

2019年度 中国导购电商消费投诉数据与典型案例报告

数据来源： 电数宝  电诉宝

发布时间：2020年5月25日

报告编制：网经社电子商务研究中心



更多报告下载

目录

前 言.....	3
一、行业数据.....	5
（一）营收规模.....	5
（二）用户规模.....	5
（三）融资数据.....	6
二、投诉数据.....	8
（一）“蘑菇街”	8
（二）“小红书”	12
（三）“返利网”	16
（四）“淘粉吧”	20
（五）“折 800”	24
（六）“卷皮网”	28
（七）“哎呦有型”（闪电降价）	33
（八）其他平台案例.....	38
三、关于我们.....	40
（一）关于“电诉宝”	40
（二）关于网经社.....	41
（三）报告发布计划.....	43

前言

5月25日，依据国内电商专业消费纠纷调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）2019年度受理的全国**980家**电商海量用户消费纠纷案例大数据，网经社电子商务研究中心发布了《2019年度中国导购电商消费投诉数据与典型案例报告》。

2019年“电诉宝”全年受理的投诉中涉及导购电商的有：蘑菇街、返利网、小红书、淘粉吧、折800、卷皮网、哎呦有型、AC派、识货、美丽说、一淘网、**芝麻鲸选（多多返）**等12家，其中，7家导购电商入选《2019年全国电子商务TOP190消费评级榜》，分别为返利网、小红书、蘑菇街、淘粉吧、折800、哎呦有型、卷皮网。（另外，AC派、识货、美丽说、一淘网、**芝麻鲸选（多多返）**因用户投诉数量未达到规定标准数量，故不列入评级统计范畴。）



注：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 $\in [0.75, 1.0]$ 。

据“电数宝”电商大数据库（DATA.100EC.CN）显示，**返利网、小红书、蘑菇街**获“建议下单”评级，**淘粉吧**获“谨慎下单”评级，**折800、哎呦有型、卷皮网**获“不建议下单”评级，在受理平台移交的用户投诉，平台反馈率、回复时效性、用户满意度相对较低，需积极受理第三方移交督办的全国各地用户投诉线索并第一时间相应、及时反馈，奋起直追，努力提高售后服务水平和口碑。

2019年度投诉导购电商的用户主要集中地依次为广东省、山东省、湖南省、浙江省、北京市，投诉金额依次集中在0-100元区间、1000-5000元区间、100-500元区间，而涉及投诉用户中，男性比例低于女性。

此外，据国内电商专业消费调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）受理用户维权案例显示，用户投诉导购电商的消费投诉问题依次为退款问题、网络欺诈、商品质量、霸王条款、发货问题、订单问题、售后服务、退换货难、网络售假、虚假促销、退店保证金不退还、信息泄露、冻结商家资金、恶意罚款、货不对板、物流问题。

据网经社“电数宝”电商大数据库（DATA.100EC.CN）监测显示，2019年导购电商行业营收规模达139.8亿元人民币，同比增长28.72%；用户规模达3.45亿人，同比增长13.86%。2019年导购电商共发生**7起**融资事件，融资总额达**18亿元人民币**。

一、行业数据

（一）营收规模

据网经社“电数宝”电商大数据库（DATA.100EC.CN）监测显示，2019年导购电商行业营收规模达139.8亿元，较2018年108.6亿元，同比增长28.72%。

导购电商行业营收规模及其增长率数据图



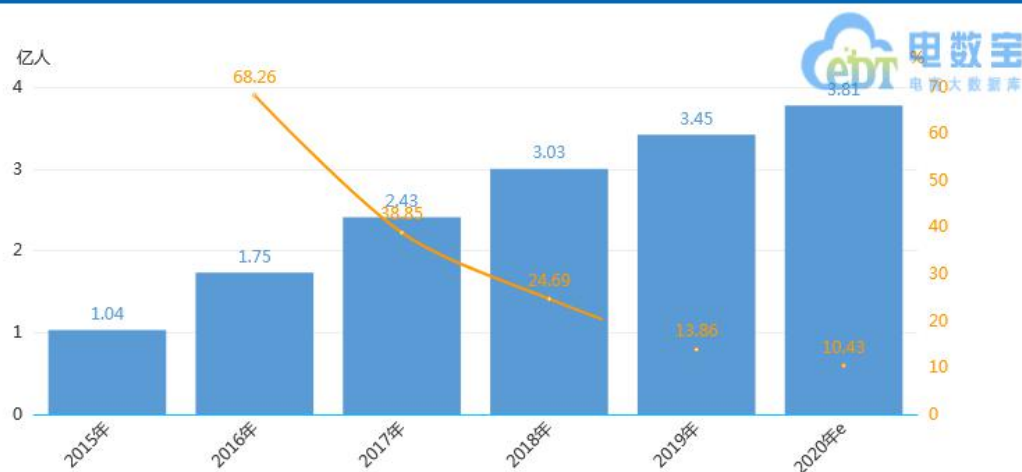
图表编制：网经社

数据来源：WWW.100EC.CN

（二）用户规模

据网经社“电数宝”电商大数据库监测显示，2019年导购电商行业用户规模达3.45亿人，较2018年3.03亿人，同比增长13.86%。

导购电商行业用户规模及其增长率数据图



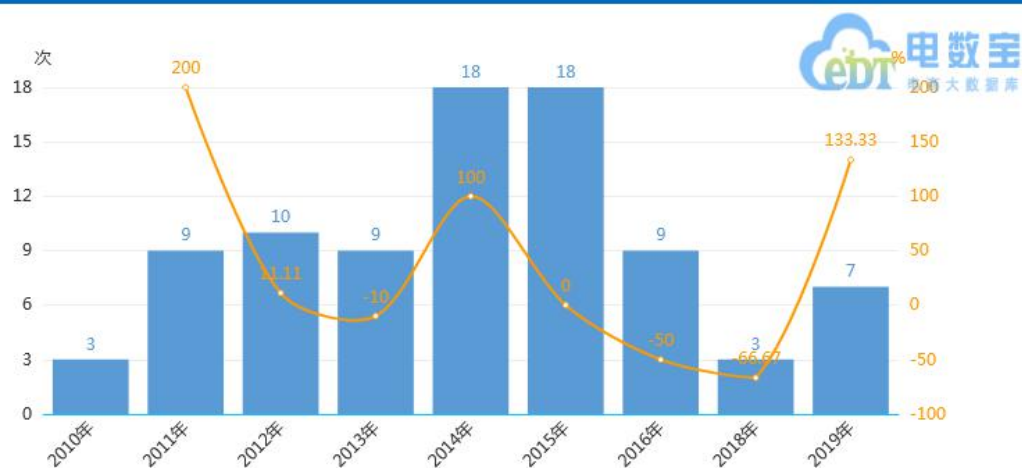
图表编制：网经社

数据来源：WWW.100EC.CN

（三）融资数据

据网经社“电数宝”电商大数据库监测显示，2019年导购电商共发生7起融资事件，融资总额达18亿人民币。

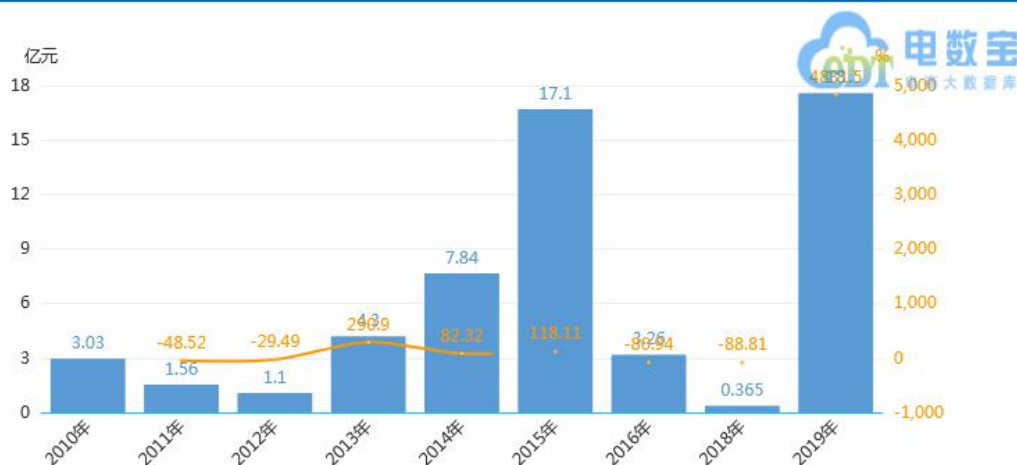
导购电商行业融资事件数量及其增长率数据图



图表编制：网经社

数据来源：WWW.100EC.CN

导购电商行业融资金额及其增长率数据图



图表编制：网经社

数据来源：WWW.100EC.CN

获得融资的平台有：美逛（1 亿人民币）、粉象生活（千万级美元）、快乐购（16 亿人民币）、嘿市（数百万人民币）、特拍（1000 万人民币）、超级导购（未透露）、精明购（战略投资）。

2019年1月至12月中国零售电商（导购电商）融资数据榜

序号	融资方	所属行业	所在地	融资时间	融资轮次	融资金额	投资方
1	美逛	导购电商	浙江省 杭州市	2019年10月20日	A轮	1亿人民币	未透露
2	粉象生活	导购电商	浙江省 杭州市	2019年7月23日	Pre-A轮	千万级美元	DCM
3	快乐购	导购电商	湖南省 长沙市	2019年5月28日	战略投资	16亿人民币	中国移动
4	嘿市	导购电商	福建省 漳州市	2019年4月28日	天使轮	数百万人民币	青锐创投 德迅投资
5	特拍	导购电商	浙江省 湖州市	2019年4月25日	天使轮	1000万人民币	喜悦星动
6	超级导购	导购电商	上海市	2019年4月22日	D轮	未透露	腾讯
7	精明购	导购电商	广东省 广州市	2019年2月23日	战略投资	数千万人民币	一普大数

图表编制：网经社

数据来源：WWW.100EC.CN

二、投诉数据

（一）“蘑菇街”

年度投诉数据



据“电数宝”显示，2019年度杭州卷瓜网络有限公司旗下“蘑菇街”共获得18次消费评级，14次获“建议下单”评级，3次获“谨慎下单”评级，1次获“不建议下单”评级。综合评定，2019年“蘑菇街”获“建议下单”评级。

