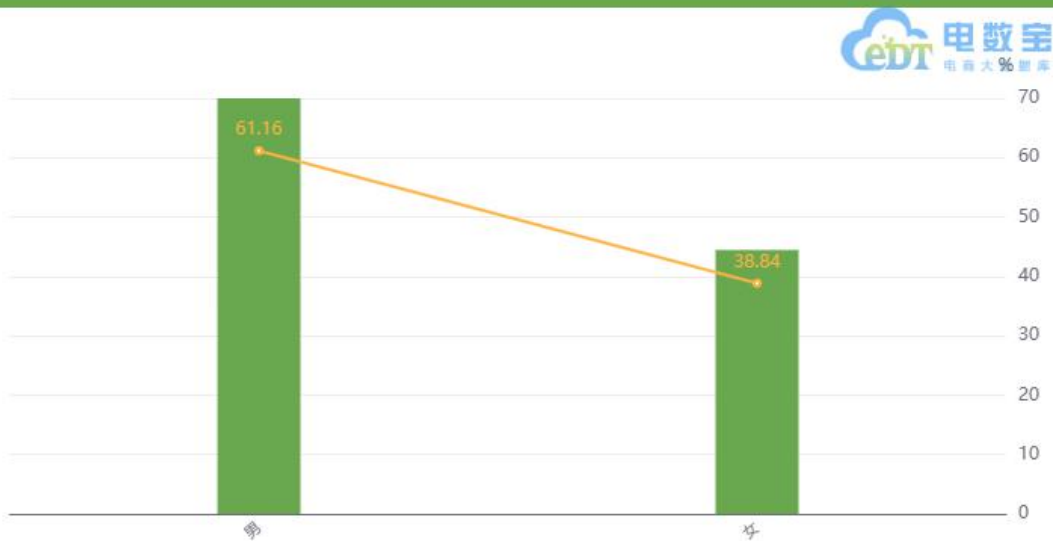
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

同时，“电诉宝”受理投诉用户聚集地区排在前三的依次是广东省（17.74%）、山东省（9.17%）、江苏省（8.87%），此外，还有北京市（5.50%）、四川省（5.50%）、辽宁省（4.89%）、河北省（4.28%）、浙江省（4.28%）、上海市（3.67%）、湖北省（3.67%）、安徽省（3.06%）、广西壮族自治区（3.06%）、河南省（2.75%）、福建省（2.45%）、山西省（2.14%）、江西省（2.14%）、黑龙江省（2.14%）、云南省（1.83%）、湖南省（1.83%）、重庆市（1.53%）、陕西省（1.53%）、内蒙古自治区（1.22%）、吉林省（1.22%）、甘肃省（1.22%）、天津市（0.92%）、海南省（0.92%）、贵州省（0.92%）、宁夏回族自治区（0.61%）、新疆维吾尔自治区（0.61%）、青海省（0.31%）。

（三）投诉用户性别分布

2023年1月至12月二手电商投诉性别占比图



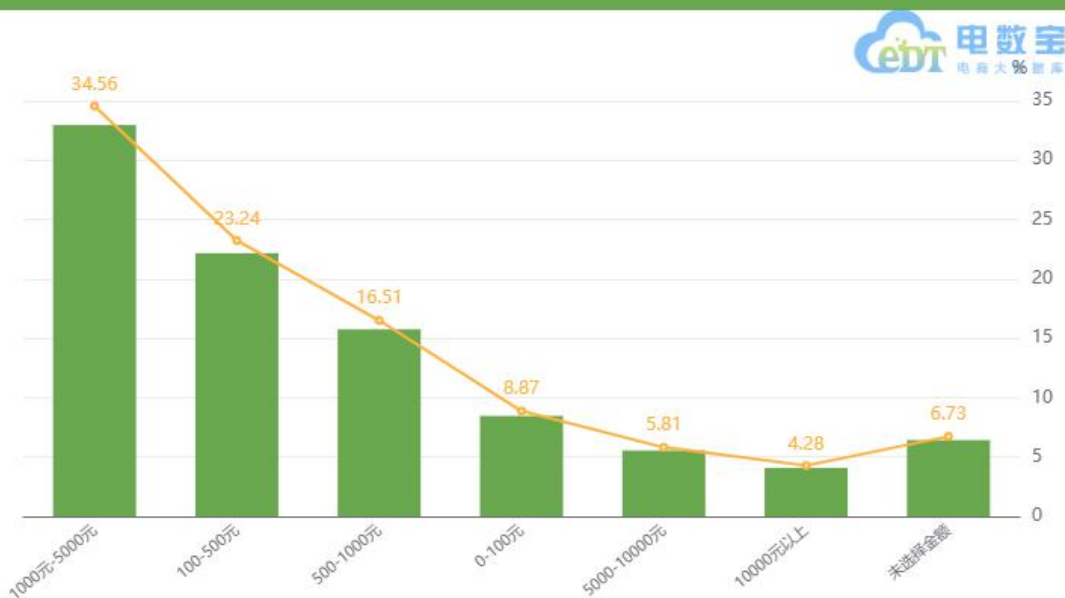
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

