

# 2023年度 中国电商服务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

<b>一、报告摘要</b> .....	<b>3</b>
<b>二、整体数据</b> .....	<b>4</b>
(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
<b>三、评级数据与典型案例</b> .....	<b>8</b>
(一) “有赞”投诉数据与典型案例.....	8
(二) “店宝宝”投诉数据与典型案例.....	9
(三) “微店”投诉数据与典型案例.....	15
(四) “小鹅通”投诉数据与典型案例.....	18
(五) “微盟”投诉数据与典型案例.....	20
(六) “一品威客”投诉数据与典型案例.....	22
(七) “海豚知道”投诉数据与典型案例.....	23
(八) “蜂雷”投诉数据与典型案例.....	24
(九) “蝉妈妈”投诉数据与典型案例.....	25
(十) “中国制造网”投诉数据与典型案例.....	25
(十一) “高汇通”投诉数据与典型案例.....	26
<b>四、关于我们</b> .....	<b>28</b>
(一) 关于电诉宝.....	28
(二) 关于网经社.....	30

## 一、报告摘要

2023年，电商市场服务需求仍在增长，电商服务市场规模扩大，赛道内企业动作频频。宝尊电商完成收购Gap上海，多点多智二次递交上市申请，微盟集团宣布组织变革。

然而，随着商业活动的日益繁荣，伴随而来的投诉问题也如同雨后春笋般层出不穷。商家们原本期待的盈利与成功，如今却时常被退款不成、资金冻结以及虚假宣传等一系列问题所困扰。



根据“电诉宝”2023年受理的中国电商服务商领域用户有效投诉显示，入选投诉榜的依次为：微店、店宝宝、有赞、小鹅通、微盟、一品威客、海豚知道、蜂雷、蝉妈妈、中国制造网、高汇通。此前，商掌柜、企立方、恒翎电商等电商服务商平台也遭遇过类似投诉。

## 2023年全国电商服务商消费评级榜

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	有赞	100.00%	0.949	2.444	0.851	建议下单
2	店宝宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2	微店	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

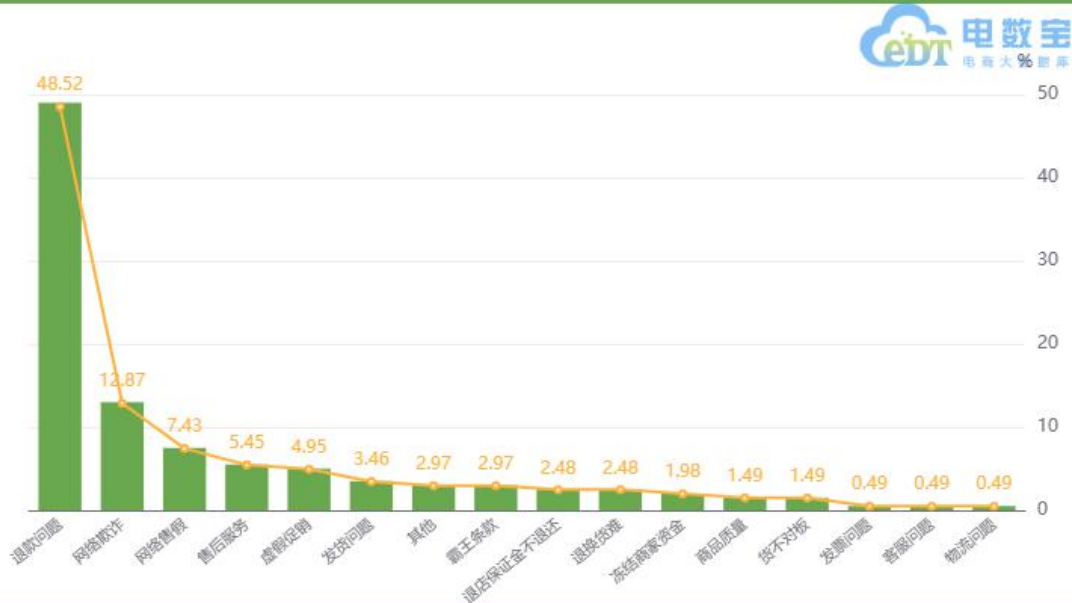
而在“2023年全国电商服务商消费评级榜”中，有赞获“建议下单”评级；店宝宝、微店获“不予评级”。

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年度中国电商服务商投诉数据与典型案例报告》，为消费者分析电商服务商行业信任痛点。

