

2019年度 中国海淘转运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3月27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.....	4
一、行业数据.....	5
（一）营收规模.....	5
（二）人员规模.....	5
（三）融资数据.....	6
二、行业调查.....	8
【乱象一】商品丢件 理赔困难.....	9
【乱象二】商品久未清关 缘由引人怀疑.....	9
【乱象三】商品久未发货 物流时效遭质疑.....	9
【乱象四】商品合箱遭拒 余额无法提现.....	10
【乱象五】商品货不对板 “证据”难寻.....	10
【乱象六】货物损坏 赔偿让人寒心.....	11
三、投诉数据.....	11
【典型案例一】“海带宝”.....	12
【典型案例二】“斑马物联网”.....	17
【典型案例三】“中邮海外购”.....	21
【典型案例四】“59 转运”.....	24
【典型案例五】“U2C 转运”.....	28
【典型案例六】“转运四方”.....	33

【典型案例其他】快鸟转运 风行全球送 天马迅达 蜂鸟转运 闪购转运 八达网	38
---	----

四、关于我们..... 40

（一）关于“电诉宝”	40
------------------	----

（二）关于网经社.....	41
---------------	----

（三）2019-2020 年度网经社电子商务研究中心报告发布计划.....	43
---------------------------------------	----

前 言

3月27日，依据国内唯一电商专业消费调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）2019年度受理的全国**980家**电商平台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年度中国海淘转运消费投诉数据与典型案例报告》。

全年涉及投诉的海淘转运有**海带宝、转运四方、斑马物联网、快鸟转运、U2C转运**，风行全球送、天马迅达，**59转运、蜂鸟转运、闪购转运、八达网转运**等。其中，6家海淘转运入选《2019年全国电子商务TOP190消费评级榜》，分别是：**海带宝**获“建议下单”评级，**59转运、U2C转运、斑马物联网、转运四方、中邮海外购**均获“不建议下单”评级。

据“电诉宝”用户投诉大数据显示，在海淘转运过程中，消费者一般会遇到**商品丢件、商品损坏、货不对板、清关时间长、久不配送、收费不合理、理赔困难、余额无法提现、售后服务差**等问题。

网经社电子商务研究中心法律权益部分析师蒙慧欣提醒广大用户，下单前仔细了解发货模式，对于价值高的商品尽量选择保税进口、直邮等安全性高的物流模式，由于漂洋过海，快递务必“先验货再签收”，遇到商品破损、腐烂、货不对板情况，可拒收快件。

消费者要了解不同的国际物流平台，对寄送商品的审核、流程、时间上都存在差异，消费者跨境网购，要看清物流模式再选择物流平台。由于国际物流运输繁琐、时间长等因素经常出现物件丢失的现象，为了确保运输过程中对物件有所保障，消费者可以选择购买运输保价服务。若选择了此服务，物流快递公司根据具体的实际情况对消费者丢件理应承担起赔付的责任。

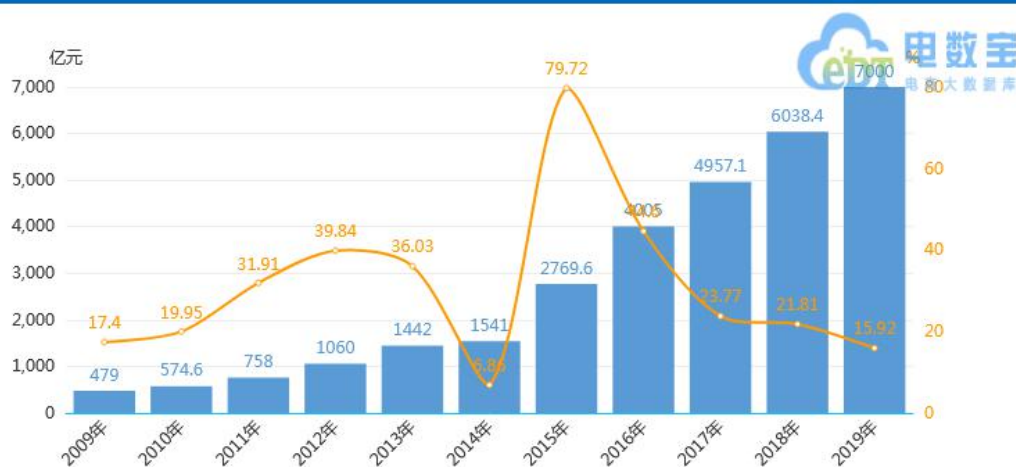
此外，此外，据网经社“电数宝”电商大数据库（DATA.100EC.CN）监测显示，2019年电商物流行业营收规模为7000亿元，同比2018年增长15.92%。间接从业人员规模为600万人，同比2018年增长18.31%。2019年物流科技共发生66起融资事件，融资总额达568.66亿元人民币，融资事件同比下降21.43%，金额同比下降13.98%。

一、行业数据

（一）营收规模

据网经社“电数宝”电商大数据数据库监测显示，2019年电商物流行业营收规模为7000亿元，较2018年的6038.4亿元，同比增长15.92%。

电商物流行业营收规模及其增长率数据图



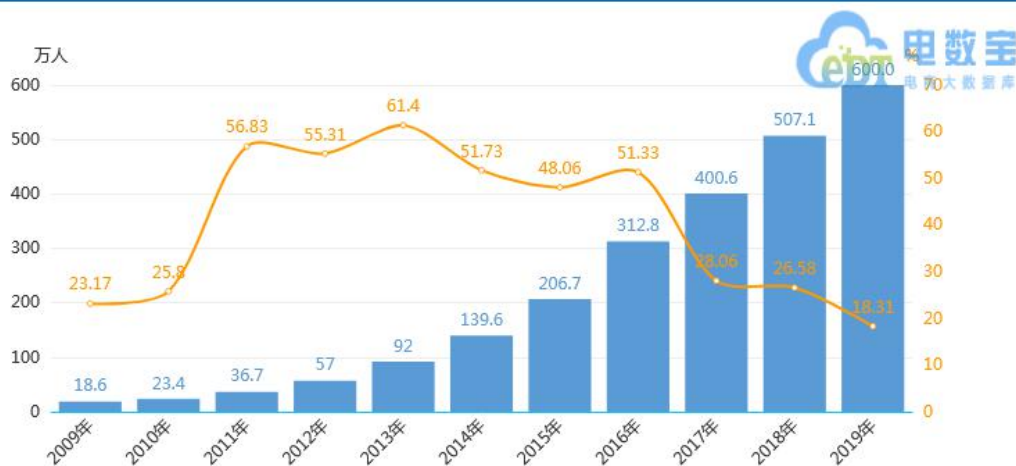
图表编制：网经社

数据来源：WWW.100EC.CN

（二）人员规模

据网经社“电数宝”电商大数据数据库监测显示，2019年电商物流行业间接从业人员规模为600万人，较2018年507.1万人，同比增长18.31%。

电商物流行业间接从业人员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

2019 年物流科技行业迎来发展的同时似乎陷入“价格战”困局，远成、全峰、国通等二线企业纷纷宣告破产，品骏“卖身”顺丰退出游戏。另一方面，中通、韵达的先后破“百亿”昭示着我国物流行业迎来了一个新时代。

据网经社“电数宝”电商大数据库监测显示，2019 年物流科技共发生 66 起融资事件，融资总额达 568.66 亿元人民币。融资事件同比下降 21.43%，金额同比下降 13.98%。