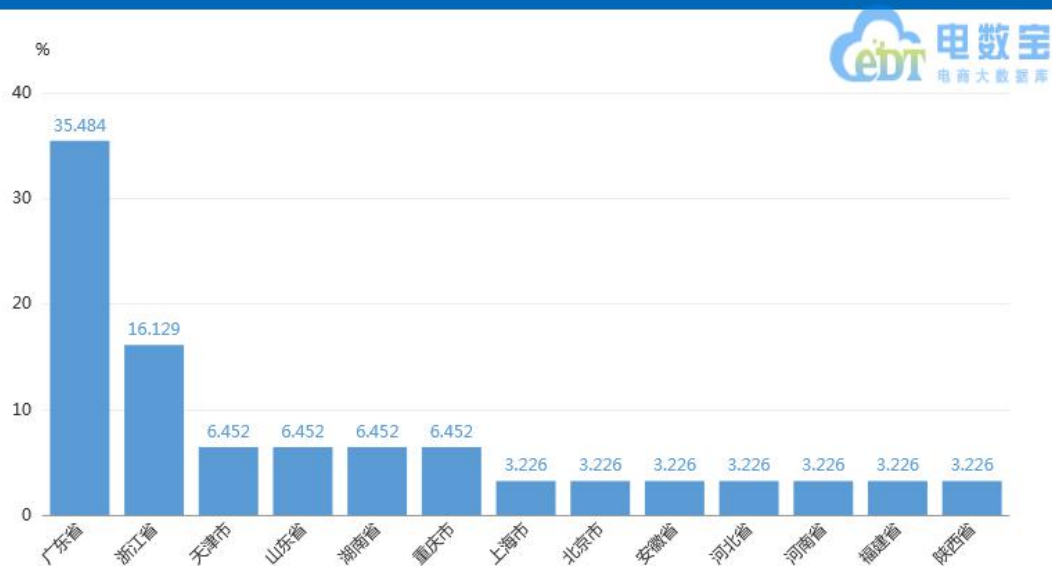
2019年蘑菇街消费评级数据						
年份	时间段	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
2019年	全年	100.00%	0.826	2.000	0.808	建议下单
2019年	第四季度	100.00%	0.444	0.000	0.633	谨慎下单
2019年	双11	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	12月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2019年	11月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	10月	33.33%	0.333	0.000	0.267	不建议下单
2019年	第三季度	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2019年	9月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2019年	8月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2019年	7月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2019年	上半年	100.00%	0.975	2.000	0.853	建议下单
2019年	第二季度	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2019年	5月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2019年	4月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2019年	第一季度	100.00%	0.960	2.000	0.848	建议下单
2019年	3月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2019年	2月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2019年	1月	100.00%	0.943	2.000	0.843	建议下单

图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台） 数据来源：WWW.100EC.CN

投诉地区分布

据“电数宝”显示，2019年度投诉“蘑菇街”的用户主要集中地排名前十的依次为广东省、浙江省、天津市、山东省、湖南省、重庆市、上海市、北京市、安徽省、河北省。

蘑菇街2019年全年投诉者地区占比图



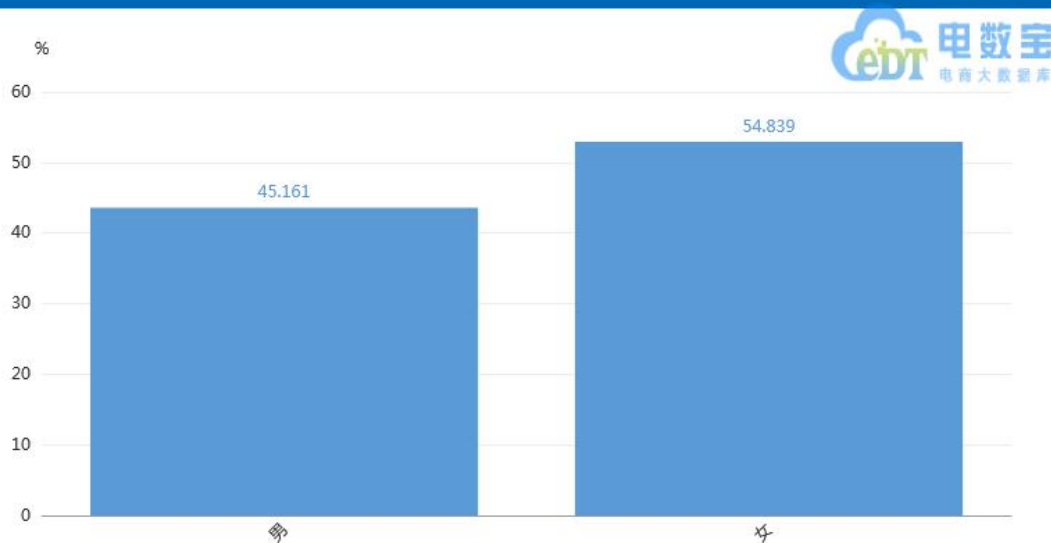
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉性别及金额分布

据“电数宝”显示，在投诉“蘑菇街”的用户中，男性占比 45.161%，女性占比 54.839%。另外，用户投诉“蘑菇街”的消费金额在 0-100 元区间和 1000-5000 元区间的占比较多，分别为 32.258%、19.355%。

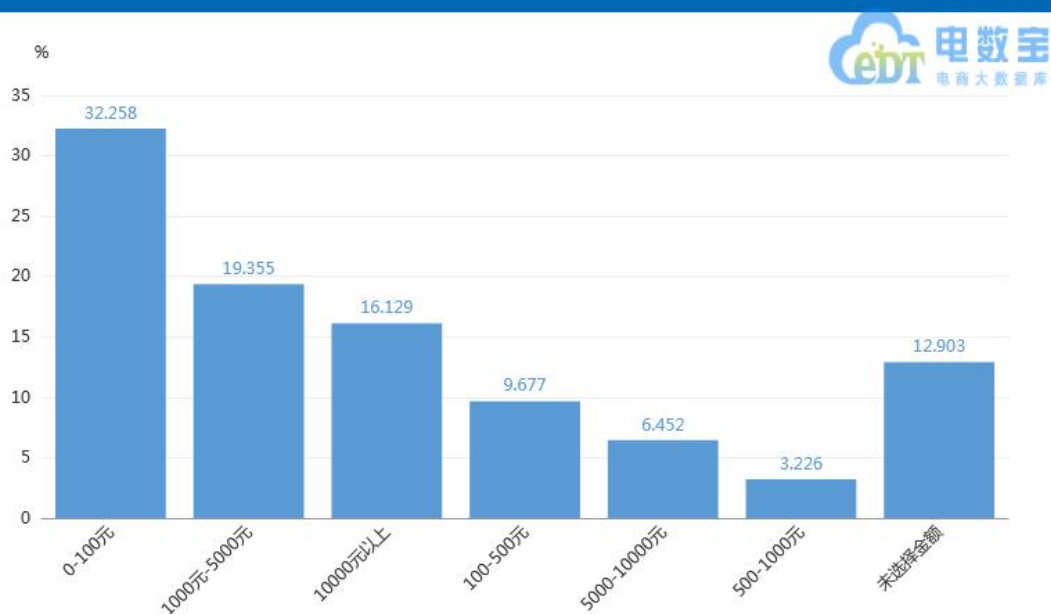
蘑菇街2019年全年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

蘑菇街2019年全年投诉金额占比图



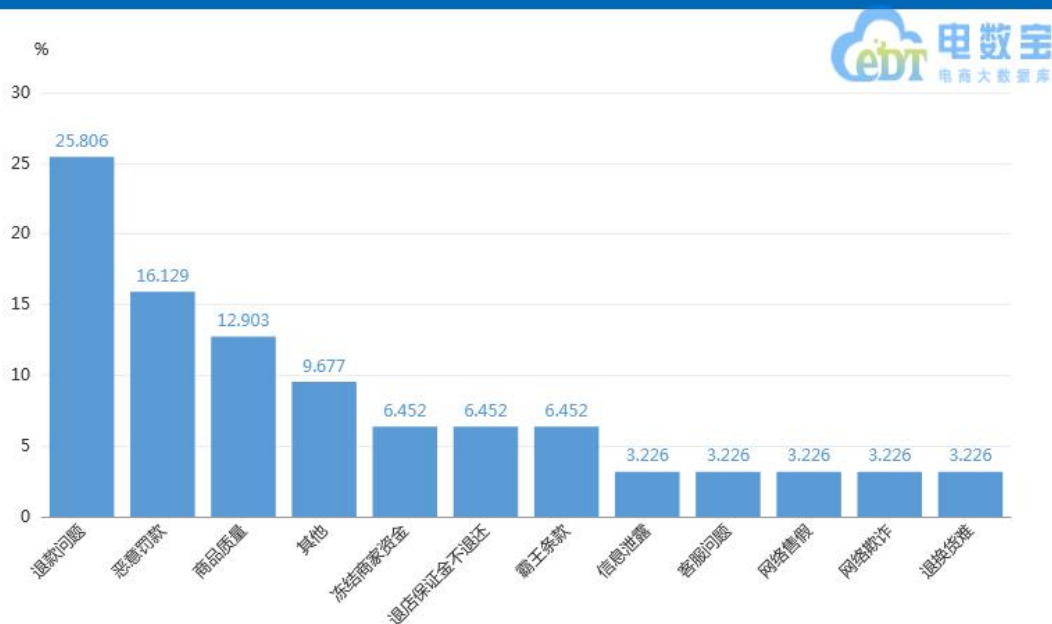
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉问题类型

此外，据国内电商专业消费调解平台“电诉宝”受理用户维权案例显示，“蘑菇街”存在退款问题、恶意罚款、商品质量等问题。

蘑菇街2019年全年投诉问题类型占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

(二) “小红书”

年度投诉数据



据“电数宝”显示，2019年度行吟信息科技（上海）有限公司旗下“小红书”共获得20次消费评级，19次获“建议下单”评级，1次获“谨慎下单”评级。综合评定，2019年“小红书”获“建议下单”评级。

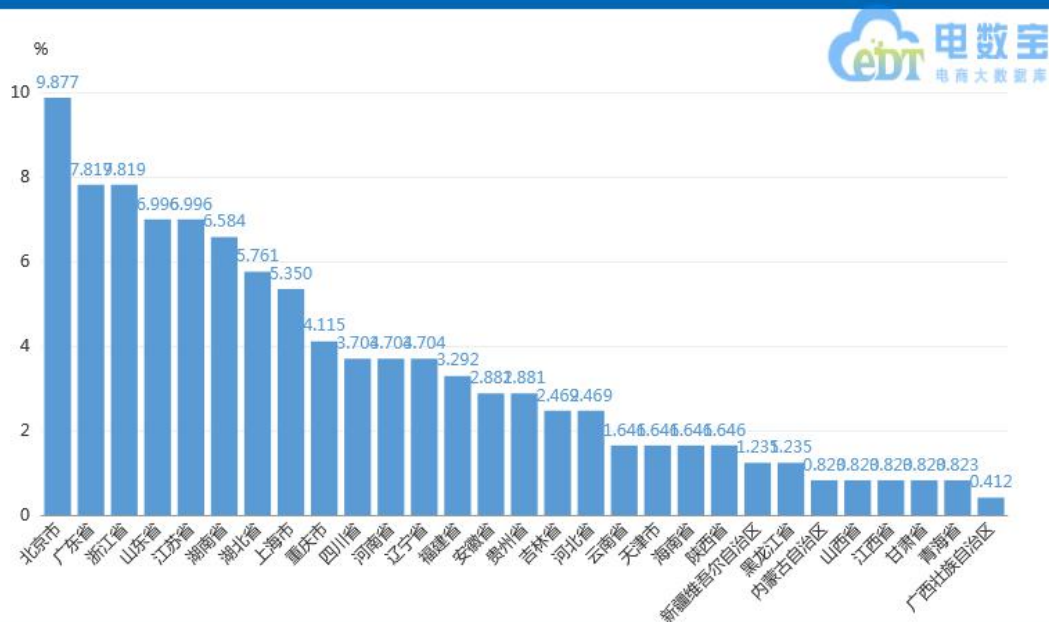
2019年小红书消费评级数据						
年份	时间段	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
2019年	全年	94.65%	0.923	4.595	0.854	建议下单
2019年	第四季度	97.78%	0.924	5.600	0.886	建议下单
2019年	双11	96.55%	0.883	3.333	0.828	建议下单
2019年	12月	100.00%	1.000	10.000	1.000	建议下单
2019年	11月	96.43%	0.964	3.333	0.851	建议下单
2019年	10月	92.86%	0.757	0.000	0.691	谨慎下单
2019年	第三季度	96.97%	0.945	6.000	0.895	建议下单
2019年	9月	100.00%	0.943	0.000	0.783	建议下单
2019年	8月	95.65%	0.939	6.000	0.887	建议下单
2019年	7月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2019年	上半年	91.98%	0.911	4.444	0.835	建议下单
2019年	第二季度	90.28%	0.903	4.125	0.818	建议下单
2019年	618	84.21%	0.842	8.500	0.844	建议下单
2019年	6月	81.82%	0.818	8.500	0.825	建议下单
2019年	5月	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
2019年	4月	90.32%	0.903	3.000	0.800	建议下单
2019年	第一季度	93.55%	0.920	4.667	0.849	建议下单
2019年	3月	97.44%	0.949	4.800	0.880	建议下单
2019年	2月	100.00%	1.000	4.800	0.908	建议下单
2019年	1月	85.29%	0.841	4.000	0.769	建议下单