## 二、整体数据

### （一）投诉问题类型分布

## 2023年1月至12月电商服务商投诉问题类型占比图



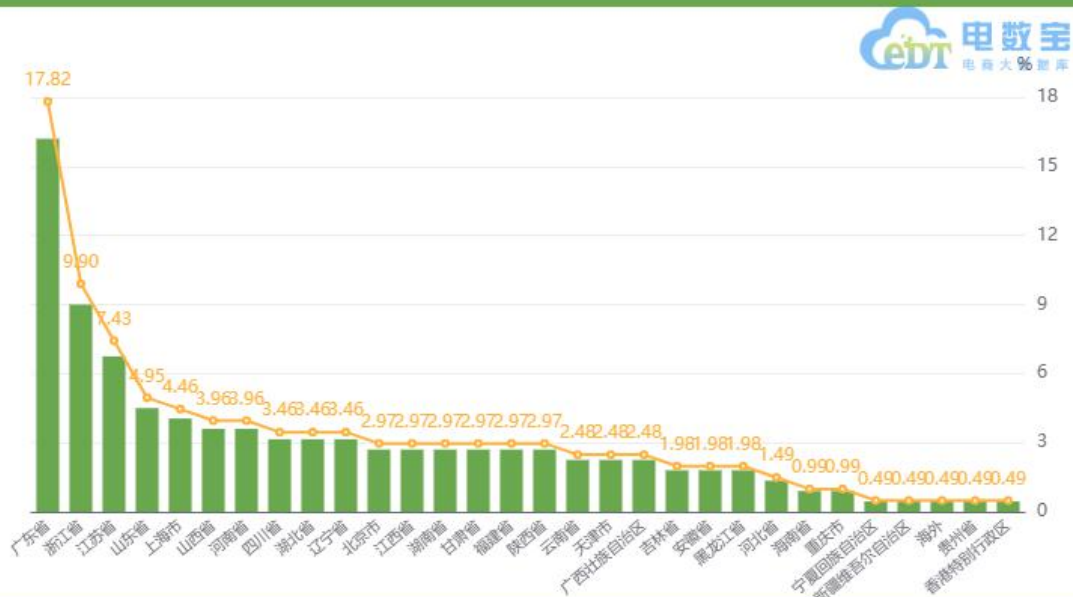
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

据“电诉宝”显示，2023年全国电商服务商用户投诉问题类型有：**退款问题**，占比最高，达48.52%；其次为**网络欺诈**，占比12.87%；排在第三的是**网络售假**，占比7.43%。此外，还有售后服务（5.45%）、虚假促销（4.95%）、发货问题（3.46%）、其他（2.97%）、霸王条款（2.97%）、退店保证金不退还（2.48%）、退换货难（2.48%）、冻结商家资金（1.98%）、商品质量（1.49%）、货不对板（1.49%）、发票问题（0.49%）、客服问题（0.49%）、物流问题（0.49%）等问题。