据“电诉宝”显示，二手电商 2023 年男性用户投诉比例为 61.16%，女性用户投诉比例为 38.84%。

（四）投诉金额区间分布

2023年1月至12月二手电商投诉金额占比图



图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

据“电诉宝”显示，2023年二手电商投诉金额分布主要集中在1000元-5000元（34.56%）、100-500元（23.24%）、500-1000元（16.51%）、0-100元（8.87%）、5000-10000（5.81%）、10000元以上（4.28%）、未选择金额（6.73%）。

三、评级数据与典型案例

（一）2023年“找靓机”获“建议下单”评级

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2023年“找靓机”共获得14次消费评级，均为“建议下单”，2023年整体消费评级为“建议下单”评级。

找靓机电商消费2023年评级数据						
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
2023年	全年	100.00%	0.733	10.000	0.920	建议下单
2023年	第四季度	100.00%	0.320	10.000	0.796	建议下单
2023年	11月	50.00%	0.500	10.000	0.600	谨慎下单
2023年	10月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2023年	第三季度	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2023年	8月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2023年	上半年	100.00%	0.900	10.000	0.970	建议下单
2023年	第二季度	100.00%	1.000	10.000	1.000	建议下单
2023年	6月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2023年	4月	100.00%	1.000	10.000	1.000	建议下单
2023年	第一季度	100.00%	0.875	10.000	0.962	建议下单
2023年	3月	100.00%	1.000	10.000	1.000	建议下单
2023年	2月	100.00%	0.833	10.000	0.950	建议下单
2023年	1月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单

图表编制：电诉宝（网络消费纠纷调解平台）数据来源：WWW.100EC.CN

2023年，“找靓机”涉嫌存在商品质量、退款问题、售后服务、发票问题、发货问题、订单问题、退换货难等问题。用户投诉“找靓机”的消费金额主要在1000-5000元、500-1000元、100-500元、未选择金额区间。



【案例一】“找靓机”被指二手无人机成色与卖家描述不符 多次协商无果

4月8日，山东省李先生向“电诉宝”反映称，其于2023年3月30日15点19分左右，在找靓机APP花2968元，购得大疆mini2二手无人机一台。到货后发现成色与卖家描述95成新不符：1. 电池掉电快（三块电池平均飞15分钟左右）2. 图传不清楚，300米至500米掉图传 3. 无人机机身有多道明显划痕。

李先生与找靓机APP客服多次协商无果，李先生称，《消费者权益保护法》第二十三条规定：“经营者提供商品或者服务，按照国家规定或者与消费者的约定，承担保修、包换、包退或者其他责任的，应当按照国家规定或者约定履行，不得故意拖延或者无理拒绝。望有关领导可以介入调查。

【案例二】商家故意拖延退货时间？用户称在“找靓机”购买的手机与验机报告不符

6月22日，河南省袁女士向“电诉宝”反映称，其于2023年6月17日在找靓机APP上买一台苹果手机，手机验机报告各项功能都正常，才在该平台下单

购买。袁女士收到货后第一天使用发现手机经常出现断网情况，无法正常使用。

袁女士认为手机实际运行情况与该平台官方验机报告不符，于是在该平台申请售后退回，商家发起虚假快递订单，快递公司未取到东西，显示手机已被寄回，与快递公司联系确定快递单号不存在，袁女士确定是商家故意拖延退货时间。袁女士称，该产品七天后不允许退货，商家存在强制不予退货行为。

