

2021年

中国在线票务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：2022年01月18日

报告编制：网经社电子商务研究中心



更多报告下载

目录

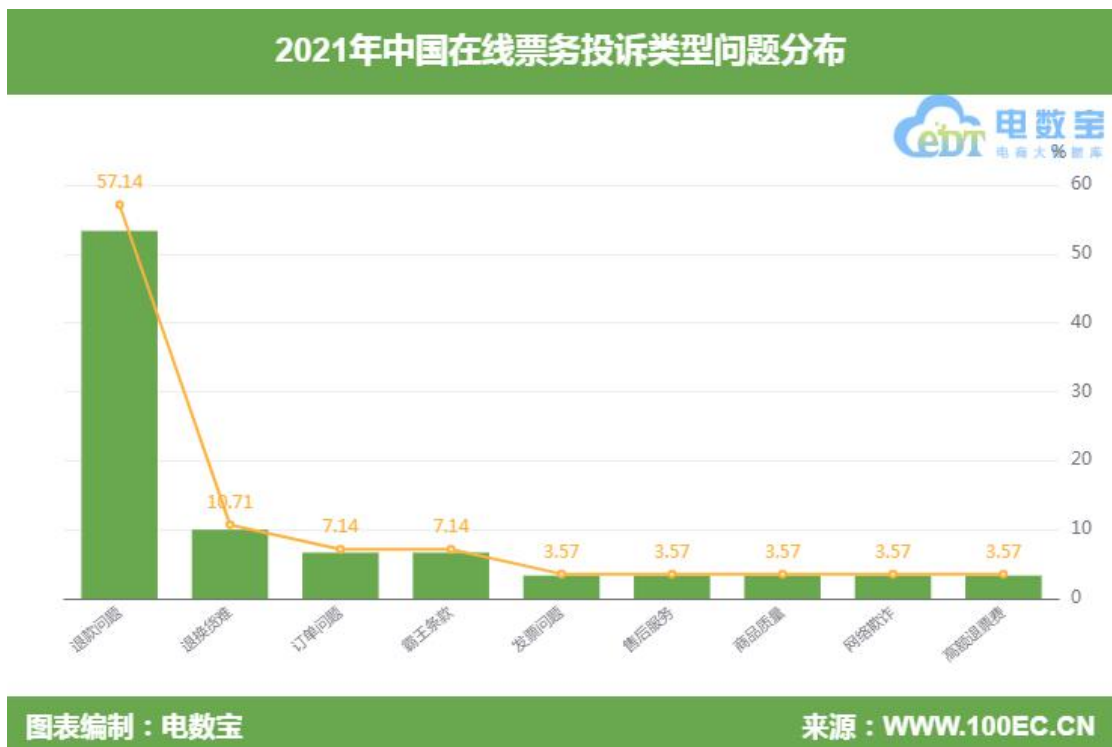
一、整体数据	1
(一) 投诉问题类型分布.....	1
(二) 投诉地区分布.....	2
(三) 投诉用户性别分布.....	2
(四) 投诉金额区间分布.....	3
(五) 投诉涉及平台.....	4
二、评级数据与典型案例	4
(一) 大麦网点评数据与典型案例.....	4
(二) 票牛数据与典型案例.....	6
三、关于我们	7
(一) 关于电诉宝.....	7
(二) 关于网经社.....	10

一、整体数据

2021 年在线票务并不好过，受疫情影响，电影院、演唱会、旅游景点等场所严禁人员聚集，在线票务业绩面临巨大危机，各种消费纠纷问题接踵而至，退款问题、出票不及时、售后服务等问题滋生，广大在线票务用户的权益受到侵犯。

2022 年 1 月 18 日，依据国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）2021 年受理的全国 12 家在线票务平台纠纷案例数据，我国“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《2021 年中国在线票务用户体验与投诉监测报告》。

（一）投诉问题类型分布



据“电诉宝”显示，2021 年全国在线票务用户投诉问题类型排名依次为：退款问题（57.14%）、退换货难（10.71%）、订单问题（7.14%）、霸王条款（7.14%）、发票问题（3.57%）、售后服务（3.57%）、商品质量（3.57%）、网络欺诈（3.57%）、高额退票费（3.57%）。