图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台） 数据来源：WWW.100EC.CN

投诉地区分布

据“电数宝”显示，2019年度投诉“小红书”的用户主要集中地排名前十的依次为北京市、广东省、浙江省、山东省、江苏省、湖南省、湖北省、上海市、重庆市、四川省。

小红书2019年全年投诉者地区占比图



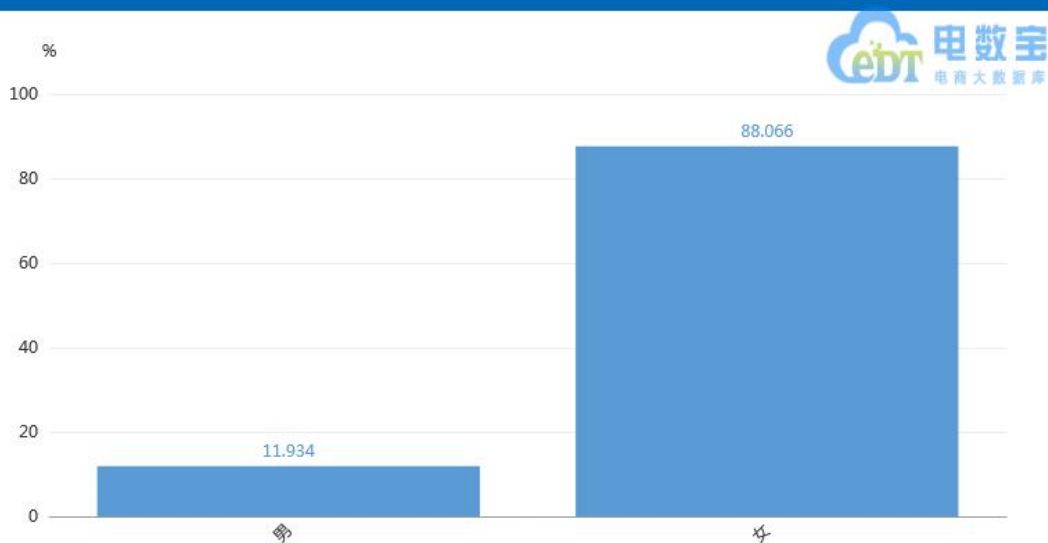
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉性别及金额分布

据“电数宝”显示，在投诉“小红书”的用户中，男女比例差距较大，其中分别为男性占比 11.934%，女性占比 88.066%。另外，用户投诉“小红书”的消费金额在 100-500 元区间和 0-100 元区间的占比较多，分别为 49.794%、23.045%。

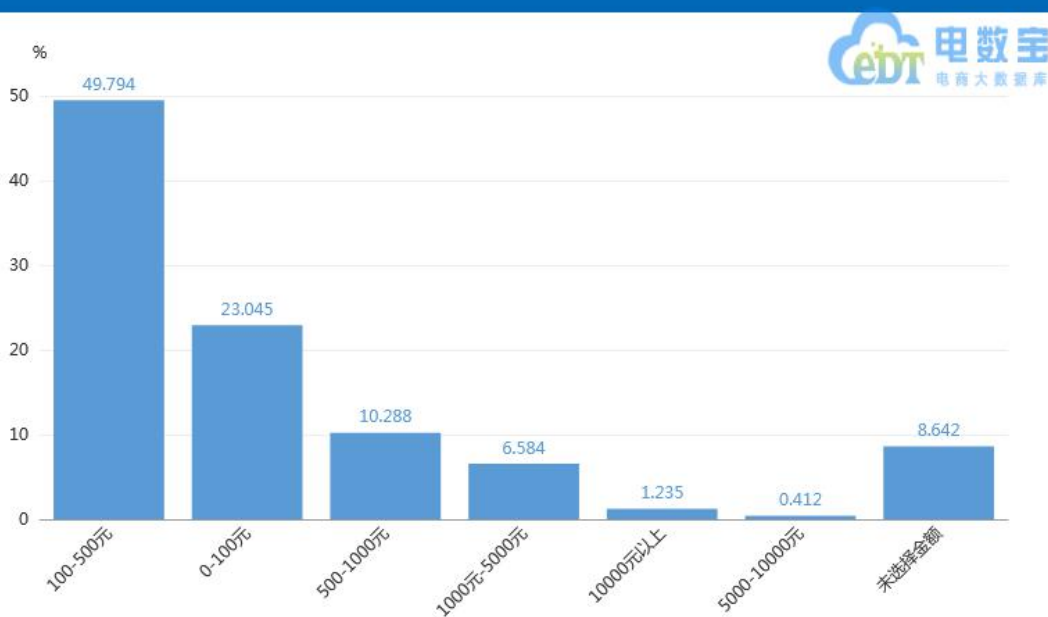
小红书2019年全年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

小红书2019年全年投诉金额占比图



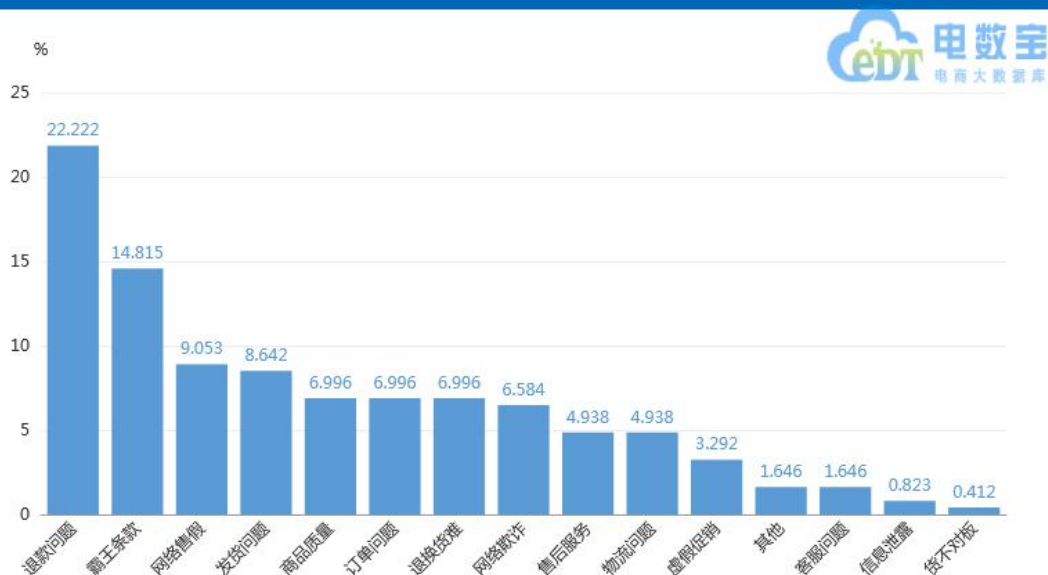
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉问题类型

此外，据国内电商专业消费调解平台“电诉宝”受理用户维权案例显示，“小红书”存在退款问题、霸王条款、网络售假等问题。

小红书2019年全年投诉问题类型占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

(三) “返利网”

年度投诉数据



据“电数宝”显示，2019年度上海中彦信息科技股份有限公司旗下“返利网”共获得14次消费评级，13获“建议下单”评级，1次获“谨慎下单”评级。综合评定，2019年“返利网”获“建议下单”评级。

2019年返利网消费评级数据						
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
2019年	全年	100.00%	0.980	4.667	0.901	建议下单
2019年	第四季度	100.00%	0.956	0.000	0.787	建议下单
2019年	双11	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2019年	11月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2019年	10月	100.00%	0.800	0.000	0.740	谨慎下单
2019年	第三季度	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2019年	9月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2019年	上半年	100.00%	1.000	6.000	0.930	建议下单
2019年	第二季度	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2019年	5月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2019年	第一季度	100.00%	1.000	6.000	0.930	建议下单
2019年	3月	100.00%	1.000	10.000	1.000	建议下单
2019年	2月	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
2019年	1月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单

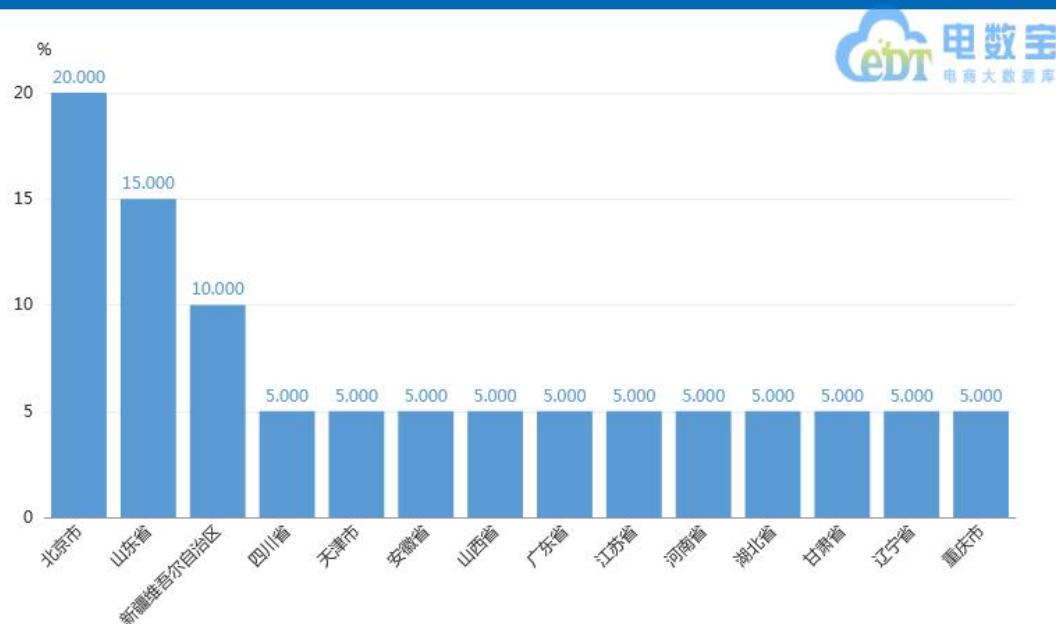
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉地区分布