【案例三】发货后还强制召回手机？用户不满赔偿要求“找靓机”重新发货

10月30日，广西壮族自治区的芮先生向“电诉宝”反映称，其于2023年10月26日在找靓机APP上购买了华为P50pro麒麟版配置8GB+256GB的二手手机，价格是1668元，减去平台优惠，实际付款1573元，正常付款后等待平台发货。27日晚芮先生查看物流信息记录发现平台发货后被客户召回（后来打平台客服电话时，客服承认是平台召回），28日平台强制退款退货，期间平台没有任何人与芮先生沟通联系。28日芮先生与平台沟通解决问题，先是线上客服沟通无果，上报后电话沟通，平台客服承认是平台操作，可以赔偿30元，最多50元，芮先生不同意，他的诉求就是平台重新发货。

（二）2023年“红布林”获“建议下单”

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2023年“红布林”共获得17次消费评级，均为“建议下单”，2023年整体消费评级为“建议下单”评级。

红布林电商消费2023年评级数据

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
2023年	全年	100.00%	1.000	4.000	0.893	建议下单
2023年	第四季度	100.00%	1.000	3.333	0.880	建议下单
2023年	11月	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
2023年	10月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2023年	第三季度	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2023年	9月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2023年	8月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2023年	7月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2023年	上半年	100.00%	1.000	10.000	1.000	建议下单
2023年	第二季度	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2023年	6月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2023年	5月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2023年	4月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2023年	第一季度	100.00%	1.000	10.000	1.000	建议下单
2023年	3月	100.00%	1.000	10.000	1.000	建议下单
2023年	2月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2023年	1月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单

图表编制：电诉宝（网络消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

2023年“红布林”涉嫌存在退款问题、商品质量、霸王条款、退换货难、货不对板、网络欺诈、其他、虚假促销、冻结商家资金、发货问题、售后服务、网络售假等问题；用户投诉“红布林”的消费金额主要在1000-5000元、10000元以上、5000-10000元、500-1000元、100-500元、未选择金额区间。



【案例一】商品质量不过关？红布林客服称问题是因用户使用不当

6月15日，黑龙江省李女士向“电诉宝”投诉称自己于5.27日下单在红布林平台购买二手9.5新欧米茄手表，并于6.1日到货。李女士称自己正常佩戴正常简单洗手，且无潜水游泳汗蒸等行为。6.3日手表出现雾面。李女士当时反馈给平台并配发了照片，平台客服人员回复是商品胶圈老化，不防水，并给与李女士更换胶圈处理，但并不保证以后的防水性能。

李女士在6.3日、6.4日、6.8日分别与平台沟通，要求退货处理，平台却要求把手表邮寄回去复检。李女士表示该平台客服人员两次联系到本人，第一次回复说与卖家沟通让李女士等待结果，第二次回复说属于正常现象，并称可以将手表的水渍晒干了再带。6.14日客服人员联系不承认商品质量问题，且故意引导李女士说是因本人使用出现的问题，李女士承诺只是正常洗手，无流水冲洗，汗蒸游泳等。李女士表示其对红布林平台的不信任，并要求退货退款。

【案例二】用户投诉“红布林”商品在售卖期间出现严重质量问题

9月22日，吉林省籍先生向“电诉宝”投诉称自己于2023年6月在红布林寄卖了一双鞋子，保管和售卖期间出现鞋面破损，导致商品无法售卖成功，被退回。红布林将破损的图片放在了最后一张，导致卖家过了十天左右才发现。

现鞋子已经贬值，无法按期望价售出，要求红布林按售卖价格进行退款，鞋子我不要了，因为已经在保管期间造成损坏贬值，无法售卖。试图与红布林方沟通时，电话老是提示人工客服忙，要等待十分钟才能打通，联系不上人工，商家推诿和设置沟通障碍的目的和情况让人不爽和寒心。更加重了我要坚持退款和要求赔偿的意愿。要求红布林方赔偿我的损失。

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，红布林方反馈称：您好，用户反馈的问题已协商一致解决完毕，用户认可，后续如有其他问题可随时联系我们处理，感谢对平台的理解与支持，谢谢！