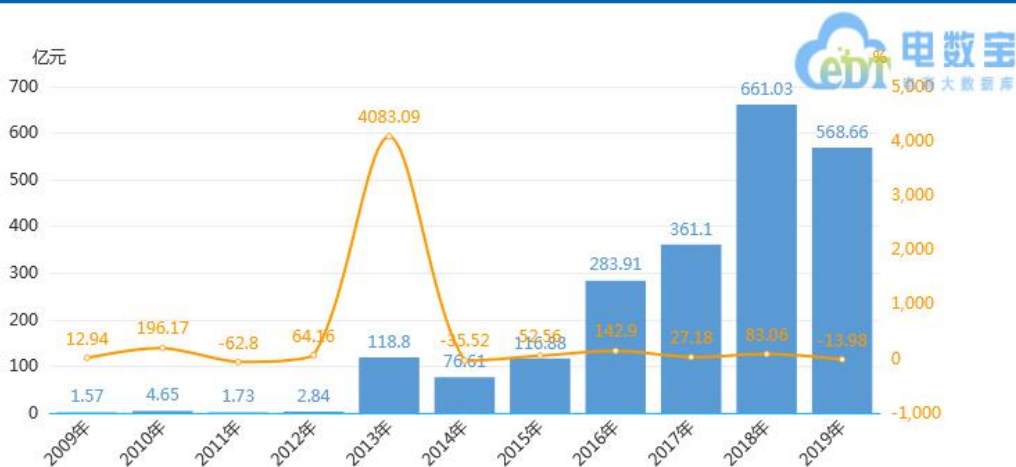
电商物流行业融资事件数量及其增长率数据图



图表编制：网经社

数据来源：WWW.100EC.CN

电商物流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：优速快递（获数亿人民币）、聚盟（获亿级人民币 Pre-轮）、壹米滴答（获 18 亿人民币 D 轮）、行深智能（数千万人民币 A 轮）、优速快递（获数亿人民币）、灰度环保（获 1 亿人民币 A 轮）、准时达（获 24 亿人民币 A 轮）、亿家速配（获 300 万人民币天使轮）、云去哪（获数千万美元 B2 轮）、货拉拉（获 3 亿美元 D 轮）、运个货（获数千万人民币 Pre-A 轮）、申通快递（获 46.6 亿人民币战略投资）、唯捷城配（获数千万人民币战略投资）、小斑马货栈（获 3700 万人民币 A 轮）、炬星科技（获数千万人民

币 Pre-轮)、鸭嘴兽(获数千万人民币 A1 轮)、物联亿达(获 5000 万人民币 A 轮)、晶链通(获亿级人民币 A 轮)、新石器(获亿级人民币 A 轮)、闪电仓(获数千万人民币 Pre-A 轮)鸭嘴兽(获千万人民币 A2 轮)、运去哪(获 7000 万美元 C 轮)、普拉托(获数千万人民币 A 轮)、去那存(获数百万人民币天使轮)、利丰物流(获 3 亿美元战略投资)、鸭嘴兽(获数千万人民币 B1 轮)、壹米滴答(获 80 亿人民币战略投资)、车满满(7000 万人民币战略投资)、快先森(获数千万人民币 Pre-A 轮)、申通快递(获 99.82 亿人民币战略投资)、运个货(获亿级人民币 A 轮)、智租出行(获 1 亿人民币 A 轮)、箱箱共用(获亿级人民币 C 轮)、聚盟(获亿级人民币 A 轮)、蓝店(获数千万人民币 A1 轮)、雅澳供应链(获数千万人民币 A 轮)、开始送(获数百万人民币天使轮)、运匠科技(获 5000 万人民币 A 轮)、大掌柜物流(获数千万人民币 A 轮)、中交兴路(获亿级人民币 B 轮)、菜鸟网络(获 233 亿人民币战略投资)、天鲜配(获 1.5 亿人民币战略投资)、商桥物流(获近亿人民币 A2 轮)、买条活鲜(获数百万人民币天使轮)、天鲜配(获亿级人民币战略投资)、卡力互联(获亿级人民币 A 轮)、撬动科技(获数千万人民币 Pre-A 轮)、讯轻科技(获数百万美元 A 轮)、神驼物流(获 1000 万人民币天使轮)、大掌柜(获亿级人民币 B 轮)、快近数据(获数千万人民币 B 轮)、华供跑车物流 Pre-A 轮、易友通 A1 轮、增益冷链 A 轮、晶链通战略投资、运匠科技 A 轮、速邮汇 A 轮、智租出行 Pre-A 轮、壹战 Pre-A 轮、九曳供应链 C1 轮、纸箱哥获战略投资、贯通云网获 C 轮、盘转天下获战略投资、牧星智能获 A 轮、卡行天下获战略投资以及餐北斗。

二、行业调查

随着跨境电商交易规模的不断攀升，**跨境商品真假难辨、流通信息不透明、物流慢、退换货困难**等一系列问题也困扰着消费者，也是跨境电商平台在提升用户体验方面必须跨越的门槛。

此外，海淘转运商品因运输路程较长、转手较多，因此丢件、商品损坏时有发生，成为物流快递领域的投诉“重灾区”。据“电诉宝”数据表明，2019 年海淘转运涉及投诉的平台有**海带宝、转运四方、斑马物联网、快鸟转运、U2C 转运，风行全球送、天马迅达，59 转运、蜂鸟转运、闪购转运、八达网转运**等平台。在海淘转运过程中，消费者一般会遇到**商品丢件、商品损坏、货不对板、清关时间长、久不配送、收费不合理、理赔困难、余额无法提现、售后服务差**等问题。

【乱象一】商品丢件 理赔困难

由于国际物流运输繁琐、时间长等因素经常出现物件丢失的现象，而在未购买保价服务的情况下，售后“理赔”可谓是难上加难。

据电诉宝用户投诉案例库显示，田女士于 2018 年在“斑马物联网”提交转运服务，并购买 300 美金运输保价服务。之后，斑马物联通过 FEDEX 寄送田女士的物件，但并未购买保险，导致 FEDEX 选择不需要签名的服务，将包裹都扔在门外，也未有任何短信电话因此包裹丢失弄丢。田女士根据条款，向斑马物联网提出索赔，斑马物联网以 FEDEX 确认已于 2018 年 11 月 9 日派送签收而拒绝理赔。FEDEX 明确此包裹无需签名，所以包裹只被派送而无签收。

【乱象二】商品久未清关 缘由引人怀疑

入境时海关的清关，检查是导致物流配送周期长的一大痛点，而在海淘转运过程中清关时间长的问题也成为消费者投诉热点。

据电诉宝用户投诉案例库显示，俞女士在网上海淘雅诗兰黛，显示 2018 年 11 月 29 日入库海带宝俄勒冈仓库，2018 年 11 月 30 日起运，货物批次号为 USA1774。2018 年 12 月 6 日到达清关口岸，之后石沉大海，再无消息。俞女士表示在 2019 年 1 月底与 2 月底联系过海带宝客服，给出的回复是包裹还在查验，未退运。俞女士认为该包裹走的是包税渠道，严重怀疑因海带宝未履行缴税义务而导致包裹迟迟没有下落。海带宝对此表示已处理。

【乱象三】商品久未发货 物流时效遭质疑

配送周期长是跨境进口电商的一大痛点，一般消费者购买跨境商品由于是国外商品，发货地点在境外，再加上入境时海关的清关、检查，还可能会再次延长物流时间。

据电诉宝台用户投诉案例库显示，彭先生 3 月份海外购买“NIKE”鞋子一双，选用“转运四方”清关服务转运回国，商品于 3 月 12 日商品就到达“转运四方”波特兰仓库，在查验无误后，完成付款。但是直至 4 月 28 日商品仍未出库转运，在此期间多次尝试与该公司进行联系，但该公司没有设任何客服，只有网上工单售后，且客服只回复套话，并没有处理问题，多次沟通投诉无果。