据“电数宝”显示，2019年度投诉“返利网”的用户主要集中地排名前十的依次为北京市、山东省、新疆维吾尔自治区、四川省、天津市、安徽省、山西省、广东省、江苏省、河南省。

返利网2019年全年投诉者地区占比图



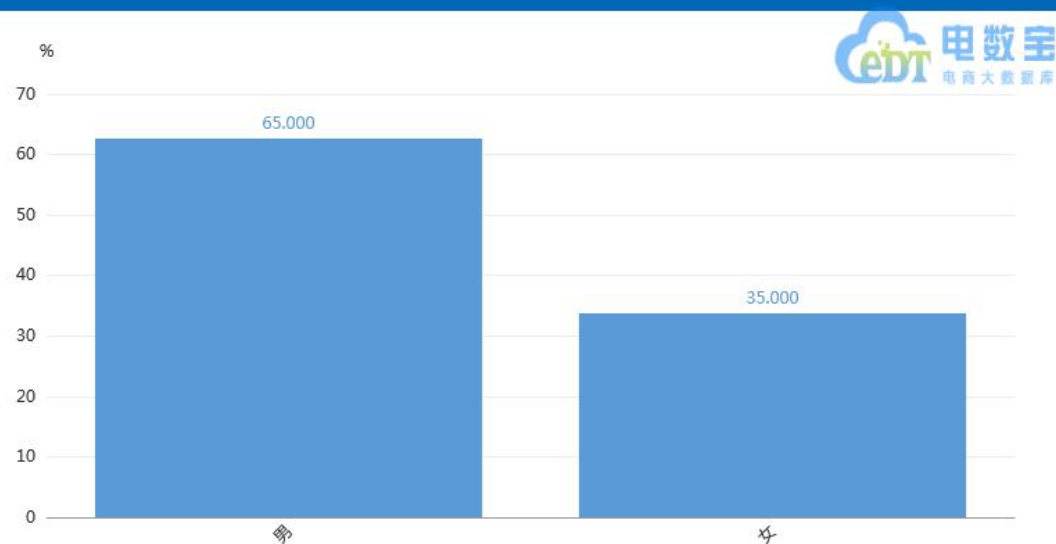
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉性别及金额分布

据“电数宝”显示，在投诉“返利网”的用户中，男性占比 65.000%，女性占比 35.000%。另外，用户投诉“返利网”的消费金额在 0-100 元区间占比较多，为 45.000%。

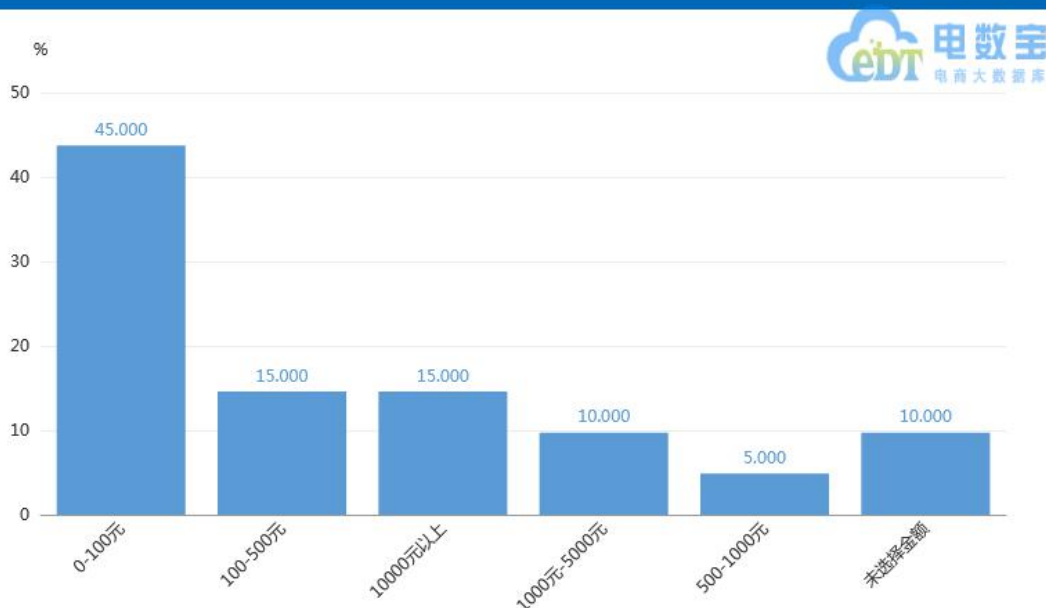
返利网2019年全年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

返利网2019年全年投诉金额占比图



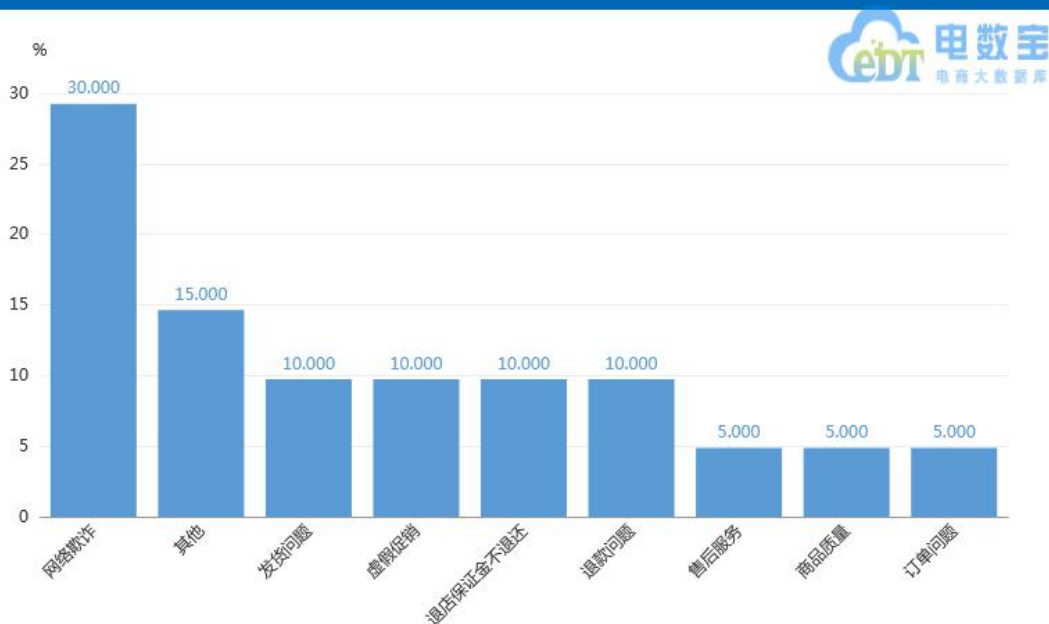
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉问题类型

此外，据国内电商专业消费调解平台“电诉宝”受理用户维权案例显示，“返利网”存在网络欺诈、发货问题、虚假促销、退店保证金不退还等问题。

返利网2019年全年投诉问题类型占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

(四) “淘粉吧”

年度投诉数据



据“电数宝”显示，2019年度杭州淘粉吧网络科技股份有限公司旗下“淘粉吧”共获得9次消费评级，1次获“不建议下单”评级，6次获“谨慎下单”评级，2次获“建议下单”评级，综合评定，2019年“淘粉吧”获“谨慎下单”评级。

2019年淘粉吧消费评级数据						
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
2019年	全年	83.33%	0.667	0.000	0.617	谨慎下单
2019年	第四季度	100.00%	0.750	0.000	0.725	谨慎下单
2019年	双11	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	12月	100.00%	0.000	0.000	0.500	谨慎下单
2019年	11月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2019年	10月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2019年	上半年	50.00%	0.500	0.000	0.400	谨慎下单
2019年	第二季度	50.00%	0.500	0.000	0.400	谨慎下单
2019年	5月	50.00%	0.500	0.000	0.400	谨慎下单

图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉地区分布

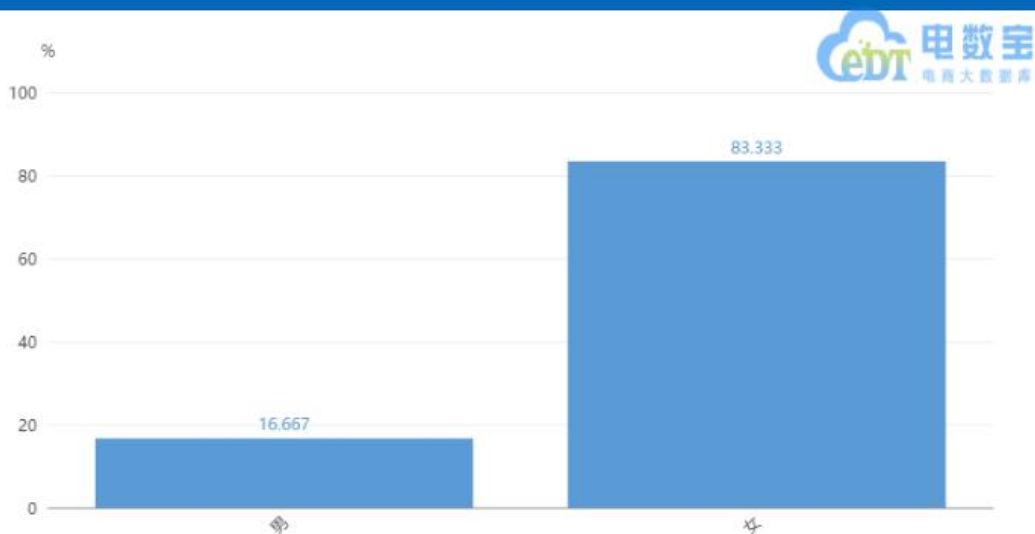
据“电数宝”显示，2019 年度投诉“淘粉吧”的用户主要集中地为江苏省、辽宁省、浙江省。



投诉性别及金额分布

据“电数宝”显示，在投诉“淘粉吧”的用户中男生的占比为 16.667%、女生的占比为 83.333%。另外，用户投诉“淘粉吧”的消费金额都集中在 0-100 元区间、100-500 元区间、1000-5000 元区间、占比分别为 33.333%、16.667%、16.667%。