## （二）投诉地区分布

### 2023年1月至12月电商服务商投诉地区占比图



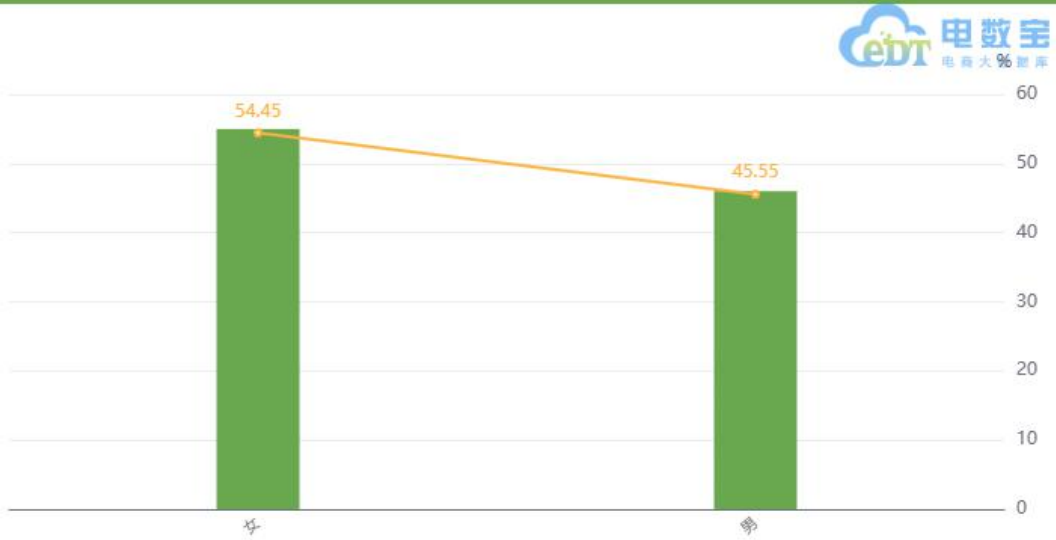
图表编制：电数宝

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（17.82%）、浙江省（9.90%）、江苏省（7.43%），此外，还有山东省（4.95%）、上海市（4.46%）、山西省（3.96%）、河南省（3.96%）、四川省（3.46%）、湖北省（3.46%）、辽宁省（3.46%）、北京市（2.97%）、江西省（2.97%）、湖南省（2.97%）、甘肃省（2.97%）、福建省（2.97%）、陕西省（2.97%）、云南省（2.48%）、天津市（2.48%）、广西壮族自治区（2.48%）、吉林省（1.98%）、安徽省（1.98%）、黑龙江省（1.98%）、河北省（1.49%）、海南省（0.99%）、重庆市（0.99%）、宁夏回族自治区（0.49%）、新疆维吾尔自治区（0.49%）、海外（0.49%）、贵州省（0.49%）、香港特别行政区（0.49%）。

### （三）投诉用户性别分布

2023年1月至12月电商服务商投诉性别占比图



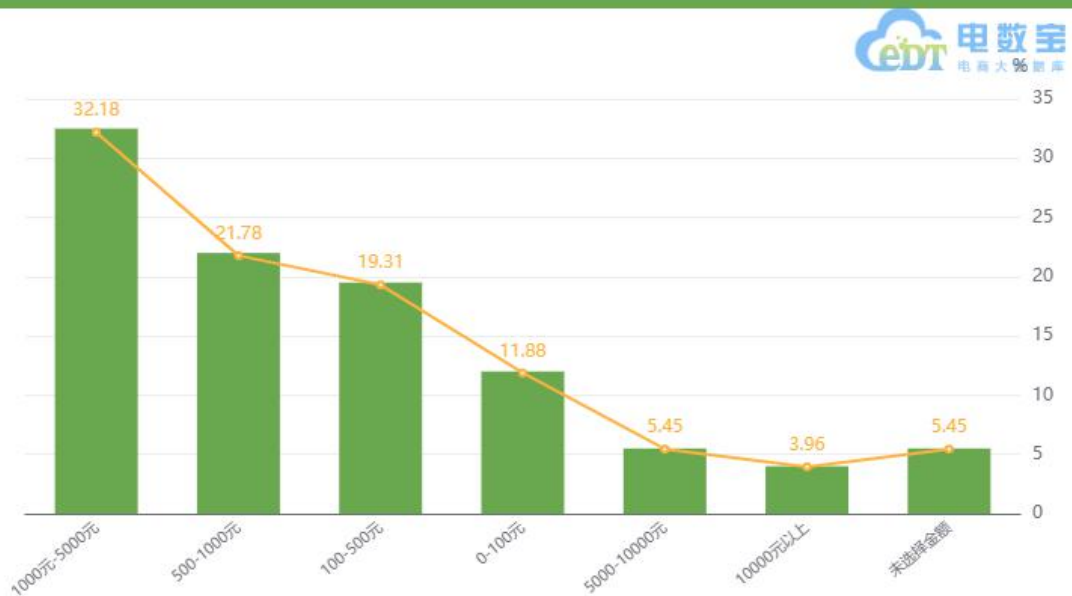
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

据“电诉宝”显示，电商服务商2023年男性用户投诉比例为45.55%，女性用户投诉比例为54.45%。

#### （四）投诉金额区间分布

2023年1月至12月电商服务商投诉金额占比图



图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

据“电诉宝”显示,2023年电商服务商投诉金额分布主要集中在1000元-5000元(32.18%)、500-1000元(21.78%)、100-500元(19.31%)、0-100元(11.88%)、5000-10000(5.45%)、10000元以上(3.96%)、未选择金额(5.45%)。

### 三、评级数据与典型案例

据“电诉宝”受理用户维权案例,我们从中选取十个典型投诉案例,涉及有赞、店宝宝、微店、小鹅通、微盟、一品威客、海豚知道、蝉妈妈、中国制造网、高汇通等平台。



## 2023年中国电商服务商十大典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
7月24日	<b>有赞</b>	用户投诉“有赞”退费存高额退费比例 侵犯消费者权益
5月9日	<b>店宝宝</b>	“店宝宝”承诺月入过万？ 用户投诉其诱导消费 虚假宣传
8月6日	<b>微店</b>	“微店”商家拒绝退款多次 限制消费交易条件
4月12日	<b>小鹅通</b>	“小鹅通”纵容不良商家虚假宣传 存在割韭菜行为
5月18日	<b>微盟</b>	破损快递退回后“微盟”商家 被指以未收货为由两次拒绝退款申请
5月25日	<b>一品威客</b>	拒绝开发票？ “一品威客”被指有网络欺诈嫌疑
7月13日	<b>海豚知道</b>	“海豚知道”被指虚假宣传 诱导消费者下单
5月22日	<b>蝉妈妈</b>	“蝉妈妈”被指数据虚假 用户要求退款
8月9日	<b>中国制造网</b>	用户同意支付30%违约金 “中国制造网”仍不予退款
3月5日	<b>高汇通</b>	老师集体失联？ “高汇通”被指诈骗