【乱象四】商品合箱遭拒 余额无法提现

海淘商品在运输的过程中,在商品出现问题时消费这在售后的过程中往往会遇到退换货难,余额无法提现的问题。

据电诉宝用户投诉案例库显示,胡女士在“finish”平台买的鞋子和衣服于6月7日到达“海带宝”转运公司。但是首重的包裹被“海带宝”的条约强制性不允许合箱。胡女士怀疑是“海带宝”的霸王条款,因在使用“海带宝”的时候没看到任何关于美国仓库暂停合箱的公告。现在陆续几个包裹都到了,胡女士表示对无法合箱很气愤。而且海带宝的余额无法提现,只能继续使用。

对此,“海带宝”表示客服已电话联系胡女士沟通处理,因口岸严查,为了提升转运时效,部分美国和日本仓库衣服、鞋子类商品入库后我司是直接发往清关口岸的,部分包裹暂不支持合箱的,胡女士表示异议。

【乱象五】商品货不对板 “证据”难寻

海淘商品不管是从发货还是到出货都有很长的时间需要等待,路途的遥远使海淘商品比国内网购有更多风险。如果是转运公司送货,那就意味着商品在经过几次转手,其丢件少件的可能性就会更大了。

据电诉宝用户投诉案例库显示,宇女士于2019年4月9日委托“U2C转运公司”转运3个快递货物。货品分别为化妆品四件(喷雾、眼部打底、唇膏、高光替换装)、化妆品一件(高光正装)、化妆品一件(腮红替换装)共计六件商品,U2C公司在出库时未反应货物不全或宇女士上交申报的内容不符合实情,默认六件商品全部在库。但快递运到国内时箱内仅含第一个包裹的商品,即化妆品四件。联系客服等待5个半小时后告知需要凭包裹在库照片(仅能通过公司收费服务项目)和完整开箱视频才能检查仓库。问题在于包裹在库照片仅能通过该公司收费项目获取,该公司也并未提前提示每次收货必须有完整开箱视频。如果不能提供两样证据不能检查。

对此,“U2C转运”表示核实了一下宇女士的订单没有完整开箱视频证明确实未收到。经公司调查,该订单入库重量0.9磅,出库重量为1磅,出入库重量吻合,按照出库重量看,三个包裹已经全部合箱邮寄给宇女士。

【乱象六】货物损坏 赔偿让人寒心

在运输途中，除了快递公司的暴力分拣原因，由于意外事故导致包裹内容物破损也是消费者投诉的主要内容之一。

王女士通过“华美转运”转运商品，而华美转运在承担从国外官网购买物件的转运服务后并没有履行好其责任，使得王女士的物件在杭州被烧毁。一再投诉之下并提供购买物件的相关资料之后，华美转运委托的第三方圆通速递赔偿给“华美转运”每单 2000 元人民币（烧毁的快件一共为两件）。但是“华美转运”只赔偿给王女士 197.12 美元（二单快递合计）。

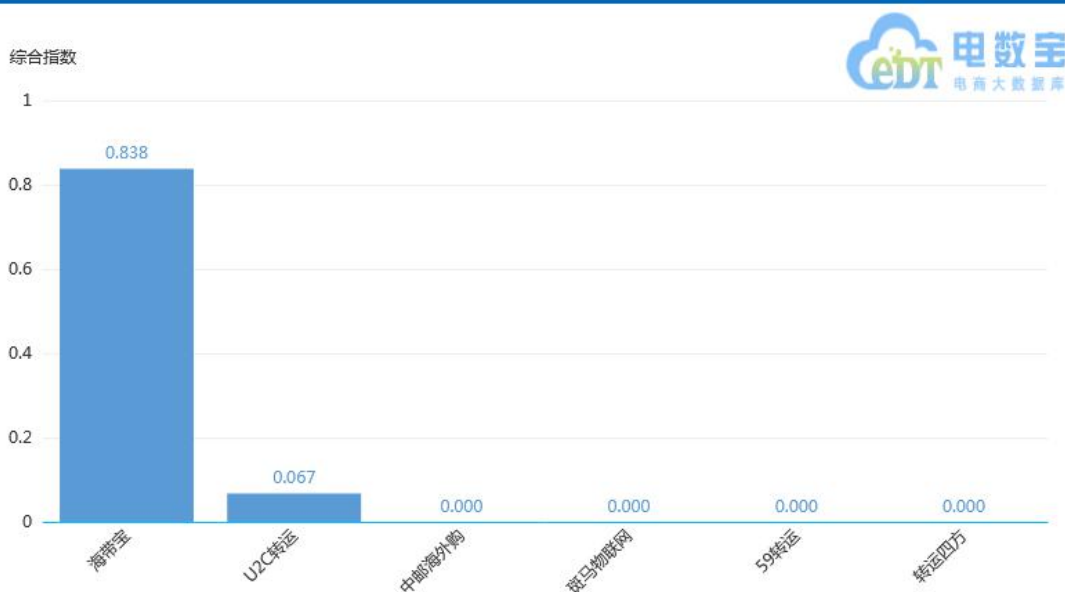
针对海淘转运中出现的丢件难赔付问题，网经社电子商务研究中心法律权益部分分析师姚建芳表示，海淘转运过程涉及货运、航空、清关、国内快递等多个环节，当订单数量较多时，个别丢件的情况是无法避免的。事实上，一般的转运公司都是通过购买运险来保障转运的过程中丢损件的赔付，一旦出现丢损件情况就会出现转运公司和保险公司相互推脱的情况，需要消费者提交各种证明，赔付周期少则两个月，多则三四个月。因此消费者在选择转运公司的时候，尽量应该选择服务更全面，比如可以在丢件的情况下提供先行全额赔付的转运公司。

网经社电子商务研究中心法律权益部分分析师蒙慧欣也曾表示，由于国际物流运输繁琐、时间长等因素经常出现物件丢失的现象，因此，为了确保运输过程中对物件有所保障，消费者会选择购买运输保价服务。那么，在消费者购买该项的服务情况下，物流快递公司根据具体的实际情况对消费者丢件理应承担起赔付的责任。在案件中，还涉及到是否确认本人签收的问题，一般而言，快递公司应当确认将包裹交付本人确认签收，但在当下，大部分快递公司为了确保实效，处于种种原因将快递放置与寄存点、代收点等位置，也因此发生物件丢失的现象，这也是今后物流快递公司急需解决的一大配送痛点。

三、投诉数据

3 月 12 日，网经社电子商务研究中心发布了《2019 年度中国电商平台消费评级数据报告》，报告公布了《2019 年全国电子商务 TOP190 消费评级榜》，并披露了从 980 家被投诉电商中选取 164 家“规上”平台的年度评级数据和部分典型案例，其中，海淘转运共 6 家电商平台入选，包括：海带宝、U2C 转运、中邮海外购、斑马物联网、59 转运、转运四方。

2019年全国海淘转运消费评级指数对比



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

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”数据显示，海带宝获“建议下单”评级，U2C 转运、中邮海外购斑马物联网、59 转运、转运四方均获“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 年度投诉海淘转运的用户主要集中地依次为上海市、北京市、江苏省。金额集中依次在 0-100 元区间、100-500 元区间、1000-5000 元区间。

此外，据国内唯一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，而物流问题是海淘转运平台的消费投诉的主要问题。

【典型案例一】“海带宝”

年度投诉数据

据“电数宝”显示，2019 年度“海带宝”共获得 20 次消费评级，16 次获“建议下单”评级，4 次获“谨慎下单”评级。综合评定，2019 年“海带宝”获“建议下单”评级。