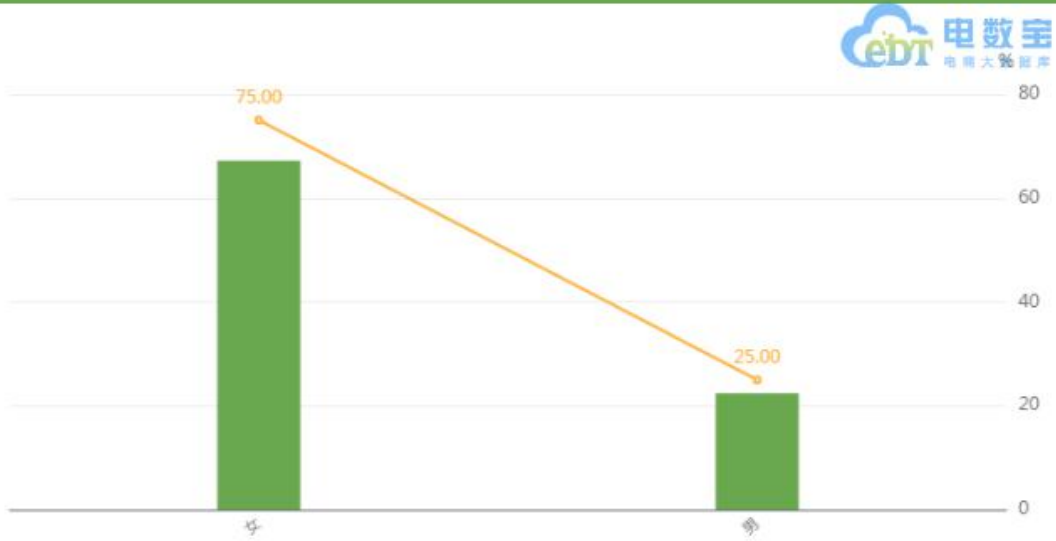
（二）投诉地区分布



“电诉宝”受理投诉用户聚集地区排名依次为江苏省（17.86%）、上海市（14.29%）、浙江省（14.29%）、北京市（10.71%）、广东省（10.71%）、辽宁省（10.71%）、四川省（7.14%）、吉林省（3.57%）、河南省（3.57%）、福建省（3.57%）、贵州省（3.57%）。

（三）投诉用户性别分布

2021年在线票务投诉用户性别分布



图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

据“电诉宝”显示，在线票务女性用户投诉比例为 75.00%，男性用户投诉比例为 25.00%。

（四）投诉金额区间分布

2021年在线票务投诉用户金额区间分布



图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

据“电诉宝”显示，在线票务投诉金额分布为：1000-5000元（42.86%）、100-500元（39.29%）、500-1000元（10.71%）、0-100元（3.57%）、未选择金额（3.57%）。

（五）投诉涉及平台

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

当前位置 > 投诉榜

领域： 总榜 零售电商 数字生活 在线教育 跨境电商 产业电商
金融科技 物流科技

行业： 全部 在线餐饮 在线票务 在线旅游 交通出行

筛选： 2021 全年

1	大麦网	2	票牛	3	苏打优选	4	猫眼电影
5	蜘蛛网	6	票哆哆	7	黄河票务	8	聚橙网
9	摩天轮票务	10	淘票票	11	在路上门票网	12	永乐票务

(以上为投诉量排行榜)

据国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）显示，2021年全国在线票务领域的投诉事件按投诉量排序依次为大麦网、票牛、苏打优选、猫眼电影、蜘蛛网、票哆哆、黄河票务、聚橙网、摩天轮票务、淘票票、在路上门票网、永乐票务等平台。

二、评级数据与典型案例

在线票务领域，据“电诉宝”受理用户维权案例，我们从中选取五起典型投诉案例，涉及大麦网、票牛等。

（一）大麦网点评数据与典型案例



据“电诉宝”显示，2021年用户投诉大麦网的问题类型主要集中于退款问题、退换货难、发票问题；“电诉宝”受理投诉用户聚集地区为江苏、浙江、上海、北京、吉林、福建、贵州、辽宁等；其中，女性用户投诉比例为76.92%，男性用户投诉比例为23.08%；投诉金额分布于1000-5000元、100-500元。