【案例三】用户投诉“红布林”工作人员摆烂 多次售后处理仍无法退货

11月27日，江苏省姜女士向“电诉宝”投诉称其于2023年8月27日在红布林平台购买了手表，收到货后发现手表明显走时不准，联系客服说观察24小时，事实每个小时观察下来以及24小时后的确严重不准。9月3号姜女士申请售后，9月10号平台早就收到货了但是才开始处理，一直到10月，还是显示正在处理，多方投诉后才快递回来。

回来后姜女士开箱发现还是不准，差距蛮大，客服说再观察24小时，发货时没给调时间。姜女士继续观察，依旧非常不准时。姜女士称，这时候商家开始玩迂回和失联，多次投诉后政府12345介入，才同意继续售后。结果快递回去，又是磨磨唧唧一个月，11月底快递回来，在菜鸟驿站监控下手机开箱视频，依旧不准，差七八分钟，客服说观察24小时再说。继续观察后，每小时每个下午好几天就是严重不准时，这时候工作人员摆烂，说工人师傅检测了是没问题的，拒绝退货。开箱视频拒绝查看，消费者证据拒绝看，单方面宣布没有问题，并且拒绝再售后。

(三) 2023年“转转”获“谨慎下单”评级

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2023年“转转”共获得17次消费评级，3次为“谨慎下单”，14次为“不建议下单”，2023年整

体消费评级为“谨慎下单”评级。

转转电商消费2023年评级数据						
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
2023年	全年	97.14%	0.057	10.000	0.703	谨慎下单
2023年	第四季度	90.00%	0.200	10.000	0.710	谨慎下单
2023年	12月	85.71%	0.286	10.000	0.714	谨慎下单
2023年	11月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2023年	10月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2023年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2023年	8月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2023年	7月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2023年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2023年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2023年	6月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2023年	5月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2023年	4月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2023年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2023年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2023年	2月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2023年	1月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

图表编制：电诉宝（网络消费纠纷调解平台）数据来源：WWW.100EC.CN

2023年，“转转”涉嫌存在商品质量、退款问题、网络售假、网络欺诈、货不对板、售后服务、霸王条款、冻结商家资金、订单问题等问题。用户投诉“转转”的消费金额主要在1000-5000元、100-500元、500-1000元、0-100元、10000元以上、5000-10000元区间。



【案例一】再次验机后轻微磨损变明显 用户称“转转”欺诈不懂行的消费者

5月7日，河南省陈先生向“电诉宝”投诉称，其于2023年4月15日在转转官方验机市场购买手机一台，陈先生买的时候平台显示磨损是轻微，包括图片上能看到磨损，但是陈先生不懂这个定损标准，后回收测试，同样是转转的工程师，用转转的验机标准测试出来就是明显磨损了。

陈先生认为，转转欺诈不懂行业规矩的消费者，他也出示了当时购买手机时转转平台上发布的照片，让工程师对比，工程师的意见是让他找客服。陈先生称，这个磨损就是明显，但是不知道为什么当初购买时显示磨损是轻微。陈先生联系转转客服，一开始说赔偿他30元，后来又说赔偿50元。

陈先生表示，这是明显的欺诈消费者，欺骗不懂验机标准的、信赖平台的购机客户。陈先生称自己要的是放心、信任的购物，要求认真负责的验机，不是来占便宜的。因此，陈先生提出退款退货。

【案例二】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。

【案例三】99新手机变拆修机？用户要求“转转”三倍赔偿

12月11日，辽宁省王先生向“电诉宝”投诉称，其于2022年7月在转转平台购买了99新准新机华为mate30pro，一直没怎么用，于今年2023年12月回收给转转平台，显示有拆修屏幕机身。

王先生称，其一年多时间从没维修过，转转维修贴依然在手机上。但报告显示不是99准新无拆修机器，确实是拆修机。王先生认为，这属于欺诈消费者，虚假宣传，要求转转平台根据消费者权益保护法三倍赔偿。

(四) 2023年“闲鱼”获“不予评级”

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2023年“闲鱼”共获得18次消费评级，均为“不予评级”。

闲鱼电商消费2023年评级数据

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
2023年	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	12月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	11月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	10月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	9月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	8月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	7月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	6月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	5月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	4月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	2月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	1月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