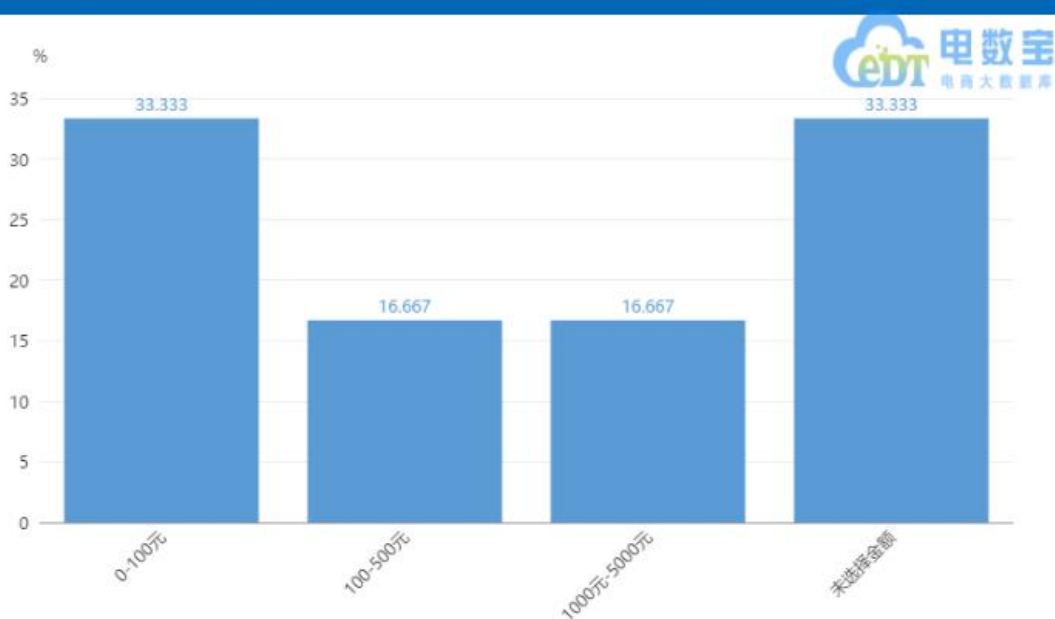
淘粉吧2019年全年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

淘粉吧2019年全年投诉金额占比图



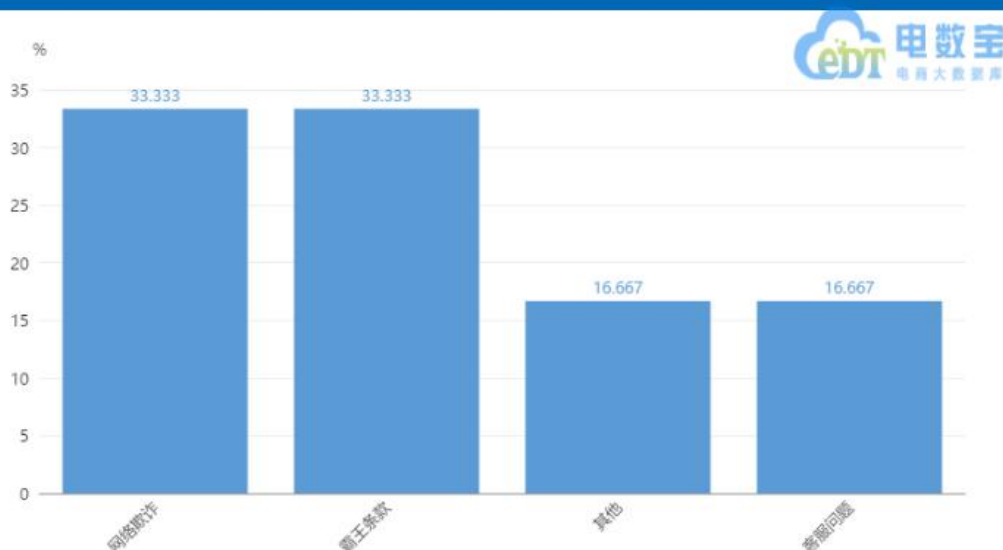
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

典型案例披露

此外，据国内电商专业消费调解平台“电诉宝”受理用户维权案例显示，“淘粉吧”存网络欺诈、霸王条款、客服问题等问题。

淘粉吧2019年全年投诉问题类型占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

【案例一】“淘粉吧”商品丢件 售后久未处理 回复：已处理

高女士于2019年11月11日使用“淘粉吧”返利，遇到了部分丢单的问题，11月11日问客服，回答说双十一订单多部分订单有延迟现象，让耐心等待，等了一天还是部分订单没跟踪到我申述了，11月12日告诉我申述失败，确定没跟踪到订单而不是延迟，让我退货重新拍，但双十一优惠已结束，无法重新拍，淘粉吧客服推卸责任，不给解决问题。

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，淘粉吧发来反馈称：已与用户协商处理，感谢您的反馈。

【案例二】“淘粉吧”下单成功久未发货 售后被告知账号冻结 回复：已处理

杨女士从9月4日到9月30日通过“淘粉吧”购买的41件商品返利都被淘粉吧私自扣下。10月1日发现这个情况我查看到所有都显示原因为订单异常，联系客服，客服回答账号早已被冻结。询问原因说可能系统判定刷单或代购刷补贴，联系一下等待审核15到30天。也就是说从冻结的那天，一个月以来淘粉吧系统未有任何通知，没提醒用户账号因异常需审核被冻结，确是自私自冻结后仍然可消费，且每一笔系统提醒跟单成功，之后确认收货后订单状态全部成为“订单存在异常”，存在欺瞒行为。

接到以上用户投诉后，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，“淘粉吧”发来反馈称：已联系用户告知已提交核实处理，正常后会发放返利。

（五）“折 800”

年度投诉数据



据“电数宝”显示，2019年度团博百众（北京）科技有限公司旗下“折 800”共获得 13 次消费评级，均获“不建议下单”评级。综合评定，2019 年“折 800”获“不建议下单”评级。

2019年折800消费评级数据						
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
2019年	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	12月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	10月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	9月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	7月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	618	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	6月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

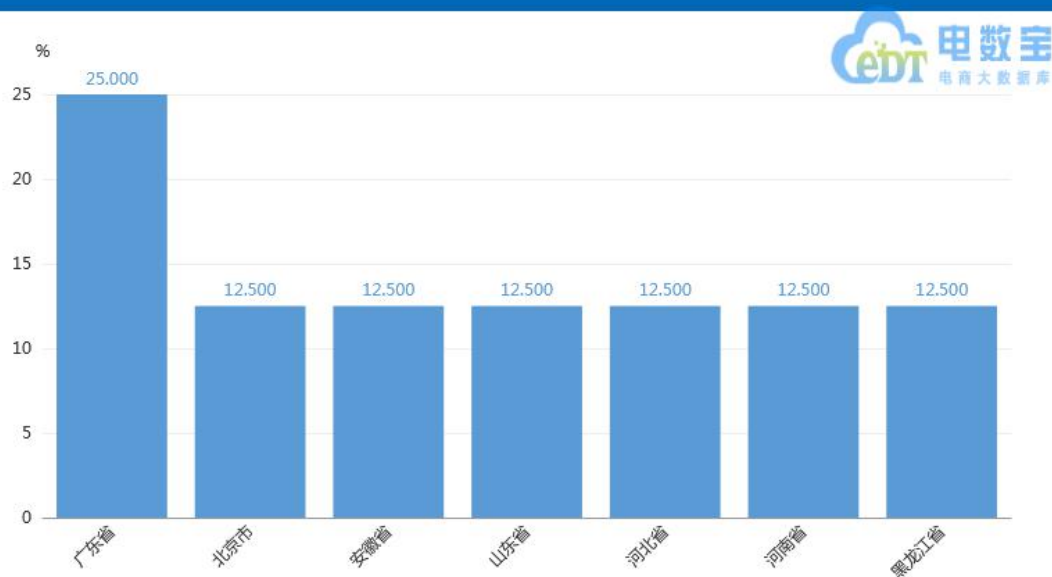
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉地区分布

据“电数宝”显示，2019年度投诉“折800”的用户主要集中地为广东省、北京市、安徽省、山东省、河北省、河南省、黑龙江省。

折8002019年全年投诉者地区占比图



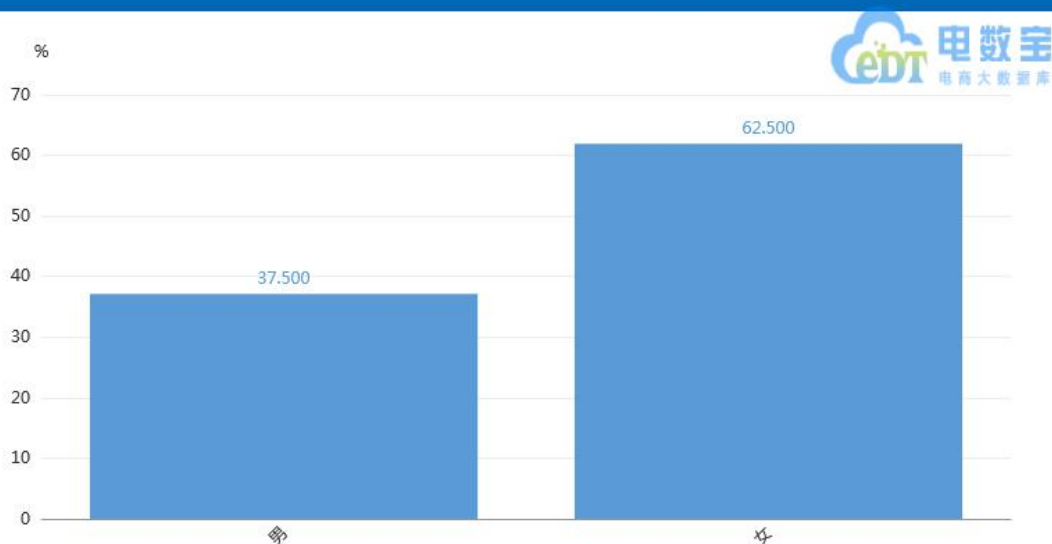
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉性别及金额分布

据“电数宝”显示，在投诉“折 800”的用户中男性的占比为 37.000%、女性的占比为 62.500%。另外，用户投诉“折 800”的消费金额集中在 0-100 元区间，占比分别为 75.000%。

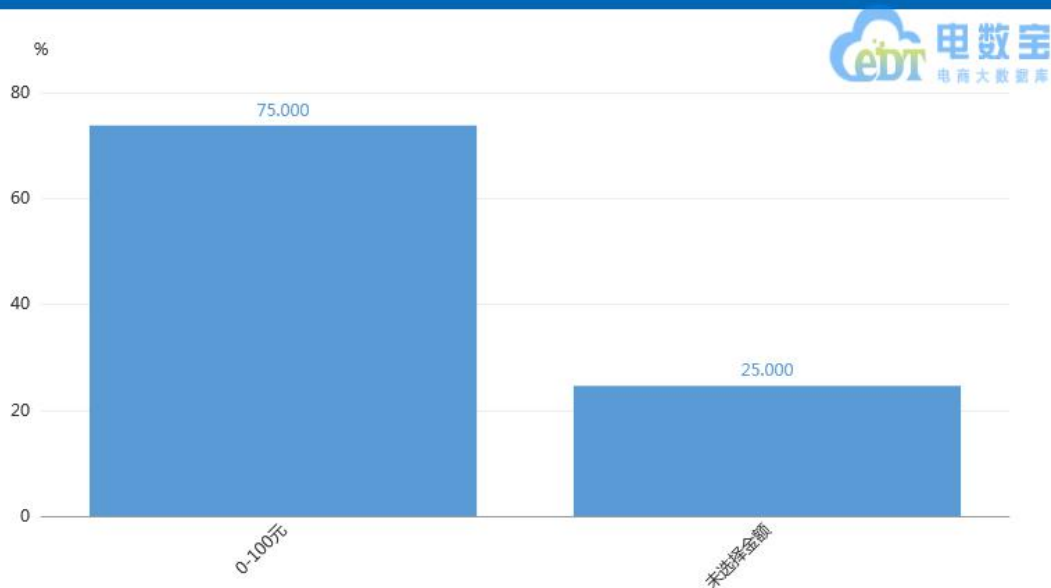
折8002019年全年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