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

### （一）2023年“有赞”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“有赞”共获得18次消费评级，均为“建议下单”，2023年整体消费评级为“建议下单”。

### 有赞电商消费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%	0.949	2.444	0.851	建议下单
2023年	第四季度	100.00%	0.941	2.000	0.842	建议下单
2023年	12月	100.00%	1.000	0.000	0.800	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%	0.833	0.000	0.750	谨慎下单
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%	0.942	3.000	0.858	建议下单
2023年	第二季度	100.00%	0.943	2.000	0.843	建议下单
2023年	6月	100.00%	0.600	0.000	0.680	谨慎下单
2023年	5月	100.00%	1.000	2.000	0.860	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%	0.942	2.000	0.843	建议下单
2023年	3月	100.00%	0.969	0.000	0.791	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%	0.667	0.000	0.700	谨慎下单

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，“有赞”涉嫌存在退款问题、售后服务、网络欺诈、退换货难、商品质量、货不对板、退店保证金不退还、霸王条款等问题。用户投诉“有赞”的消费金额主要在1000-5000元、500-1000元、100-500元、0-100元、5000-10000元、10000元以上、未选择金额区间。



### 【案例一】用户投诉“有赞”商家收完款就“失联” 平台也未起到监管作用

1月4日，山东省的李女士向“电诉宝”投诉称，其于2022年11月29日晚上通过微信有赞认证商家付款后，没有任何服务，联系不到商家，有赞平台不提供商家联系方式也不予处理。李女士诉求对有赞进行监管，退回她的钱款。李女士认为，有赞作为电商平台没有做到对商家的监管作用，也没有保障消费者的合法权益，遇到问题包庇商家，对消费者诉求不予理睬处理，连商家电话都没有。李女士认为这对消费者存在欺诈行为，请求上级监管部门能够发挥作用，对有赞进行管理整改，还回老百姓的血汗钱。

### 【案例二】课程实际与售卖不符？ 用户投诉“有赞”包庇商家 不管不顾

5月6日，广东省的喻先生向“电诉宝”投诉称，他于2023年3月29日在有赞精选 app 购买的课程，店铺名是易思为，在店内购买 TiKTOK 海外掘金变现课程，店铺给他开通的课程是 TiKTOK 第五期训练营的课，课程非常简单，视频时长也非常短，最短的只有4分钟，有几个视频都是6/7分钟，学的课程目录也

跟他购买课程的目录不同，货不对版。喻先生表示存在欺诈欺骗消费者问题，严重侵害消费者权益，有赞精选做为平台方，只收钱，不监督，也不处理，让人愤慨。喻先生投诉多次，也提交了证据，他们不管不顾，他现在的诉求是退费，维护消费者权益。

### 【案例三】用户投诉“有赞”退费存高额退费比例 侵犯消费者权益

7月24日，广东省的肖女士向“电诉宝”投诉称，她于2019年8月31日在有赞电商平台云南时光店铺购买了2张六天五晚大理丽江轻奢之旅单人体验卡，共计1198元。之前因疫情一直延期，未能出行，且此产品用户反馈与产品信息不符，故想取消此次行程。但取消行程，退款需扣除60%的费用。

肖女士认为未能出行，仅产生制卡费及邮寄费，未产生其他费用，有赞平台扣除金额比例过高，侵害了消费者的权益。肖女士的诉求是取消此次行程，退回款项。可以接受扣除10%-20%的费用，但不能接受扣除60%的费用。

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，平台回复：尊敬的有赞用户您好，您可以联系在线客服咨询：反馈您的问题，有赞竭诚为您服务。

## （二）2023年“店宝宝”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“店宝宝”共获得18次消费评级，均为“不予评级”，2023年整体消费评级为“不予评级”。

### 店宝宝电商消费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“店宝宝”涉嫌存在退款问题、网络欺诈、虚假促销、网络售假、退店保证金不退还、货不对板、售后服务、霸王条款等问题；用户投诉“店宝宝”的消费金额主要在1000元-5000元、500-1000元、10000元以上、0-100元、100-500元、5000-10000元区间。



### 【案例一】运营老师尽力了？用户投诉“店宝宝”不予帮助解决问题

1月14日，重庆市的陶女士向“电诉宝”投诉称其于2021年10月21日加入店宝宝，对方说是一千块钱就可以开网店，后来陶女士开了之后，对方又说要交18000元，有老师代运营三个月，还称两个月就可以把钱赚回来。陶女士结果发现全是套路，三个月之后就只赚了六百块钱。