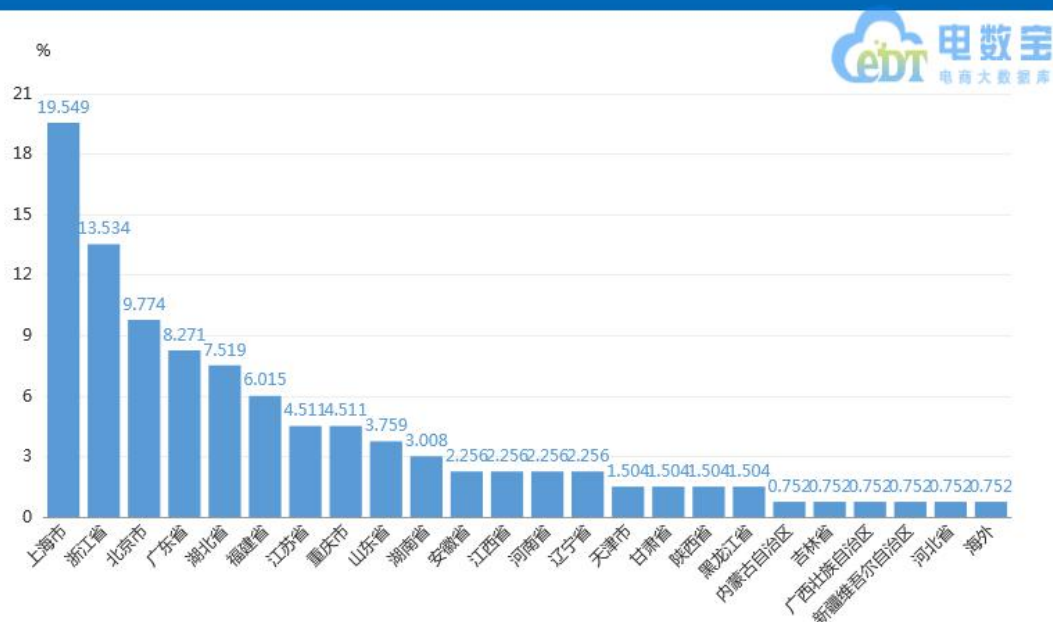
2019年海带宝消费评级数据						
年份	时间段	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
2019年	全年	96.99%	0.875	3.750	0.838	建议下单
2019年	第四季度	93.75%	0.812	6.000	0.843	建议下单
2019年	双11	66.67%	0.667	2.000	0.593	谨慎下单
2019年	12月	71.43%	0.600	0.000	0.537	谨慎下单
2019年	11月	100.00%	0.600	0.000	0.680	谨慎下单
2019年	10月	100.00%	0.886	2.000	0.826	建议下单
2019年	第三季度	100.00%	0.851	4.667	0.862	建议下单
2019年	9月	100.00%	0.857	2.000	0.817	建议下单
2019年	8月	90.00%	0.760	2.000	0.738	谨慎下单
2019年	7月	80.00%	0.733	10.000	0.820	建议下单
2019年	上半年	92.31%	0.874	3.143	0.804	建议下单
2019年	第二季度	90.32%	0.871	2.667	0.785	建议下单
2019年	618	85.71%	0.857	10.000	0.886	建议下单
2019年	6月	80.00%	0.800	10.000	0.840	建议下单
2019年	5月	87.50%	0.875	2.000	0.760	建议下单
2019年	4月	92.31%	0.923	2.000	0.798	建议下单
2019年	第一季度	95.74%	0.877	3.455	0.827	建议下单
2019年	3月	95.83%	0.875	2.000	0.802	建议下单
2019年	2月	90.00%	0.760	6.000	0.808	建议下单
2019年	1月	100.00%	0.969	4.667	0.897	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“海带宝”的用户主要集中地排名前十的依次为上海市、浙江省、北京市、广东省、湖北省、福建省、江苏省、重庆市、山东省、湖南省。

海带宝2019年全年投诉者地区占比图



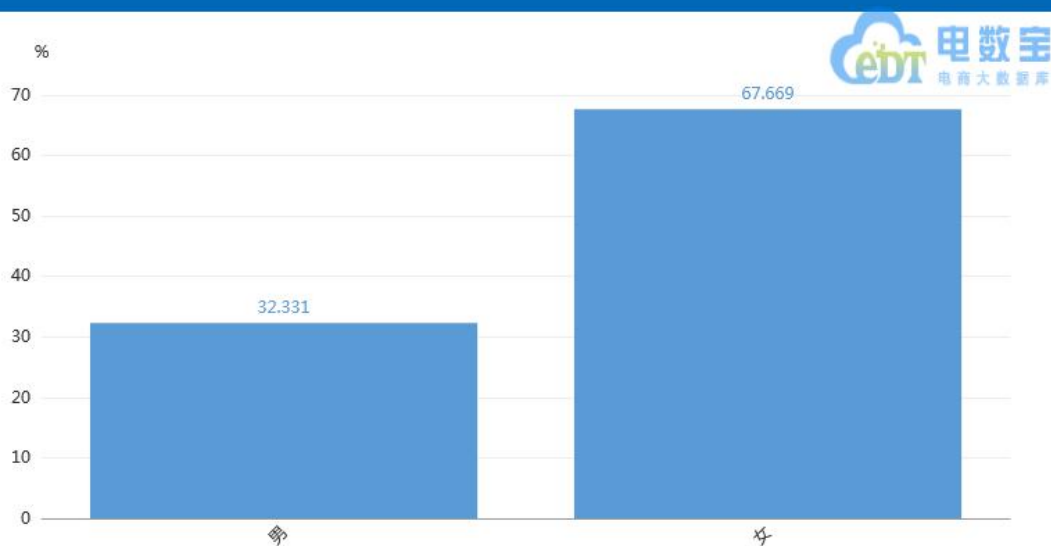
图表编制：电数宝

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“海带宝”的用户中，男性占比 32.331%，女性占比 67.669%。另外，用户投诉“海带宝”的消费金额在 1000-5000 元区间和 100-500 元区间的占比较多，分别为 35.338%、21.805%。

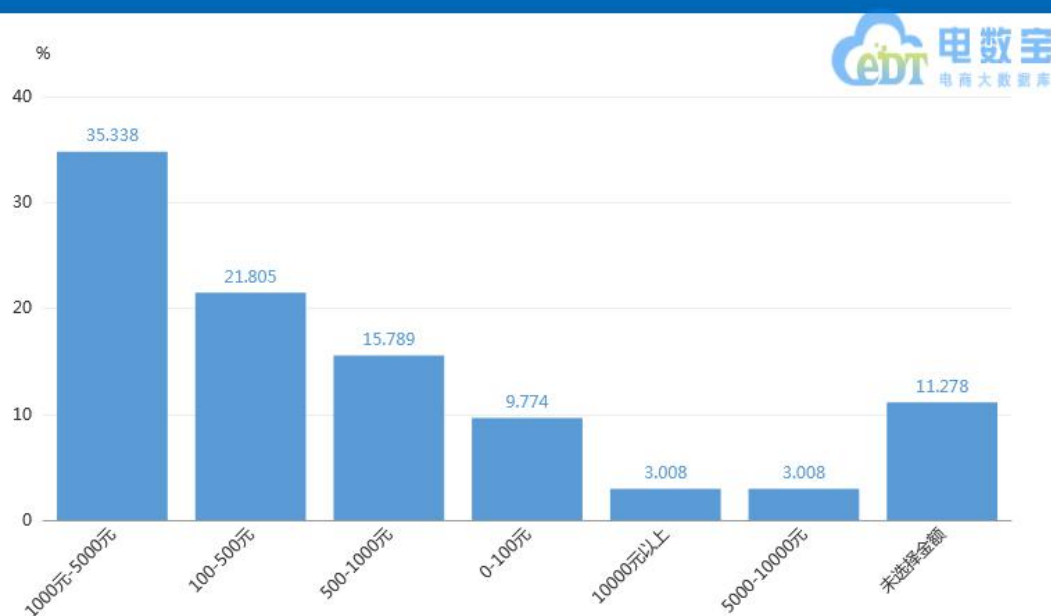
海带宝2019年全年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