折8002019年全年投诉金额占比图



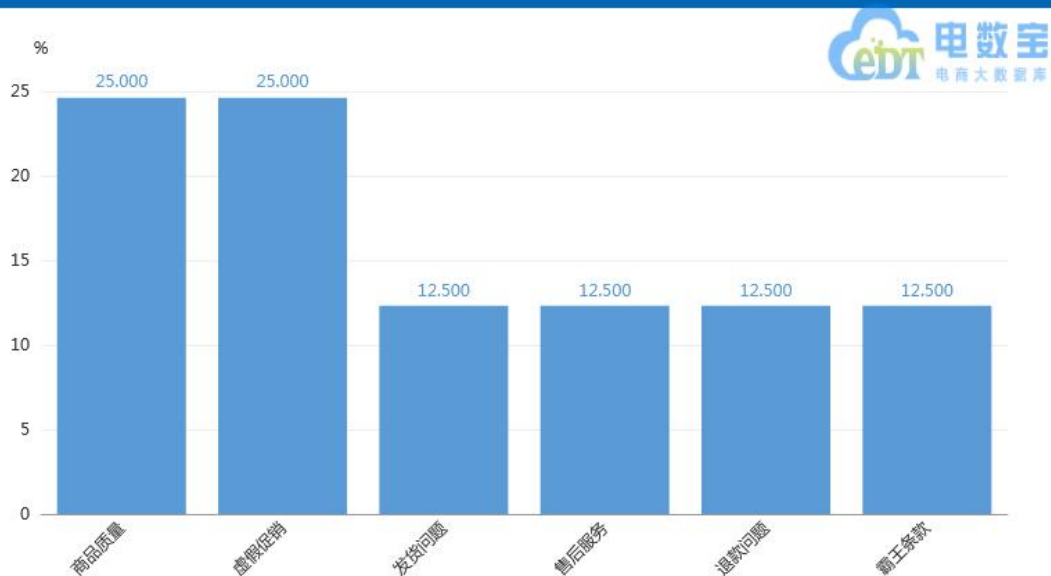
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

典型案例披露

此外，据国内电商专业消费调解平台“电诉宝”受理用户维权案例显示，“折800”存在商品质量、虚假促销、发货问题、售后服务、退款问题、霸王条款等问题。

折8002019年全年投诉问题类型占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

【案例一】“折 800”疑似虚假宣传 售后退货未收到补贴卷

高女士于 2019 年 6 月 10 日 23:03 分在“折 800”平台买了 4 件衣服共计 202.02 元，之后申请退货其中的三件衣服金额 143.65 元。按 zhe800 平台商品详情页的服务宣传是-|7 天包退，退货补运费|，退款成功后没有收到 zhe800 的退货补贴券。今天咨询平台为何不发放退货补贴。回复退货次数高，不满足规定，但在平台的宝贝详情页仅看到【退货补贴】字眼并没有任何关于退货次数高不发放补贴的字眼。

【案例二】“折 800”商品货不对板 售后未能有效处理

骆先生于 2019 年 09 月 28 日在“折 800”平台上买了一双鞋，在购买之前我带着疑问和卖家联系过，问卖家发来的鞋子是否与图片一致，质量怎样等问题，卖家斩钉截铁答复说鞋子和图片是一致的，质量也是没问题，但是卖家给我发来的鞋子不止货不对板还存在很严重的质量问题，卖家这种行为严重伤害消费者权益。我要求折 800 平台帮忙处理，要求卖家作出 15 块现金赔偿，而折 800 平台说：他们没有权利要求卖家赔偿，只能给我 10 现金优惠券，目的还是要我在他们平台购物。

（六）“卷皮网”

年度投诉数据



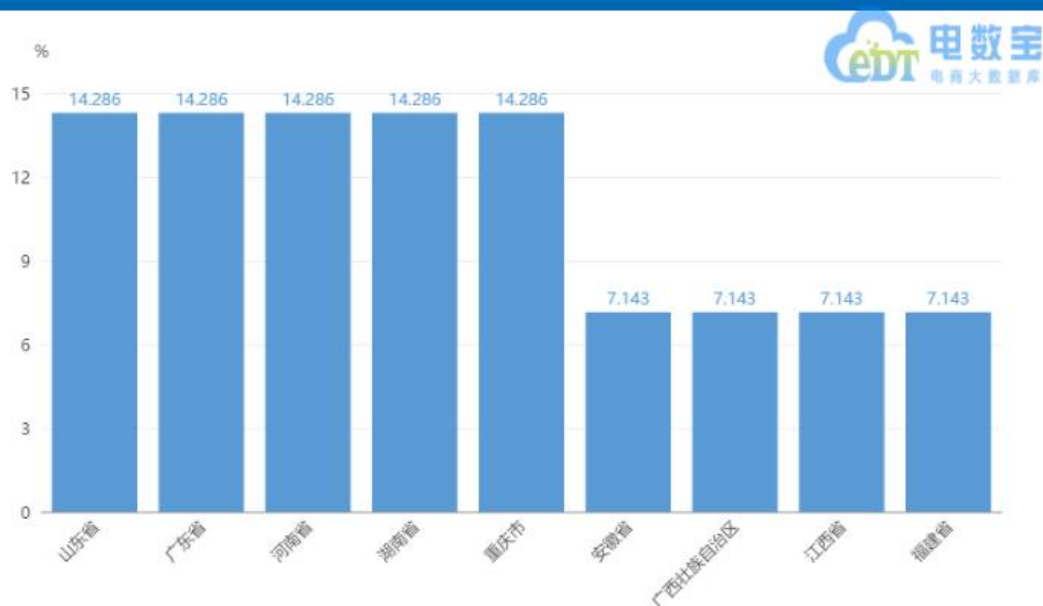
据“电数宝”显示，2019年度武汉奇米网络科技有限公司旗下“卷皮网”共获得14次消费评级，均获“不建议下单”评级，综合评定，2019年“卷皮网”获“不建议下单”评级。

2020年卷皮网消费评级数据						
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
2019年	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	12月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	10月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	8月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	618	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	6月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	5月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	2月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	1月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）				数据来源：WWW.100EC.CN		

投诉地区分布

据“电数宝”显示，2019年度投诉“卷皮网”的用户主要集中地排名前十的依次为山东省、广东省、河南省、湖南省、重庆市、安徽省、广西壮族自治区、江西省、福建省。

卷皮网2019年全年投诉者地区占比图



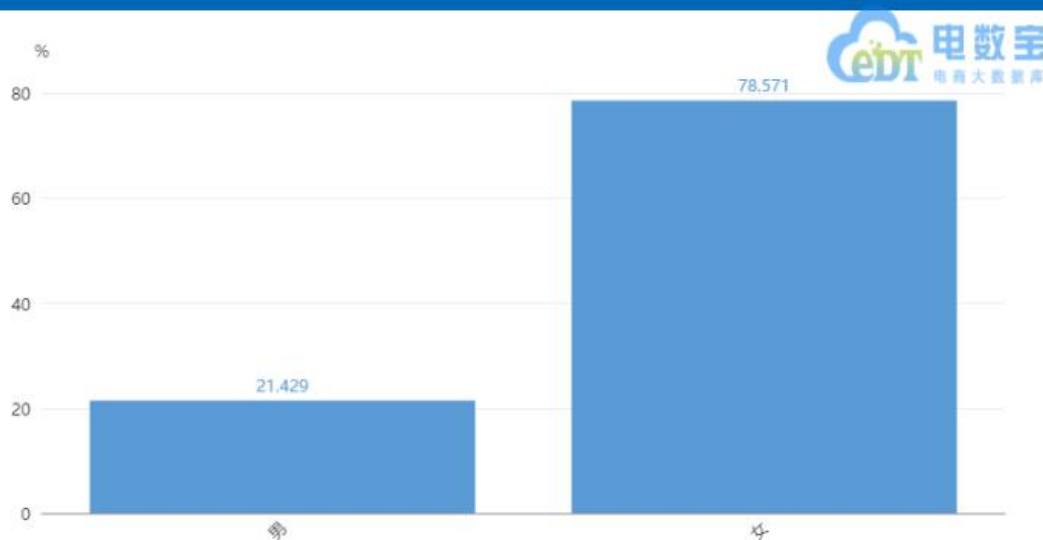
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉性别及金额分布

据“电数宝”显示，在投诉“卷皮网”的用户中男生的占比为 21.429%、女生的占比为 78.571%。另外，用户投诉“卷皮网”的消费金额都集中在 0-100 元区间，占比为 50.000%。

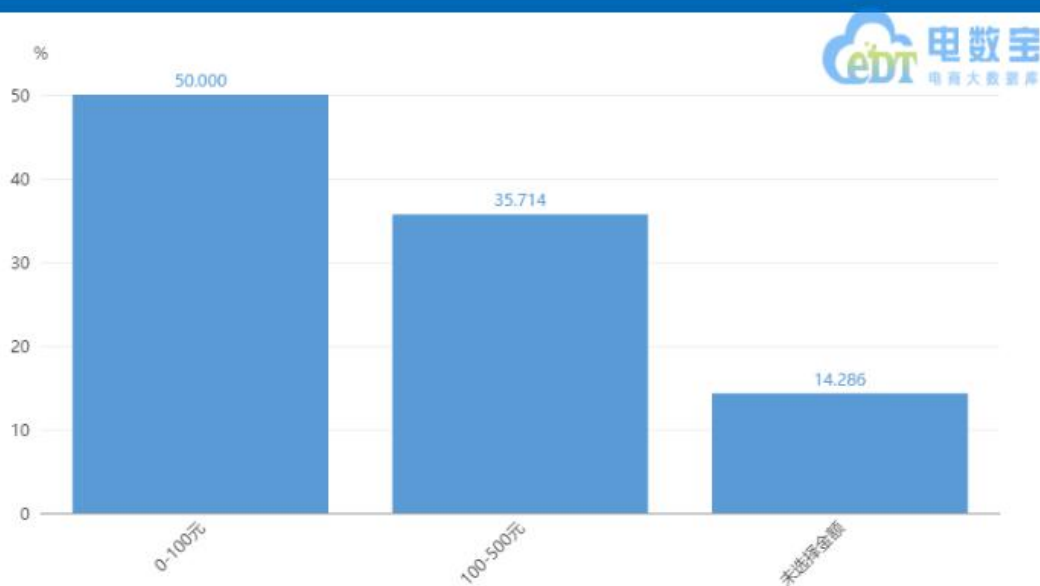
卷皮网2019年全年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