陶女士称，对方运营完之前不教她如何操作，陶女士询问时他们只说这个要看运气，运营老师已经尽力了。陶女士表示，遇到有人恶意下单投诉时，他们也解决不了，陶女士让他们还钱也不还。

接到该用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台相关工作人员督办妥善处理，但截至发稿前，我们尚未收到来自被投诉平台的任何有关处理回复。

### 【案例二】“店宝宝”承诺月入过万？用户投诉其诱导消费 虚假宣传

5月9日，甘肃省的张女士向“电诉宝”投诉称，她于2023年5月2日通过百度了解店宝宝，随后其业务员加自己的微信，通过微信他推荐加入店宝宝做他们平台，通过诱惑，夸大其词，高利润，高收入，服务各方面做承诺。

让张女士一个零基础的宝妈相信了他，于5月3日加入了他们平台，结果有出现了个千牛，淘宝，三角关系，把她整闷圈了，现在唯一是店铺一天一个人

不进去。张女士表示给她承诺的一个月收入一万多，承诺的推广，服务，业绩在哪里？如今又让贷款有利息，让她受到了很大的精神上打击，她现在要维护自己的权益，要求店宝宝退回我所有费用。

接到该用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台相关工作人员督办妥善处理，但截至发稿前，我们尚未收到来自被投诉平台的任何有关处理回复。

### 【案例三】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。

接到该用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台相关工作人员督办妥善处理，但截至发稿前，我们尚未收到来自被投诉平台的任何有关处理回复。

### (三) 2023年“微店”获“不予评级”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“微店”共获得18次消费评级，均为“不予评级”，2023年整体消费评级为“不予评级”。

微店电商消费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，“微店”涉嫌存在退款问题、网络欺诈、发货问题、网络售假、冻结商家资金、售后服务、商品质量、退换货难、霸王条款、客服问题、物流问题、虚假促销等问题。用户投诉“微店”的消费金额主要在100-500元、0-100元、1000-5000元、500-1000元、5000-10000元、10000元以上区间。





### 【案例一】呢大衣变短袖？用户投诉“微店”商家货不对板

6月29日，广西壮族自治区的秦女士向“电诉宝”投诉称，其于2022年11月下旬在微视频平台购买的衣服，货不对版，秦女士下单的呢子大衣，却给她发一件夏天的T恤，商家还让她自己承担了退货运费。

2022年12月5日退回，2022年12月7日商家签收了，至今一直未退款。侵害了消费者权益。秦女士表示也联系过微店平台，回复就是，已处罚了商家，督促商家退款，说商家账户没有钱，等他们充钱会督促退给我。问处理期限，说会督促，建议她直接打110报警处理。其间也联系过平台，依然是督促，至今没有退款。

### 【案例二】“微店”商家拒绝退款多次 限制消费交易条件

8月6日，陕西省陈先生向“电诉宝”投诉称其于2023年8月26日在微信微店上购买一双莆田鞋，当申请退款时，商家不接受退款，并提出只换不退的规定，在后续过程中多次协商调解，商家依旧坚持只换不退的规定，不接受退款。陈先生称在售后过程中申请售后或货物未发出，当其进一步申请时，商家未及时做出反应，却仍然发货，并以此与只换不退的霸王条款作为理由，不接受退款。

陈先生称后续协商过程中卖家不回复消息逃避问题，并表示该商家利用格式条款侵害了其消费者权益，限制消费交易条件。

### 【案例三】推销不成就敷衍了事？用户要求退款“微店”仅退十分之一

11月6日，广东省匡先生向“电诉宝”投诉称其2023年11月4日在网店服务中心的客服推荐下买了298元开网店的商品，随后客服推荐了一个教学老师的微信，该老师又推荐匡先生购买另一款价值1299元的网店教学商品，还与匡先生讲了一些不轻不重的话，随后又推荐了一个教学客服。

这名客服说了一些开网店的特征之后，又表示要流量就要方案，于是又推荐了匡先生几个方案，其中最便宜的都要1980元。期间匡先生多次表示想要做免费的教学，但对方却说钱不够可以找别人借点，实在不行就让匡先生先预付，剩下的后面再给。匡先生一再拒绝后，客服又推荐了一个老师，那个老师却敷衍了事，回复消息极慢。之后匡先生表示不想要该教学商品了，于是找客服退款，但客服表示只可以退十分之一，然而实际上退了十分之一都不到，三天不到的课程，报名1500元，实际只退了70多。

## （四）2023年“小鹅通”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“小鹅通”共获得9次消费评级，均为“不予评级”。

小鹅通电商消费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	第三季度	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	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