海带宝2019年全年投诉金额占比图



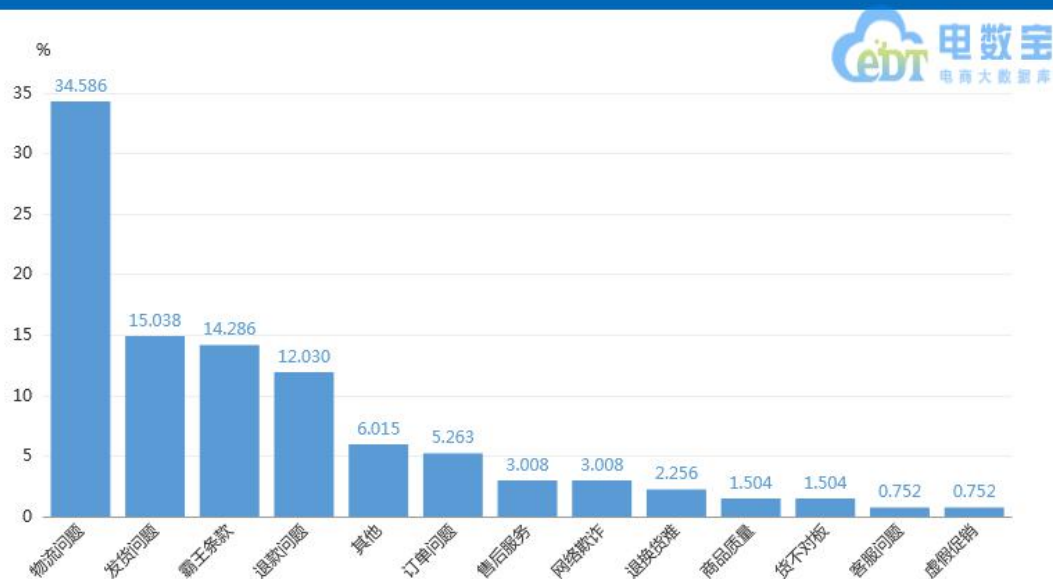
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

典型案例披露

此外，据国内唯一电商专业消费调解平台“电诉宝”受理用户维权案例显示，“海带宝”存在物流问题、发货问题、霸王条款等问题。

海带宝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】“海带宝”商品无物流信息 理赔久未处理 回复：已处理

刘先生于7月4日在美国 ebay 购买商品，邮寄“海带宝”美国地址，订单号为 XJ201907162800416。海带宝官网显示7月16日仓库已签收，因商品问题提前在仓库进行退货申报，并与客服确认商品将在3个工作日内进行退货处理，但仓库未进行退货，导致商品退货失败；联系客服说转寄香港，但迟迟查询不到物流动态，期间反反复复与海带宝确认商品物流情况，客服回复是仓库正在确认，经过三个月漫长的等待，海带宝答应赔偿商品价值，但目前海带宝内部理赔流程已走1个多月，迟迟未收到理赔款项。对此，“海带宝”发来反馈称：核实到刘先生反馈的包裹我司已登记赔付到刘先生的海带宝余额中，余额刘先生申请提现就可以了。

【案例二】运费由88元变176元 “海带宝”合箱遭拒是否合理？已回复

朱女士2019年7月在“美网”买了几件衣服和鞋子商家发货到海带宝仓库。但是由于商家把商品分开发货，海带宝不支持合箱，不合理收费，原本只需要花88元的运费，现在要花176元。朱女士联系客服也不能补偿运费，认为其太霸王条款。关于专业版超过一个月不到的包裹，承诺的时效性赔付也无法履行。对此，“海带宝”发来反馈称：针对朱先生所反馈的合箱的问题，在海中转运官网页面有明确说明，所有线路暂没有合箱服务。

【典型案例二】“斑马物联网”

年度投诉数据

据“电数宝”显示，2019年度“斑马物联网”共获得17次消费评级，均获“不建议下单”评级，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。综合评定，2019年“斑马物联网”获“不建议下单”评级。

2019年斑马物联网消费评级数据						
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	双11	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	11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	4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
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

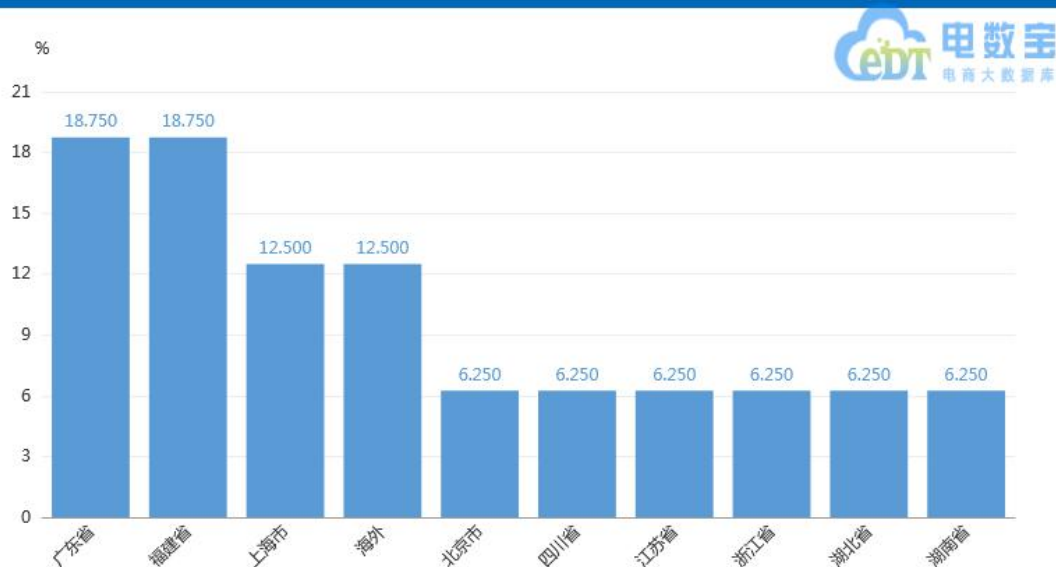
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉地区分布

据“电数宝”显示，2019年度投诉“斑马物联网”的用户主要集中地为广东省、福建省、上海市、海外、北京市、四川省、江苏省、浙江省、湖北省、湖南省。

斑马物联网2019年全年投诉者地区占比图



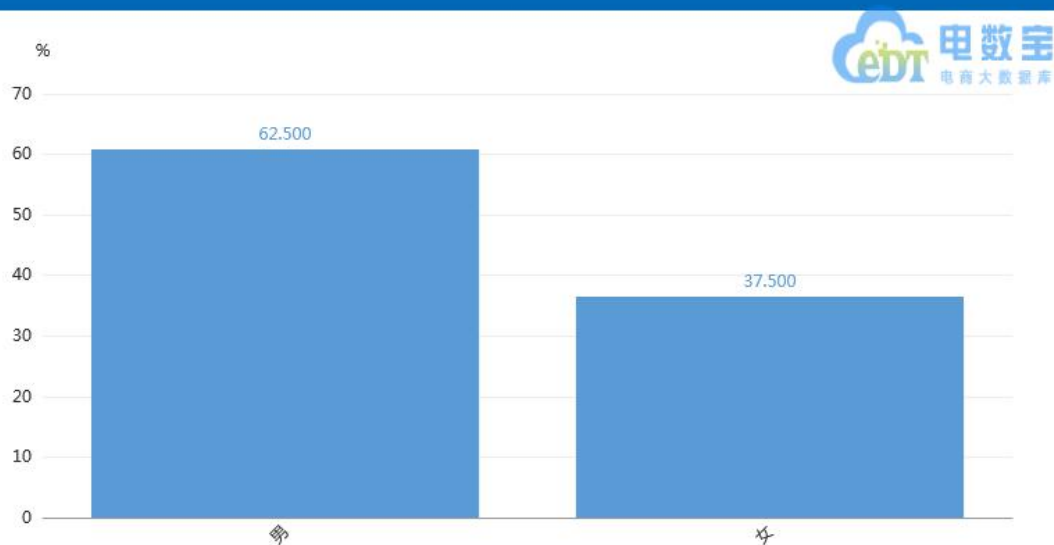
图表编制：电数宝

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“斑马物联网”的用户中男性的占比为 62.500%、女性的占比为 37.500%。另外，用户投诉“斑马物联网”的消费金额集中在 10000 元以上、1000-5000 元区间，占比分别为 43.750%、18.750%。