图表编制：电诉宝（网络消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

2023年，“闲鱼”涉嫌存在商品质量、退款问题、网络售假、网络欺诈、货不对板、客服问题、售后服务、退换货难、霸王条款、冻结商家资金、订单问题、虚假促销、其他、恶意罚款等问题。用户投诉“闲鱼”的消费金额主要在1000-5000元、100-500元、500-1000元、0-100元、5000-10000元、10000元以上、未选择金额区间。



【案例一】“闲鱼”被指售假 申请退款久未处理

3月2日，福建省陈先生向“电诉宝”投诉称自己于2022年2月20日，在闲鱼平台上向商家购买了一款名为 AirPods 的耳机，购买前询问商家是否为正品，能否接受苹果官方验货，商家承诺不是正品支持退款。

陈先生称收到货后发现其售卖的是假货，便向商家提出退款，商家以退部分钱款要求陈先生撤销申请，被拒绝。后陈先生多次向闲鱼举报，该商家已被闲鱼封号，但陈先生的退款仍未得到处理。

【案例二】“闲鱼”卖家是老赖？诱导点收货 却没了下文

7月8日，福建省的郑先生向“电诉宝”投诉称，自己于2022年7月7日晚上21点39分，在闲鱼平台上购买某平台购物卡，被卖方诱导确认收货，却并没有发货。后续资金到他商户后，就把郑先生拉入黑名单，使郑先生损失了400元，通过支付宝的账单流水无法查询到有用的信息，闲鱼平台上也无法看到对方任何有用信息。郑先生疑惑，既然闲鱼平台的卖家都是实名制的，为什么查询不到。郑先生现在的诉求是希望闲鱼平台能帮忙追回款项。

【案例三】用户投诉“闲鱼”未提前告知商品存瑕疵 拒绝退货退款

11月20日，广东省赵女士向“电诉宝”投诉称其于2023年10月30日在闲鱼购买了史努比玩具，但是玩具存在瑕疵卖家没提前告知，申请退货后被拒绝，客服介入是赵女士退款退货，卖家承担运费，寄过去后卖家直接不拆快递就拒收，双十一期间快递公司说不能停留太久，2天后就反回，闲鱼客服6天后才有处理结果，是依然支持退款退货，签收后24小时寄出，可是现在快递都还没签收到就已经判卖家赢。

(五) 2023年“孔夫子旧书网”获“不予评级”

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2023年“孔夫子旧书网”共获得10次消费评级，均为“不予评级”。

孔夫子旧书网电商消费2023年评级数据						
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
2023年	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	10月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	9月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	2月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	1月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

图表编制：电诉宝（网络消费纠纷调解平台）数据来源：WWW.100EC.CN

2023年，“孔夫子旧书网”涉嫌存在**客服问题、退款问题、商品质量、物流问题、网络欺诈、货不对板、退换货难、霸王条款**等问题。用户投诉“孔夫子旧书网”的消费金额主要在0-100元、100-500元、未选择金额区间。



【案例一】申请换货客服已读不回 “孔夫子旧书网”商家被指态度差

2023年2月24日，河北省徐先生向“电诉宝”投诉称其于2023年2月22日从孔夫子旧书网自营店——孔网新书广场购买了一本书《孙文革命》。收到货以后发现书籍的书角撞损严重，影响品相和使用，于是徐先生向该自营店客服申请换货。但是发给该店客服的消息显示为已读，但是客服拒不理睬。在下单后卖家发货前徐先生千叮咛万嘱咐要求工作人员挑选没有磕碰撞损的书籍、加固打好包装，然而书籍仍然损坏；要求换货，消息显示为已读，卖家却置之不理。徐先生对此非常气愤，要求是客服赔礼道歉，为自己换货。

【案例二】货不对板？用户投诉“孔夫子旧书网”商家不承担责任

2023年3月10日，广东省黎女士向“电诉宝”投诉称其于2023年2月26日在孔夫子旧书网下单二手书，消息提醒发货但未揽件时，因在其他平台购买的同样商品已经在运输途中，便申请仅退款不需退货，但客服迟迟不处理（隔天回应），商品就被揽件。到件后身边的朋友有需要便去签收，签收后发现实品与网页的商品图片和详情都不符，但卖家只退商品的价钱，运费需要自理。黎女士表示买商品时运费已经是买家付，但退货也有商家销售信息有误而导致误购的原