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，“小鹅通”涉嫌存在退款问题、售后服务、霸王条款等问题。用户投诉“闲鱼”的消费金额主要在1000-5000元、100-500元。

### 【案例一】“小鹅通”被指诱导用户报名缴纳学费 存在虚假宣传

3月10日，广西壮族自治区梁小姐向“电诉宝”投诉称自己于2022年7月26日受到济南动森设计咨询有限公司诈骗，当时其本人为无经济来源的大二学生，想通过兼职赚取生活费，无意之中认识动森设计珊珊老师（以下简称老师），老师通过了解她的需求，表示可以让自己报名动森设计的培训课程学习软件进行兼职。梁小姐表示老师向她介绍课程，描述学习课程的好处，给自己看接单平台以及学员的兼职收款截图，并给自己介绍学习软件的便捷之处，打消自己对时间和学费的顾虑。

以此来引起梁小姐的兴趣，使其放松警惕。获取自己的信任后，一直以各种方式多次向自己承诺可以“边学习边兼职”来减轻每个月的学费，以此进一步诱导我进行贷款。在报名课程中，根据自身的经济状况，多次更改缴费金额并引导自己开通京东白条。梁小姐学习课程后，发现并没有能做到边学习边兼职，接到的单子数量和金额与宣传课程时完全不符，也没有看到宣传时的接单平台。申请退款时，通过各种方式阻止自己退款并为他们自己找理由开脱。恳请有关部门彻

查，帮自己退回学费。

### 【案例二】“小鹅通”纵容不良商家虚假宣传 存在割韭菜行为

4月12日，浙江省的郭先生向“电诉宝”投诉称其于2023年4月4日在小鹅通听信一名抖音主播宣传购买了闲鱼课程，没有所谓的课程，就发了点资料，资料郭先生就看了一点，没仔细看就知道被割韭菜了，说什么几天能学会，五到七天能稳定，十几天就能稳定出单，全是虚假的。发些看都看不懂的资料，问了什么老师也就敷衍几句，第二天郭先生就找这名主播，请求退款，他以什么知识付费不给退款，于是自己找到小鹅通客服，发现根本没有退款通道，已经交易完成，客服也至今没有给我解决，麻烦平台给予公道，帮我退费，对于一名大学生来说，这不是一笔小数目了，谢谢

### 【案例三】付邮兑换商品至今未发货 “小鹅通”被指欺诈消费者

9月10日，河北省苏女士向“电诉宝”投诉称其于2023年7月24日在平台兑换的服装，至今未发货！多次联系商家答复都是生产中，此平台入驻的这个商家是直播带货的模式引导大妈购物，在直播间呆的时长产生相应积分，听够一个月，每天听一小时40分左右，加邮费可以兑换衣服。在其付出时间价值后，不发货，已产生欺诈问题，苏女士的诉求是平台尽快发货。

## （五）2023年“微盟”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“微盟”共获得6次消费评级，均为“不予评级”。

微盟电商消费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	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

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，“微盟”涉嫌存在**退款问题、虚假促销**等问题。用户投诉“微盟”的消费金额主要在100-500元、1000-5000元。

### 【案例一】收了钱就失联？“微盟”商家被指未提供任何培训课程

2023年4月23日，湖南省廖先生向“电诉宝”投诉称，其于4月22日在微盟“知识星球 b1”店铺直播间拍下培训套餐，课堂说当天晚上给予开课培训，而且有主播杨岚院长直接一对一支持辅导。结果廖先生发现什么都没有，问客服也不回消息，没有提供任何支持，廖先生感觉是被骗了。

廖先生还举出例证：1. 课堂上说只收15个人，但廖先生查看该课程销量，从22日的560多到23日涨到了630多，严重不实。2. 课堂上说要签合同，但合同也没发给他。3. 客服收到钱后基本不再搭理廖先生。4. 指导报名，但无人受理报名。廖先生表示，为了大家不继续被骗，也为了挽回自己的个人损失，特举报。

### 【案例二】破损快递退回后“微盟”商家被指以未收货为由两次拒绝退款申请

5月18日，上海市黄女士向“电诉宝”投诉称，其于4月22号左右在微盟直播白米儿专柜购买两件T恤（176元）和骑行裤（199元），收货时发现原包装已损坏，且内部衣物已磨损，故拒收，并原路返回，商家已签收。黄女士称，

快递公司在物流过程中报了异常，原因可能是快递过程中卷入运输带造成，物流详情可查。

黄女士表示，这些情况均已和商家解释，但是他以没收到货为由（实际已显示收货），两次拒绝退款申请。黄女士在微盟直播无法再次申请退款，且物流信息不像淘宝可以翻查记录。黄女士表示，如今事情已经过去 18 多天，和商家联系，他们不回信息，态度恶劣。