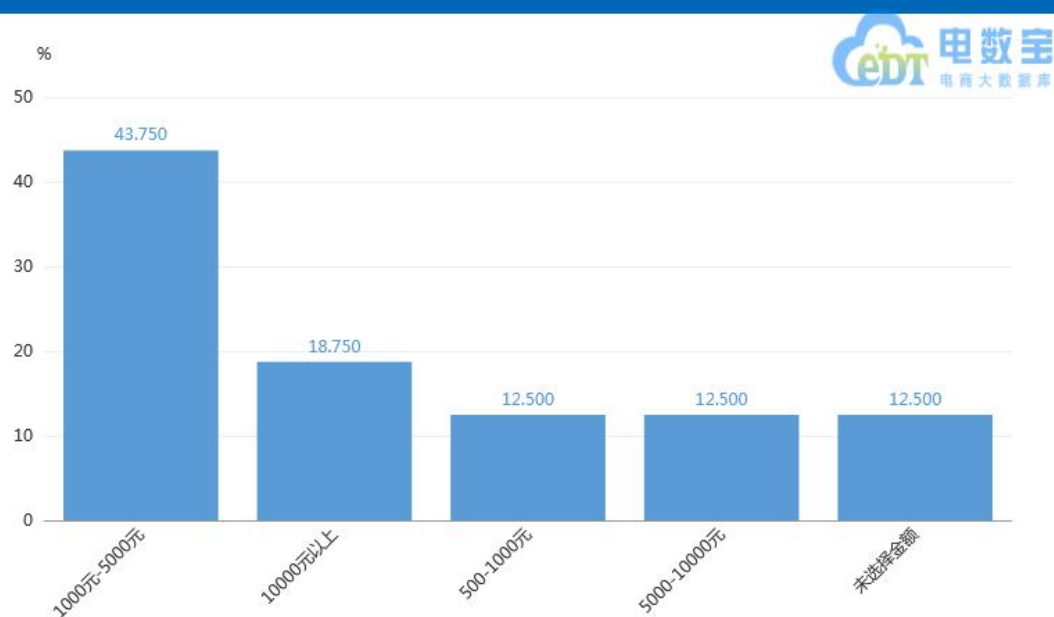
斑马物联网2019年全年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

斑马物联网2019年全年投诉金额占比图



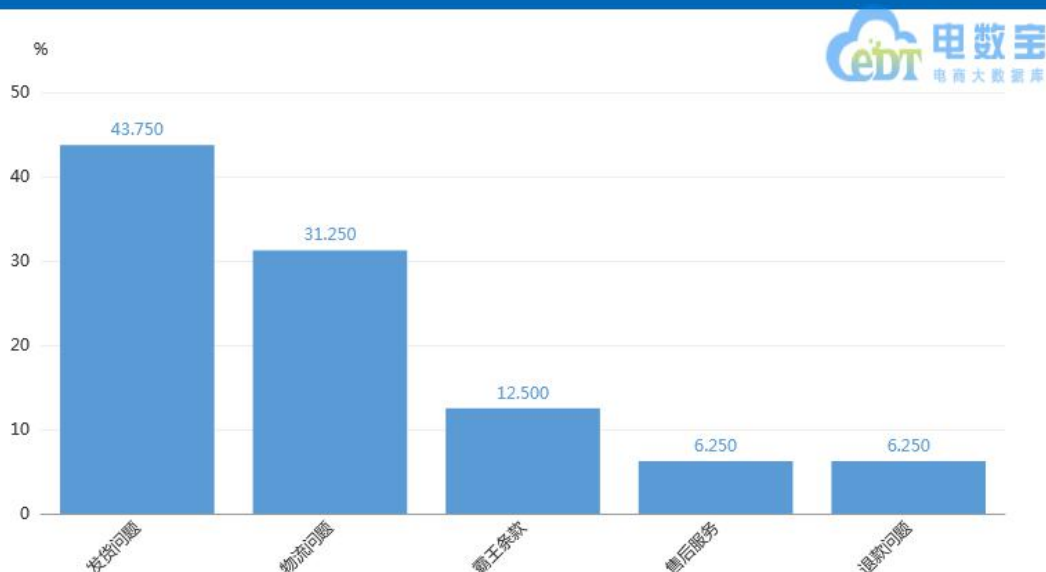
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

典型案例披露

此外，据国内唯一电商专业消费调解平台“电诉宝”受理用户维权案例显示，“斑马物联网”存发货问题、物流问题、售后服务、退款问题等问题。

斑马物联网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】“斑马物联网”商品久未入库 售后无人受理

罗先生于2019年11月31日在美国亚马逊购入一些货品（阅读器和耳机）自用，金额大约1500元左右并且通过“斑马物联网”转运，订单号为111-5064802-6131441。本人通过上网查询“斑马物联网”可以提供相应的转运服务，于是安排斑马转运并提交预报入库，亚马逊昨天12月3日（美国时间）已将物品送达，并有人签收物品，于12月4日本来一直等待斑马网站的更新与入库，准备安排转运回国，但我一直到4日晚上，还未有发现斑马物联网入库，网站上查询的客服没人，电话不通。

【案例二】“斑马物联网”商品丢件 用户售后全额理赔遭拒

毕先生从“ebay”网购得德国首相签名信带镜框一件，商品价值为350美金，运费是35美金，总共385美金。“ebay”卖家通过联邦快递运输到“斑马物联网”指定的加州仓库，并于1月21日投递完毕，入库称量重量7.95LB。毕先生表示因为运费问题差别很大，所以决定转运美国华盛顿州，“斑马物联网”于1月28日创建转运单号。毕先生在申报货物时说明：old item 1件，价值300美金，花费10余美金，可该件不知为何在中途退回了发件人“斑马物联网”加州仓库，然后邮件下落不明，未能再次入库，于是毕先生售后赔付，但“斑马物联”以未保价为由，最高赔付100美金，谢绝全额赔付。

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。

【典型案例三】“中邮海外购”

年度投诉数据

据“电数宝”显示，2019年度“中邮海外购”共获得11次消费评级，均获“不建议下单”评级，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。综合评定，2019年“中邮海外购”获“不建议下单”评级。

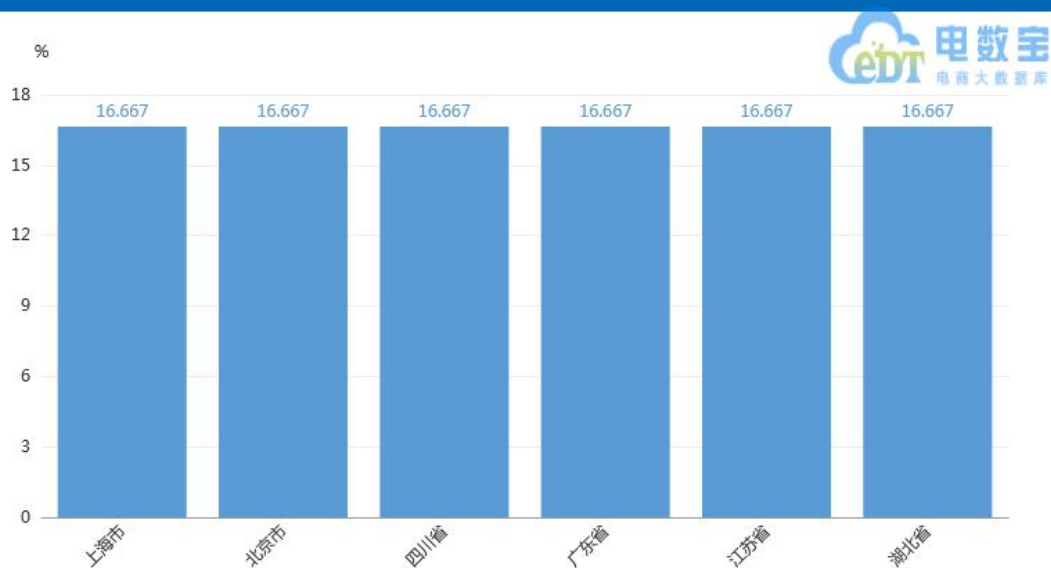
2019年中邮海外购消费评级数据						
年份	时间段	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
2019年	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	12月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	11月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	7月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019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	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	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“中邮海外购”的用户主要集中地为上海市、北京市、四川省、江苏省、湖北省。