【案例一】学生反映绍兴疫情原因无法出行“大麦网”对退票申请不做任何处理

12月15日，浙江省的一位学生向“电诉宝”投诉称她于10月25日在大麦app购买于杭州蜂巢剧场上演的孟京辉戏剧《恋爱的犀牛》。因为突然绍兴几天之内突然爆发几十起疫情，绍兴市立即进入一级响应状态，学校随即采取封校措施，并提前期末考试至提前27日到下个月8日。大麦客服对提交的无法出行凭证置之不理，并再三强调只有开演前一个星期提交才可受理。

【案例二】“大麦网”被指虚假宣传 声称“疫情原因可全额退票”真退款却被拒

11月2日，江苏省的李女士向“电诉宝”反映称她在2021年10月14日购买

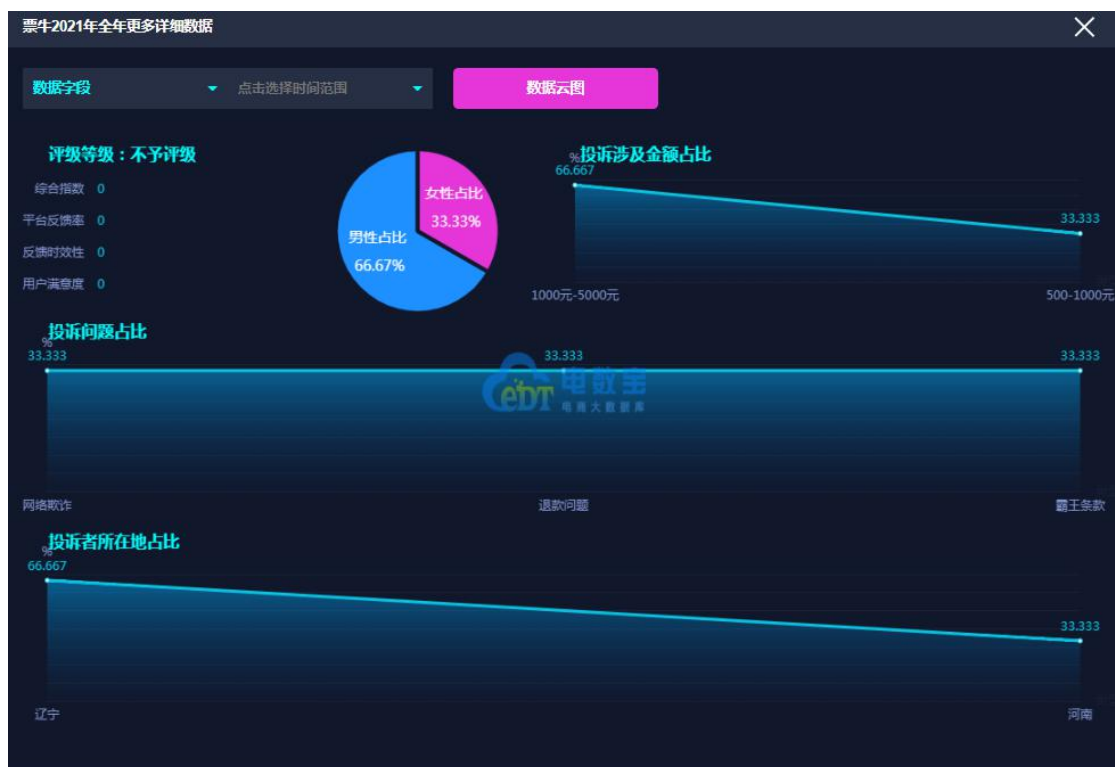
中国内地摇滚乐队“新裤子”苏州站演唱会门票，于 2021 年 10 月 31 日前往上海迪士尼乐园，根据疫情防控已被要求集中隔离 14 天，无法于 2021 年 11 月 6 日前往演唱会。在 11 月 1 日收到疫情原因可全额退票短信，并按短信提示步骤在票上画 X 撕毁，但申请退款被拒绝。大麦网不予退票并称集中隔离为“个人原因”。