## （六）2023 年“一品威客”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“一品威客”共获得 6 次消费评级，4 次获“谨慎下单”，2 次获“不建议下单”评级，2023 年整体消费评级为“谨慎下单”。

一品威客电商消费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%	0.000	0.000	0.500	谨慎下单
2023年	上半年	100.00%	0.000	0.000	0.500	谨慎下单
2023年	第二季度	100.00%	0.000	0.000	0.500	谨慎下单
2023年	5月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2023年	第一季度	100.00%	0.000	0.000	0.500	谨慎下单
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“一品威客”涉嫌存在**发票问题、退款问题**等问题。用户投诉“一品威客”的消费金额主要在 10000 元以上、500-1000 元。

### 【案例一】被指虚假宣传 用户充值三个月后仍未接到订单

2023 年 1 月 6 日，福建省陈先生向“电诉宝”投诉称，其于 2022 年 10 月 8 号在厦门一品威客平台与一品威客业务员（赵凯）达成协议，承诺能在平台接到其所需要的单子，一天能有 3-5 个单子做，签署了电子合同，陈先生表示个人是设计师，想在平台接单做设计，所交服务费用 12500 元整，期间多次提出需要解

约，并且需要和一品威客上级领导取得沟通，至今未果，然后一品威客工作人员就一直说再等等，生意不是一时半会能做成的，让自己再平台一直等到时间到了，一直拖延，自己的服务时间就三个月，现在快到期了，至今未接到理想的单子做，陈先生的诉求是想要回之前所缴纳的服务费 12500 元，也未在一品威客平台谋利过一分钱，相当于打了水漂。恳求相关部门介入帮忙。

### 【案例二】拒绝开发票？“一品威客”被指有网络欺诈嫌疑

2023 年 5 月 25 日，浙江省的朱女士向“电诉宝”投诉称其于 2023 年 4 月 8 日在一品威客网（app 名：一品众包）发布 logo 设计任务，任务金额 800 元。目前服务完成，并于 2023 年 5 月 15 日向一品客服提出开票需求，对方客服一直以各种理由拖延、拒绝。

根据消费者权益保护法，第二十二规定：经营者提供商品或者服务，应该按照国家有关规定或商业惯例向消费者出具发票等购物凭证或服务单据；消费者索要购物凭证或服务单据的，经营者必须出具。

该客服人员一直拖延不开发票，或让朱女士自己去找第三方索要发票。本人未与平台以外的其他人发生金钱往来，平台与其的相关约定不应成为该平台拒绝开具发票的理由。朱女士表示以一窥豹，这似乎是一个长期存在的问题，请相关部门查实该企业的违法行为

### (七) 2023 年“海豚知道”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“海豚知道”共获得 3 次消费评级，均为“不予评级”。

海豚知道电商消费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	第三季度	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

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“海豚知道”涉嫌存在退款问题等问题。用户投诉“海豚知道”的消费金额主要在1000-5000元。

### 【案例一】“海豚知道”被指虚假宣传 诱导消费者下单

2023年7月13日，辽宁省邵先生向“电诉宝”投诉称“海豚知道”不告知苹果手机无法支付问题，链接上不去问题，需要极速版下单等用户端问题，都不提前告知，进行盲目宣传，诱导支付，对其频繁骚扰。但邵先生仅支付后没有使用，连信息登记都没有，后台也没有开通，联系销售和官方电话告知自己不能退，邵先生表示不明白为什么不能退？这是谁规定的条款，自己都没使用，服务都没享受不能退钱？邵先生表示平台服务态度极差，这种公司就是技术骗子。他希望能让更多人看见，别再使用他们平台了。邵先生的诉求是退款，律师都说百分比必须退的。

## （八）2023年“蜂雷”获“不建议下单”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“蜂雷”共获得4次消费评级，均为“不建议下单”评级。

蜂雷电商消费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	5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“蜂雷”涉嫌存在网络欺诈等问题。用户投诉“蜂雷”的消费金额主要在10000元以上。

### 【案例一】缴纳保证金后不予直播 “蜂雷”被指私吞押金

2023年5月24日，浙江省张先生向“电诉宝”投诉称其于2022年9月底，



约定黄圣依直播，保 ROI 1:5 的基础上，付 10 万坑付费+5 万保证金，一直没有开播合作，合作时间 2023 年 1 月 27 日，截止 5 月份一直未退款；期间找个各种理由说要退款，一会说领导忙，一会说领导出差，推三堵四；各种找理由，口头上说退款，实际行动就是没有；这种公司目前还打着各种旗帜在坑蒙拐骗，难道没有管的机构和政府了么？张先生看了他们新闻还有各个区的领导去那边参观？