卷皮网2019年全年投诉金额占比图



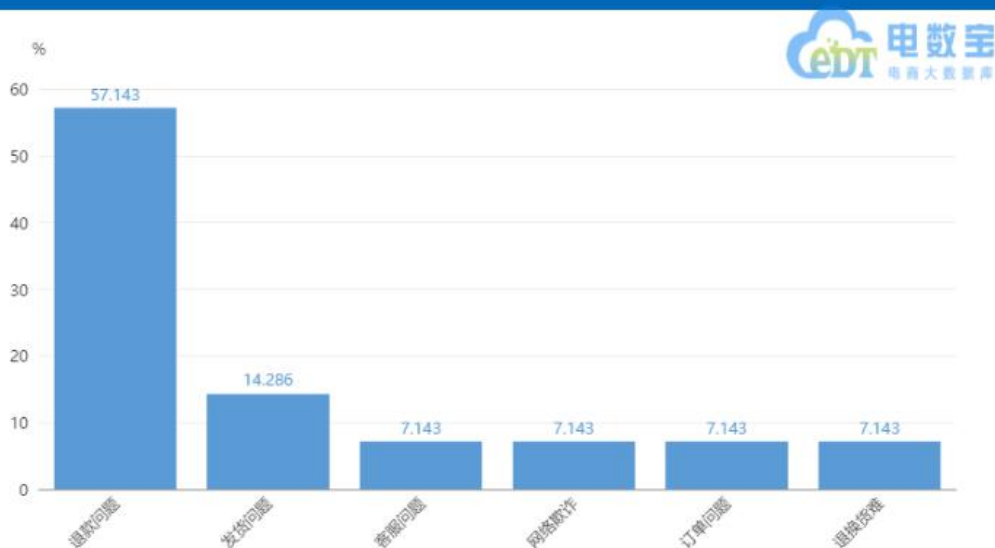
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

典型案例披露

此外，据国内电商专业消费调解平台“电诉宝”受理用户维权案例显示，“卷皮网”存在退款问题、发货问题、客服问题、网络欺诈、订单问题、退换货难等问题

卷皮网2019年全年投诉问题类型占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

【案例一】“卷皮网”商家久未发货 售后退款困难

徐女士 2019 年 9 月 26 日在“卷皮折扣网”买了一件连衣裙，金额是 27 元。但卖家迟迟不发货，经多次催促最后叫我申请退款，卷皮之后显示申请审核成功，说会在 2019 年 10 月 7 日 10 点 12 分前处理完成，可到现在还没有收到退款，我找卖家客服一直推脱说已经退款了，要我找平台交涉，可是卷皮平台客服一直联系不上，一直显示系统繁忙，一直的支持不到解决。

【案例二】“卷皮网”商品货不对板 售后困难

谭女士于 2019 年 1 月 13 日在“卷皮网”上哆嘻哒潮流女装女装店下单两件棉袄，谭女士在“卷皮网”上哆嘻哒潮流女装女装店下单两件棉袄，只给我发一件，申请退款居然卷皮网合同商家一起不通过，买了两件只发一个快递，并且重量只有 0.48 千克里面只有一件，申请退款居然审核不通过，并且还很霸道的不退款，卷皮网以前还有电话可以投诉，现在连网站的投诉电话都打不通的，显示没有比电话号码。

【案例三】“卷皮网”商品质量问题 售后退换货困难

罗先生于 12 月 29 日在“卷皮折扣”平台的迪牛斯潮流女装小店购买价格为 98 元的女装一件，在近日收到衣服后发现该女装有严重做工瑕疵一处，经反复查看后发现该问题属于做工质量问题后，于 2019 年 1 月 9 日（即收到衣服当日）就向该商家要求退款退货处理，由于退款退货申请需商家审核，所以经一天等候后于今日得到商家答复审核未通过，且未给出任何合理解释。

接到以上用户投诉后，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。

（七）“哎呦有型”（闪电降价）

年度投诉数据



据“电数宝”显示，2019年度上海欢世电子商务有限公司旗下“哎呦有型”共获得10次消费评级，均获“不建议下单”评级，综合评定，2019年“哎呦有型”获“不建议下单”评级。

2019年哎呦有型消费评级数据						
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
2019年	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	12月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	10月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	9月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	8月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台） 数据来源：WWW.100EC.CN

投诉地区分布

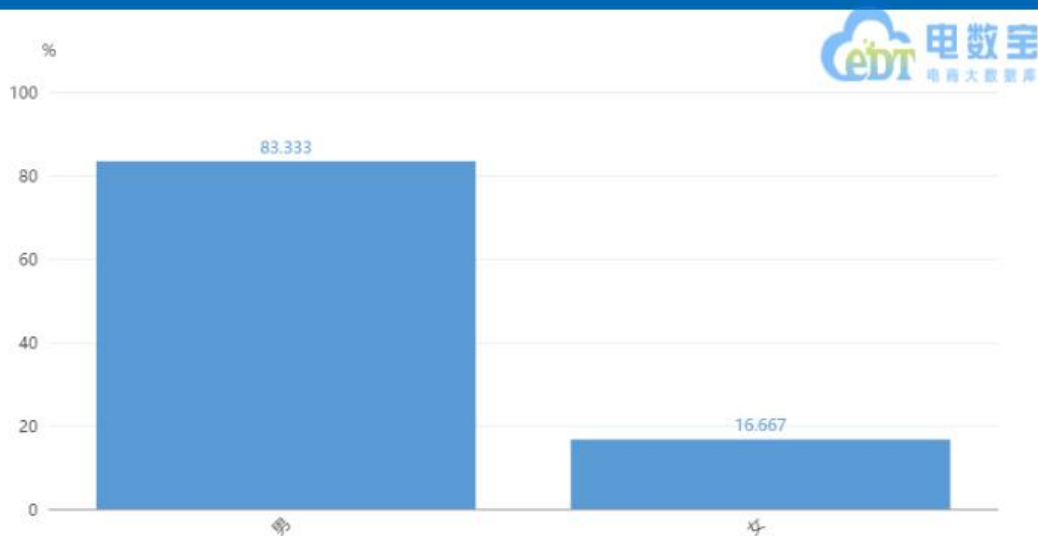
据“电数宝”显示，2019 年度投诉“哎呦有型”的用户主要集中地为湖北省、广东省、湖南省、重庆市、陕西省。



投诉性别及金额分布

据“电数宝”显示，在投诉“哎呦有型”的用户中男生的占比为 83.333%、女生的占比为 16.667%。另外，用户投诉“哎呦有型”的消费金额都集中在 1000-5000 元区间，占比为 50.000%。

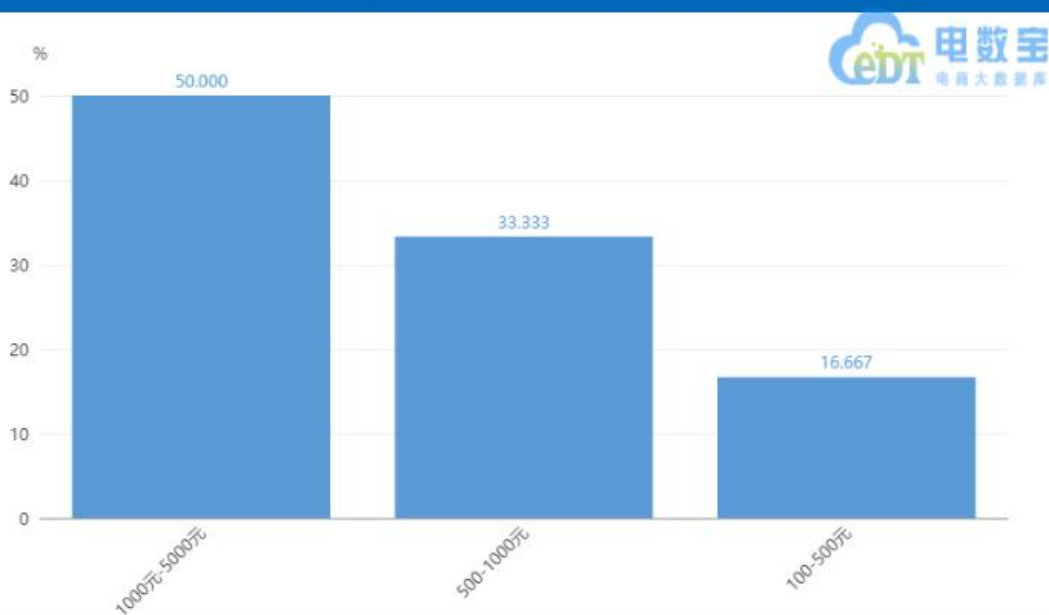
哎呦有型2019年全年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

哎呦有型2019年全年投诉金额占比图



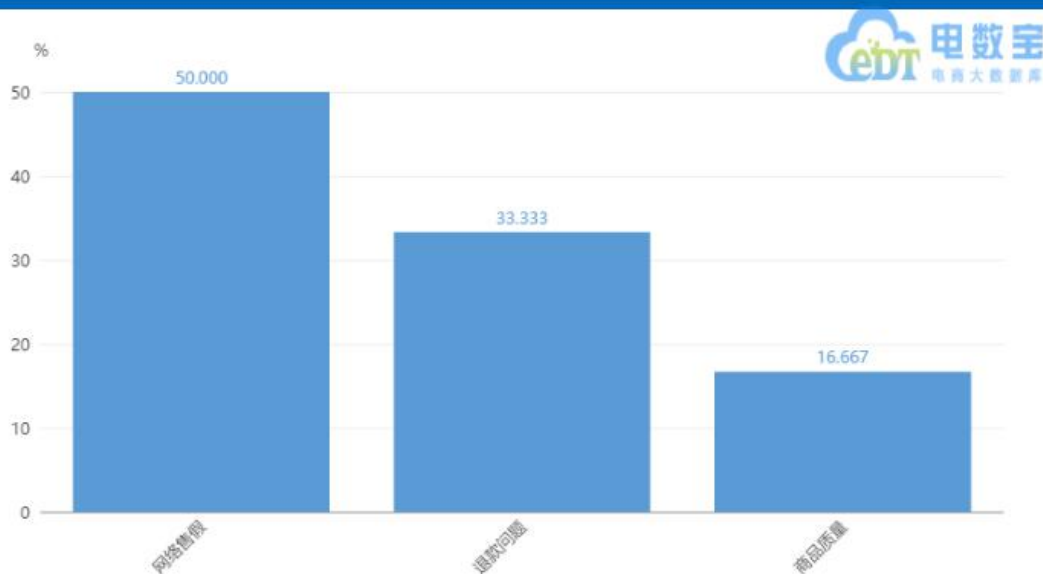
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

典型案例披露

此外，据国内电商专业消费调解平台“电诉宝”受理用户维权案例显示，“哎呦有型”存网络售假、退款问题、商品质量等问题。

哎呦有型2019年全年投诉问题类型占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

【案例一】“闪电降价” 疑网络售假 售后客户不予处理

彭先生于 2019 年 3 月 17 日 12 时 31 分在电商平台“闪电超值”购买了一双 Air Jordan 4 Retro Levis 的鞋，彭先生在电商平台“闪电超值”购买了一双 Air Jordan 4 Retro Levis 的鞋（价格为 1899.00 元），在经过毒、鉴呗、识货三个专业的球鞋鉴定平台鉴定后，均鉴定此球鞋为假货。跟客服联系要退货（支持 7 天无理由退换货），客服一直不予理会。