因，商家却不承担部分责任，把责任全部推给买家。

【案例三】九成新却写满笔记？用户投诉“孔夫子旧书网”货不对板

2023年10月10日，江苏省杨先生向“电诉宝”投诉称其在该网站上购买的书籍明确标明九品，接近全新，但是收到货里面全是笔迹，不符合网站标注质量和品相，本人要求退货，但是卖家要杨先生承担运费，孔夫子网明确规定由卖家责任造成的退货，运费由卖家承担，因此本人在孔夫子网投诉，但是卖家和孔夫子平台均未做任何回应，孔夫子平台未做处理。商品质量和售卖明确标注的商品质量完全不一样，卖家存在欺骗行为；孔夫子网投诉以后，网站客服一直不做处理，也不协调，也一直不做任何回应，不对侵犯消费者权利的卖家做任何处理。

(六) 2023年“拍机堂”获“不予评级”

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2023年“拍机堂”共获得17次消费评级，均获“不予评级”。

拍机堂电商消费2023年评级数据

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
2023年	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	12月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	11月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	10月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	9月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	8月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	7月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	6月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	5月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	4月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2023年	2月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

图表编制：电诉宝（网络消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

2023年“拍机堂”涉嫌存在售后服务、商品质量、货不对板、网络售假、退款问题、霸王条款、网络欺诈、退换货难等问题。用户投诉“拍机堂”的消费金额主要在1000-5000元、500-1000元、100-500元、5000-10000元、10000元以上、未选择金额区间。



【案例一】“拍机堂”被指知法犯法 纵容商家以次充好

4月2日,安徽省陈先生向“电诉宝”投诉称,其于23年3月30日在拍机堂买了两部二手手机,两部都与实际检测报告有差异。其中一部华为p30pro的后置摄像头有异物,上面有好多刮痕等,都是没有在验机报告里面出来的,验机报告里面只承认有换过后壳。陈先生在拍机堂申请售后,售后以各种理由搪塞过去,称陈先生拆袋子不规范。陈先生认为,拍机堂欺骗消费者知情权,让有问题的机器流向社会,知法犯法,性质恶劣,验机纵容商家以次充好。

【案例二】“拍机堂”二手手机被指无法进行系统还原 用户表示不敢放心使用

10月11日,山东省的张先生向“电诉宝”投诉称其于2023年10月7号在拍机堂购买了几部华为麦芒7手机,其中一部商家描述只有外屏维修,功能全部正常等。但张先生收到手机后发现无法进行系统还原,怀疑被内部植入木马或没有维修好。

张先生将手机返厂后,拍机堂内部鉴定表示正常,不许退款。不过张先生还是认为购买二手手机,必须要能清理干净原来的内容才敢使用,毕竟现在很多支

付、身份都在手机里，因此张先生申请全额退款。

【案例三】阴阳合同？用户投诉“拍机堂”质量问题三次申请售后均被拒绝

12月1日，山东省刘先生向“电诉宝”投诉称其于11月23日在拍机堂购物平台购买了一部s10手机，收到货后发现屏幕轻微亮度问题，收到货不显示，平台不给退货退款。

刘先生表示自己全程录像，验机报告也是造假的，自己有全程录像证据，收到货后开机什么也看不到，根本不能使用。刘先生表示他们官方验机报告里说轻微亮度问题，但是不显示的手机绝对不是轻微亮度问题。客服告知需要质量问题才能退货，自己三次让拍机堂因质量问题退货，但都说轻微亮度问题，这不就是阴阳合同。李先生的诉求是退货退款，希望曝光拍机堂，不要让更多人上当受骗。

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"/>	<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。



(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(数字经济服务商)**、**网经社电子商务研究中心(智库)**、“**电数宝**”(大数据)、“**电融宝**”(FA)、“**电诉宝**”(C 端)、**网盛消费品电商供应链金融服务中心(金融)**等系列产品/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经济媒体、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“电融宝”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 年度中国二手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 11 日

官方公众号 ID: i100EC

（近 40 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)

(16年沉淀 100万+条数据覆盖 4000+平台)

(我要投诉)



网经社小程序码 (微信小程序搜网经社)