### （九）2023 年“蝉妈妈”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“蝉妈妈”共获得 4 次消费评级，均为“不予评级”。

蝉妈妈电商消费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	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	5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“蝉妈妈”涉嫌存在退款问题等问题。用户投诉“蝉妈妈”的消费金额主要在 100-500 元。

#### 【案例一】“蝉妈妈”被指数据虚假 用户要求退款

2023 年 5 月 22 日，江苏省周先生向“电诉宝”投诉称其于 2023 年 5 月 21 日，在蝉妈妈平台购买的三个月个人版会员，出现数据虚假夸大数据等问题，周先生的消费者权益完全得不到保证。周先生的诉求是蝉妈妈平台尽快进行退款处理。

### （十）2023 年“中国制造网”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“中国制造网”共获得 3 次消费评级，均为“不予评级”。

中国制造网电商消费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	第三季度	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

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“中国制造网”涉嫌存在退款问题等问题。用户投诉“中国制造网”的消费金额主要在5000-10000元。

### 【案例一】用户同意支付30%违约金 “中国制造网”仍不予退款

2023年8月9日，广东省汪先生向“电诉宝”投诉称其于2022年11月15日签订合同，金牌会员年费31100元人民币，服务期自2022年11月21日至2023年11月20日。现汪先生公司宣布破产，要求终止合同并退还余下三个月的平台费用，汪先生方与销售经理洽谈申请，销售已提交申请给公司，一位自称是公司销售的主管跟汪先生电话沟通，第一次沟通说是自己单方面违约不予退款，第二次沟通说他们公司同意退款但要支付30%的违约金，第四次沟通说公司不能退款，是单方面造成的原因，在公司存在走注销的流程。汪先生方在同意支付30%的违约金前提下中国制造网不退款，理由是法务部不通过。汪先生投诉中国制造网霸王条款，严重违法消费者权益，并要求退还剩余款。

### (十一) 2023年“高汇通”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“高汇通”共获得4次消费评级，均为“不予评级”。

高汇通电商消费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	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

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“高汇通”涉嫌存在退款问题等问题。用户投诉“高汇通”的消费金额主要在1000-5000元。

### 【案例一】老师集体失联？“高汇通”被指诈骗

2023年3月5日，浙江省董女士向“电诉宝”投诉称其于2022年8月15日微信零钱支付给北京高汇通商业管理有限公司旗下亿学（树尘教育）2998元，用于短视频带货培训。但交钱给树尘教育后董女士就发现上当，曹明老师七拼八凑的在制服猫上发课程链接，根本进不了课堂，于是董女士提出退学，不管是班主任，还是老师都不搭理董女士。

董女士在制服猫上投诉老师，他们删除了全部的聊天记录，商量多次无果，董女士对曹明老师说：“今年你有什么计划？一对一辅导是终身制，我学了半年，你没有援我一堂课，当初的承诺是不是骗局”？然后，他给董女士留下一句话，叫自己叫个趣学，说这是公司新开发的教学平台，以后会联系自己。董女士下载好趣学后，发现根本也注册不了，再去制服猫找到，一个都找不到，集体失联，并且当初双方签订的合同也消失了，所有的课程链接都不复存。董女士又去找班主任，却发现现在企业微信上全部辞职了，投诉都投诉不了。董女士现在想想，这完全就是精心设计的骗局，不知有多少人上当。董女士希望能讨回公道，追回款项，谢谢！

## 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](http://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"/>
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。

The screenshot shows the website's main content area with a list of complaints. Each entry includes a province, date, status (e.g., '未审核'), a title, a brief description, and a '详情' (Details) link. The sidebar on the right contains buttons for '我要投诉', '电商入驻', '投诉指南', and a '投诉榜' (Complaint Ranking) section with a grid of categories and ranked items.

## (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。

## 网经社“平台+智库+融资”三大发展战略

战略	服务	平台资源	客户群体
<b>平台</b>	媒体传播业务为核心的品牌营销服务	 网经社数字经济门户 自媒体矩阵 媒公宝 (3000人记者库)	<b>平台企业</b>
<b>智库</b>	基于大数据的研究咨询为核心的智库服务	 “一带一路”TOP10影响力社会智库  电数宝 电商大数据智库	<b>政府/机构</b>
<b>融资</b>	供应链金融服务	 网盛消费品电商 供应链金融服务中心	<b>消费品供应链企业</b>
	FA服务	 电融宝   20000+投资者库	<b>创业公司</b>




扫码获取完整产品资源书      扫码联系

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 年度中国电商服务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

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](http://DATA.100EC.CN))

电诉宝 ([315.100EC.CN](http://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)