【案例三】用户投诉“大麦网”售后体验差 疫情原因申请退款无人处理

上海市的袁先生向“电诉宝”反映称他于 2021 年 7 月 27 日在大麦网 app 下单购买 2021chinajoy 中国国际数码互动娱乐展览会门票，价值 130 元，由于疫情关系，在 7 月 29 日就申请了退款，但是到目前没有任何人处理，也联系不到人工客服。

袁先生称目前订单显示【交易完成】，在 app 上找在线客服均为电脑快捷回复。拨打售后热线也都是电脑客服，根本没有解决问题，也找不到人工客服。而且和电脑自动客服每次的聊天记录都没有，消费体验极差。

(二) 票牛数据与典型案例



据“电诉宝”显示，2021 年用户投诉票牛的问题类型主要集中于网络欺诈、

退款问题、霸王条款；“电诉宝”受理投诉用户聚集地区为辽宁、河南；其中，女性用户投诉比例为 33.33%，男性用户投诉比例为 66.67%；投诉金额分布于 1000-5000 元、500-1000 元区间。

【案例一】用户投诉“票牛网”控制门票溢价买不到原价票

河南省的郭先生向“电诉宝”投诉称他在票牛网购买了两张西安草莓音乐节门票，购买时显示为 520 元 1 张的早鸟门票，实际付款 691 元 1 张，存在虚假宣传误导消费者的情况。和客服沟通时候，客服承认台价格有浮动，基本买不到原价票，并且态度恶劣，根本不解决问题。

【案例二】用户投诉“票牛网”虚假卖票，且不给退款

辽宁的霍先生于 2021 年 7 月 12 日在通过支付宝小程序在票牛网购买两张阜新草莓音乐节电子演出票，商品显示有票，购买成功后显示出票中，霍先生联系客服问什么时候能出票，被告知不确定，最晚演出前一天，霍先生问可不可以退款，客服表示票已售出不可退换，可是霍先生并没有收到票。现在是既没有票也不给退款。霍先生看到很多消费者都遇到过这种情况，票牛网的做法有欺骗消费者嫌疑，让消费者先付款购买并不实际存在的商品，然后再用各种理由拒绝给消费者退款，直到拖延至演出前夕，退给消费者所谓的等值票牛余额，不能提现只能在票牛网上使用，只能购买并不一定存在的商品。

三、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，专注于互联网的消费者权益维护，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”（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。

电诉宝
315.100EC.CN
电商维权直通车

投诉案例 曝光台 案例解读 法律求助 电商预警 微信投诉 自媒体爆料

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

在线投诉 进度查询 平台登录

真实姓名* 姓名 年龄* 性别*
所在地* 邮箱* example@qq.com 投诉对象* 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>

我要投诉

电商入驻

投诉指南



电商投诉，就上“电诉宝”

高效解决消费纠纷



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>

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		

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弊物流信息考核，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弊物流信息考核，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

(二) 关于网经社

浙江网经社信息科技有限公司成立近 20 年，致力于打造大数据驱动的领先的数字经济综合服务平台。构建了网经社(数字经济门户)、网经社电子商务研究中心(我国“一带 一路”T010 影响力社会智库)、“电数宝”(电商大数据库)、“电融宝”(数字经济投融资服务平台)、“电诉宝”(网络消费纠纷调解平台)等板块，提供面向平台、服务商和政府部门、VC/PE 提供品牌传播、研究咨询、数据报告、FA 等服务。

近一年来，网经社陆续上线 10 余个专业垂直门户矩阵，包括跨境电商台、产业电商台、数字零售台、数字生活台、教育台、移动出行台、数字健康台、共享经济台、社交电商台、社区团购台、农村电商台、直播电商台、物流科技台、金融科技台、法律消保台 等，通过 PC 端、移动端、小程序、自媒体和订阅近

3000 媒体，输出海量原创内容，覆盖并影响数亿业内用户。



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。

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《2021 年中国在线票务用户体验与投诉监测报告》”。

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:2022 年 1 月 18 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)

(12 年沉淀 10 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)