中邮海外购2019年全年投诉者地区占比图



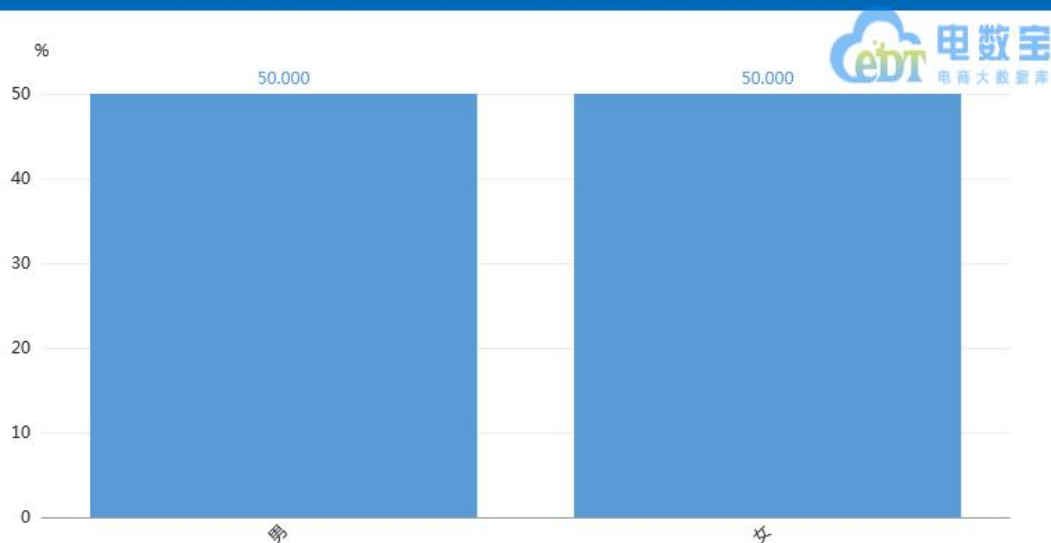
图表编制：电数宝

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“中邮海外购”的用户中男性的占比为 50.000%、女性的占比为 50.000%。另外，用户投诉“中邮海外购”的消费金额集中在 1000-5000 元区间，占比为 66.667%。

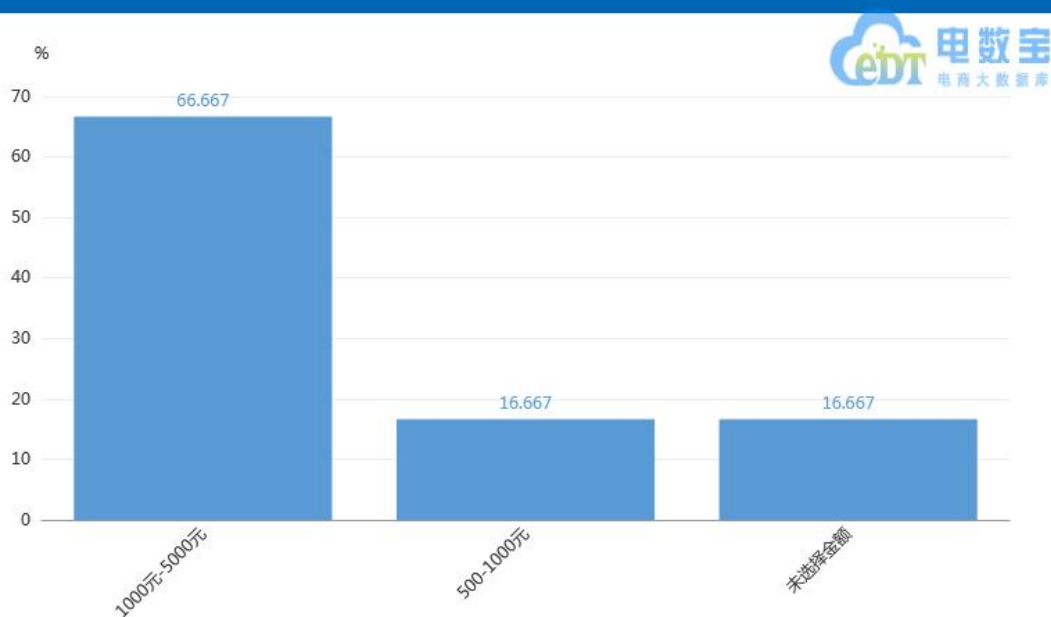
中邮海外购2019年全年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

中邮海外购2019年全年投诉金额占比图



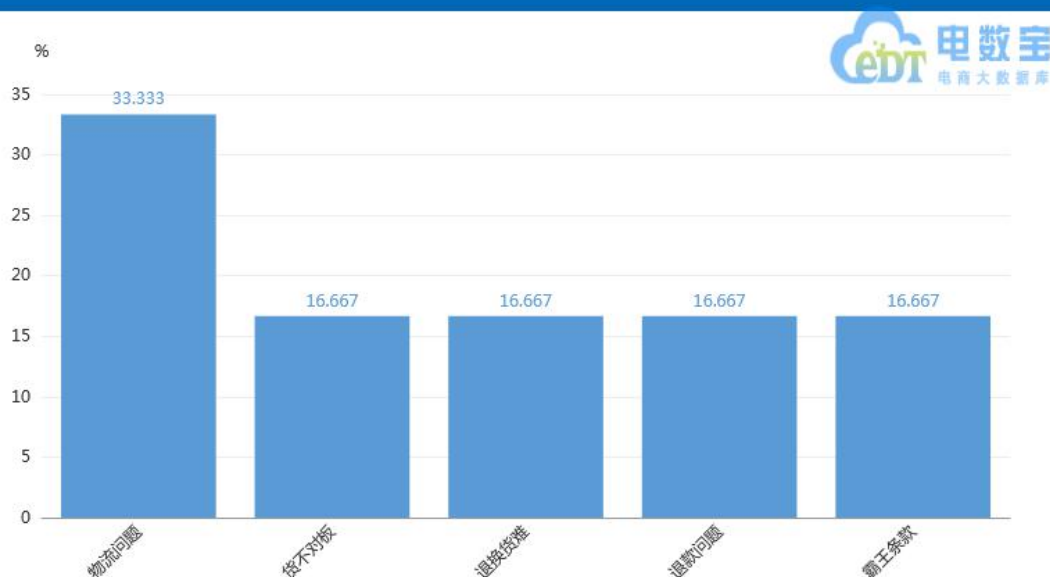
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