【案例二】“闪电降价” 商品质量问题 售后退款困难

王女士于 2019 年 9 月 3 日 21 点 19 分 47 秒在闪电降价平台买了施华洛世奇腕表一块，然后一直到 9 月 11 日都没有收到货，期间我有打电话到客服咨询，谁说清关比较慢，直到 12 号晚上才收到，然后 13 号我试戴了一天，14 号下午去洗手间出来很随意的洗了一下手，就发现手表里面全是水雾，找平台客服每次都是回复等待商家回复！申请退款说是已经收到商品超过 7 天了，其实是只收到商品 2 天，！现在一拖就是几天了，到时商家肯定又说时间几天了。

接到以上用户投诉后，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。

（八）其他平台案例

【案例一】“AC 派”商品清关久未送达 售后困难

王女士于 2019 年 11 月 28 日在深圳市海豚村信息技术有限公司旗下“AC 派”上购买了三瓶兰蔻的粉水，至今还未收到货，与客服多次沟通说在清关，还要让我再等一个月，迟迟不肯退款，我要求全额退款给我，商品我不要了，在此期间商品物流来回运输，物流一直停在 12 月 19 日，客服告知要等 7 至 15 天。后来又说清关一个月。

【案例二】“识货”商品约定时间未送达 卖家疑“砍单”

黄先生在虎扑（上海）文化传播股份有限公司旗下“识货”app 上购买了阿迪达斯篮球鞋 n3xt 13v31，售价为 1249 元人民币，运费为 14 元人民币，卖家发货不到半天，物流信息在 8 月 12 日夜间 22:02:14 时顺丰速运已收取快递，在当天 22:02:24 时显示客户取消寄件，这明显是卖家砍单，违背契约。因为商品价格等原因恶意违约并且客服未效受理。

【案例三】“美丽说”店铺保证金不退还 售后无人受理

孙先生于 2015 年在北京美丽时空网络科技有限公司旗下“美丽说”电商平台开设了一家店铺，并缴纳保证金 10000 元，但是店铺开始以来我一直没有使用过，2017 年还能正常登陆的，后来因为我在其他平台开店比较忙所以一直就没管这个美丽说的店铺了，直到现在才发现已经进不去商家后台了，平台什么时候把我店铺给关闭了我都不知道，也没通知我，打美丽说商家热线和客服热线一直都没人接，永远都在忙线中，平台没有任何其他申诉入口。

【案例四】“一淘网”下单商品无返利 售后未处理

董女士于 2019 年 12 月 12 日在阿里巴巴集团旗下“一淘网”下单购买产品，购买之前写明有返利金额。同时下单付款有四个订单，其中三个订单都有返利，这三个订单返利金额相对较小，唯独一个返利金额最大的却没有返利。联系一淘网客服反复阐述我的订单是因为使用红包而导致没有返利。因为同时付款的四个订单都使用了红包，三个有返利，一个没有返利，网站客服不能给我充足的理由来解释这次行为。这之前已经有很多次返利不到账的情况。

【案例五】“芝麻鲸选（多多返）”下单商品不予返利 售后困难

廖女士 11 月 12 日早上 7:23 和 7:35 分别在广州多多返网络科技有限公司旗下“芝麻鲸选-多多返”通过淘宝下单，但都跟不到单，不能返利，因为之前他们软件已经有过一次这种行为了，直到我威胁要投诉消协，他们才恢复了我的订单，这次又跟不到单了，我试着用其他返利软件再去下单，很快就跟到单了，说明是他们软件故意的行为。

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，专注于泛电商的消费权益维护，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。



“电诉宝”（电子商务消费纠纷调解平台；315.100EC.CN）运行近十年来，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，已连续第九年发布，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。



电诉宝
电商消费纠纷调解平台
网购维权直通车

首页 | 维权 | 曝光 | 法律 | 法规库

投诉案例 曝光台 案例解读 法律求助 电商预警 电商评级 微信投诉 微博爆料 产品检测

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、苏宁 网址 店铺或商品网址 订单号* 输入订单号 涉及金额

（二）关于网经社

网经社公司是中国电商行业的“Bloomberg”。运营网经社 www100EC.cn(电商门户)、电子商务研究中心(智库)、电数宝(DT)、电融宝(FA)、电诉宝(315)等子平台，面向电商提供媒体/智库/平台三大系列、20 余项专业产品服务。



网经社网站（100EC.CN）旗下拥有 100 多个电商细分频道、平台、分站，365 天/12 小时滚动发布国内外电商资讯，为全国电商用户提供全面、及时、专业的资讯，是国内首屈一指的电商门户入口。

公司总部位于杭州，系国内唯一拥有 A 股上市公司背景的服务电商产业链的第三方媒体、智库和平台，母公司在全国拥有 30 个分支机构，员工 1000 余人，市值近百亿，实力雄厚，是我国电商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，服务客户除覆盖各大电商上市公司、独角兽等“头部平台”和创业者外，还包括国家和各地政府部门，有口皆碑。



数据墙：

平均每天有 50-100 万人/次（PV），访问我们网经社电商门户网站

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 50 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、演讲的各类电商论坛、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+家中小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

(三) 2019-2020 年度网经社电子商务研究中心报告发布计划【电商行业类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《2019 年全球电子商务数据报告》	√			
《2019 年度中国电子商务市场监测数据报告》	√	√		
《2019 年度中国电商人才状况调查数据报告》	√			
《2019 年度中国电商上市公司数据报告》	√			
《2019 年新上市 17 家电商公司数据报告》	√			
《2019 年度中国新三板挂牌电商公司数据报告》	√	√		
《2019 年度中国泛电商“独角兽”数据报告》	√	√		
《2019 年度中国泛电商“千里马”数据报告》	√	√		
《2019 年度中国电商百强数据报告》	√	√		
《2020 年 AppStore 中国互联网下载量数据报告》				√
《2020 中国互联网(电商)行业战“疫”成果报告》	临时			
《2020 中国互联网(电商)行业战“疫”政策报告》	临时			
《2020 中国互联网(电商)行业战“疫”分析报告》	临时			

【零售电商类】

报告名称	年度	半年	季度	月度
------	----	----	----	----

		度		
《2019 年度中国零售电商市场监测数据报告》	√	√		
《2019 年度中国社交电商发展报告》	√			
《2019 年度中国二手电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国农村电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国生鲜电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国汽车电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国医药电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国导购电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国二手车电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国社区团购市场数据报告》	√			
《2019 年度中国家电电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国美妆电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国奢侈品电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国母婴电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国食品电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国家居建材电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国服装电商市场数据报告》	√			
《2020 年“618”电商消费评级数据报告》	√			
《2020 年“双 11”电商消费评级数据报告》	√			

【跨境电商类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《2019 年度中国跨境电商市场监测数据报告》	√	√		
《2019 年度中国出口跨境电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国进口跨境电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国跨境电商服务商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国跨境支付市场数据报告》	√			

《2019 年度中国跨境物流市场数据报告》	√			
-----------------------	---	--	--	--

【生活服务电商类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《2019 年度中国生活服务电商市场监测数据报告》	√	√		
《2019 年度中国在线旅游（OTA）市场数据报告》	√			
《2019 年度中国在线教育市场数据报告》	√			
《2019 年度共享经济市场数据报告》	√			
《2019 年度共享单车市场数据报告》	√			
《2019 年度共享住宿市场数据报告》	√			
《2019 年度网约车市场数据报告》	√			
《2019 年度共享办公市场数据报告》	√			
《2019 年度共享充电宝市场数据报告》	√			
《2019 年度共享汽车市场数据报告》	√			
《2019 年度在线外卖市场数据报告》	√			
《2019 年度互联网家装市场数据报告》	√			
《2019 年度互联网医疗市场数据报告》	√			

【产业电商类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《2019 年度中国产业电商市场数据报告》	√	√		
《2019 年度中国大宗电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国企业采购电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国工业品电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国快消品 B2B 市场数据报告》	√			
《2019 年度中国钢铁电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国塑化电商市场数据报告》	√			

【电商物流类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《2019 年度中国电商物流市场数据报告》	√			
《2019 年度中国即时物流市场数据报告》	√			
《2019 年度中国同城货运市场数据报告》	√			
《2019 年度中国同城配送市场数据报告》	√			
《2019 年度中国智慧物流市场数据报告》	√			
《2019 年度中国冷链物流市场数据报告》	√			

【投融资类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《2019 年度中国电子商务投融资市场数据报告》	√	√	√	√
《2019 年度中国生鲜电商行业融资数据报告》	√			
《2019 年度中国二手电商行业融资数据报告》	√			
《2019 年度中国汽车电商行业融资数据报告》	√			
《2019 年度中国社交电商行业融资数据报告》	√			
《2019 年度中国交通出行行业融资数据报告》	√			
《2019 年度中国在线教育行业融资数据报告》	√			
《2019 年度中国在线旅游行业融资数据报告》	√			
《2010-2019 年度 BATJ 电商领域投资数据报告》	√			

【电商权益类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《2019 年度中国电子商务用户体验与投诉监测报告》	√	√	√	√
《2019 年度十大电商行业消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国社交电商合规报告》	√			

《2019 年度中国电子商务法律报告》	√			
《2019 年度中国电商平台消费评级数据报告》	√			
《2019 年度中国电商消费主题调查报告》	√			
《2019 年度中国跨境电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《2019 年度中国二手车电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国二手电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《2019 年度中国生鲜电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《2019 年度中国社交电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《2019 年度中国在线旅游消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《2019 年度中国在线外卖消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《2019 年度中国在线教育消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国电商物流消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国海淘转运消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国品牌电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国二手潮鞋交易平台消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国母婴电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国运动健康电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国交通出行消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国导购类电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国分期电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国在线票务消费投诉数据与典型案例报告》	√			

• **报告准则：**坚持客观性、全面性、权威性、专业性基础上，兼顾商业性，力求传播广泛性、各项效果超预期。

• **调研方法：**平台调研、平台评测、“神秘买家”抽查、供应商与合作伙伴调研、用户调查、政策研究、专家访谈、桌面研究、律师审查等。

• **数据来源：**一手调研数据、中心历史数据库、行业公开数据，以及中心合作伙伴、政府部门、科研机构、咨询公司、第三方数据监测工具、相关指数、中心采购数据等等。

• **发布渠道：**（1）网经社 www.100ec.cn 电商门户网站及《电商周刊》EDM 订阅用户（覆盖数百万电商行业用户）；（2）网经社入驻自媒体平台（覆盖数千万电商相关群体）；（3）3000+实名认证的记者库媒体采用（覆盖数亿级电商用户受众）。

• **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《2019 年度中国导购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：2020 年 5 月 25 日

官方公众号 ID :i100EC

(30 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)

(12 年沉淀 10 万+条数据 覆盖 4000+电商)



电诉宝 (315.100EC.CN)

(我要投诉)