典型案例披露

此外，据国内唯一电商专业消费调解平台“电诉宝”受理用户维权案例显示，“中邮海外购”存物流问题、货不对板、退换货难、退款问题、霸王条款等问题。

中邮海外购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

“中邮海外购”商品疑丢件 售后久未处理

黄先生于 2019 年 3 月 2 日在“中邮海外购”网站创建转运预报，订单号为 ZY20190302779029。

黄先生在“中邮海外购”网站创建转运预报，准备将美国苹果官网下单的 apple watch4 手表通过其美国仓库转运回国，后手表通过联邦快递于美国当地时间 3 月 4 日显示签收，签收人为 HUANG（本人姓名首字母的拼音），由于该转运公司是分配唯一的客户编码作为收件人的姓名（详见证据），从苹果官网下单时填写的收件人姓名就是使用了该网站分配的编码而非本人真实姓名，故可以认定为该仓库已经实际签收，否则联邦快递根本无从得知本人姓氏拼音。现签收已经十天，经本人多次联系其客服，均告知仓库无签收记录，认为是快递尚未送达。但是联邦快递官网已经出具送达证明，经本人美国好友电话核实，联邦快递也已经确认送达。现该公司长期未入库，也一直主张无签收记录，肯定是在签收后，入库前，将快递丢失。

【典型案例四】“59 转运”

年度投诉数据

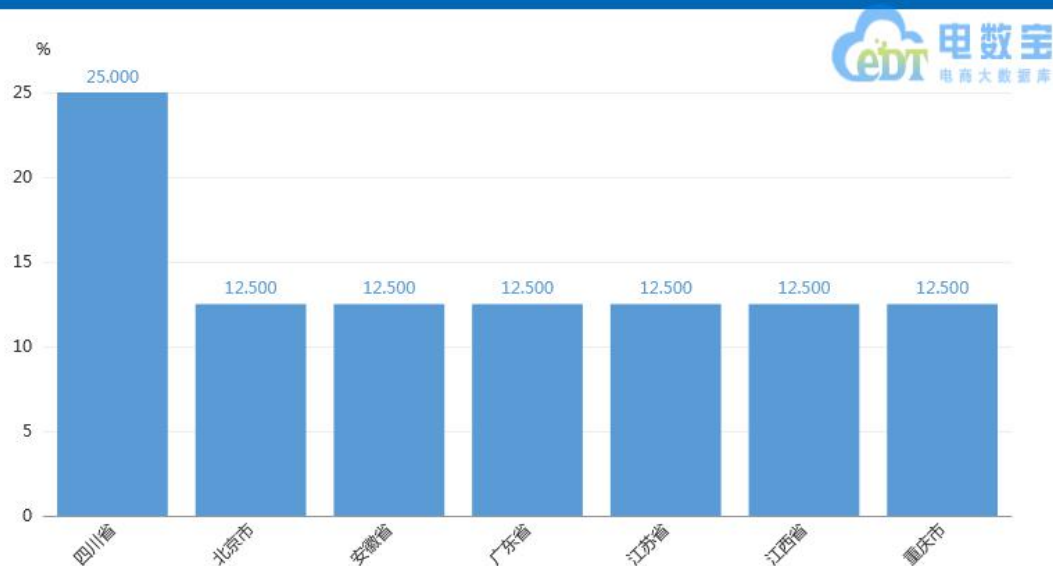
据“电数宝”显示，2019年度“59转运”共获得11次消费评级，均获“不建议下单”评级，需积极受理第三方移交督办的全国各地用户投诉线索并第一时间相应、及时反馈，奋起直追，努力提高售后服务水平和口碑。综合评定，2019年“59转运”获“不建议下单”评级。

2019年59转运消费评级数据						
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	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	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	4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	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“59转运”的用户主要集中地为四川省、北京市、安徽省、广东省、江苏省、江西省、重庆市。

59转运2019年全年投诉者地区占比图



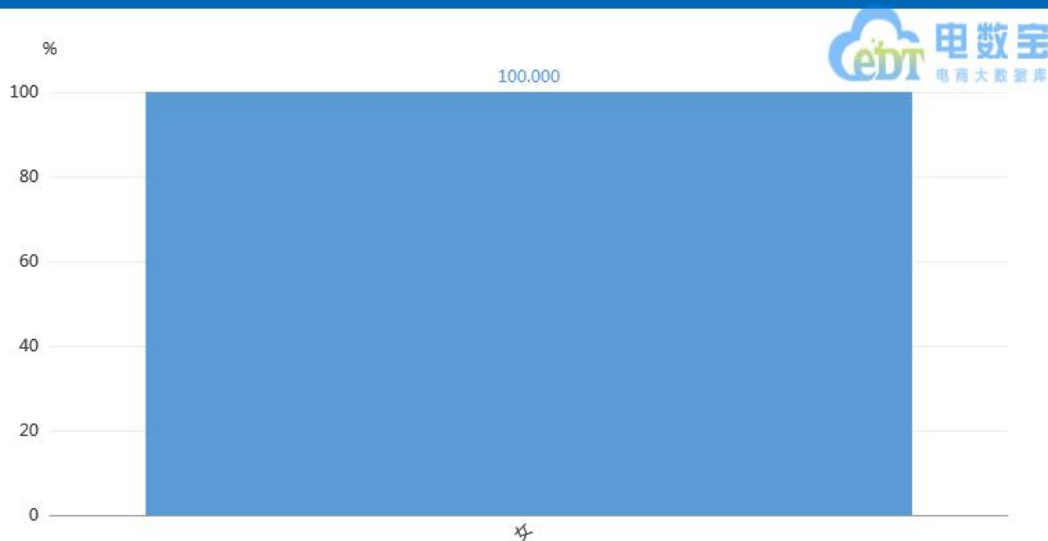
图表编制：电数宝

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“59 转运”的用户中女性的占比为 100.00%。另外，用户投诉“59 转运”的消费金额集中在 1000-5000 元区间，占比为 62.500%。

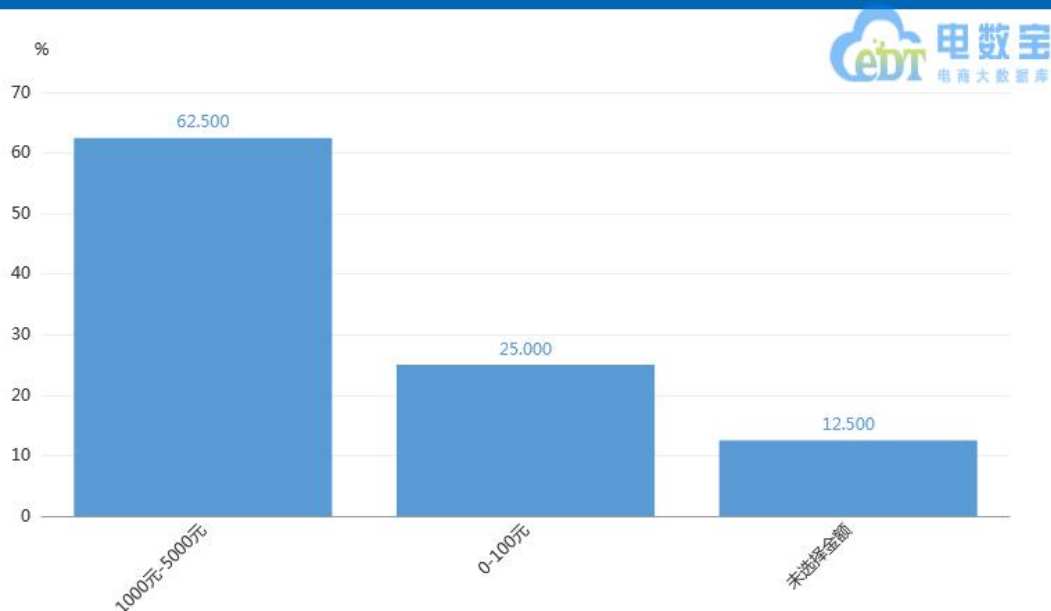
59转运2019年全年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

59转运2019年全年投诉金额占比图



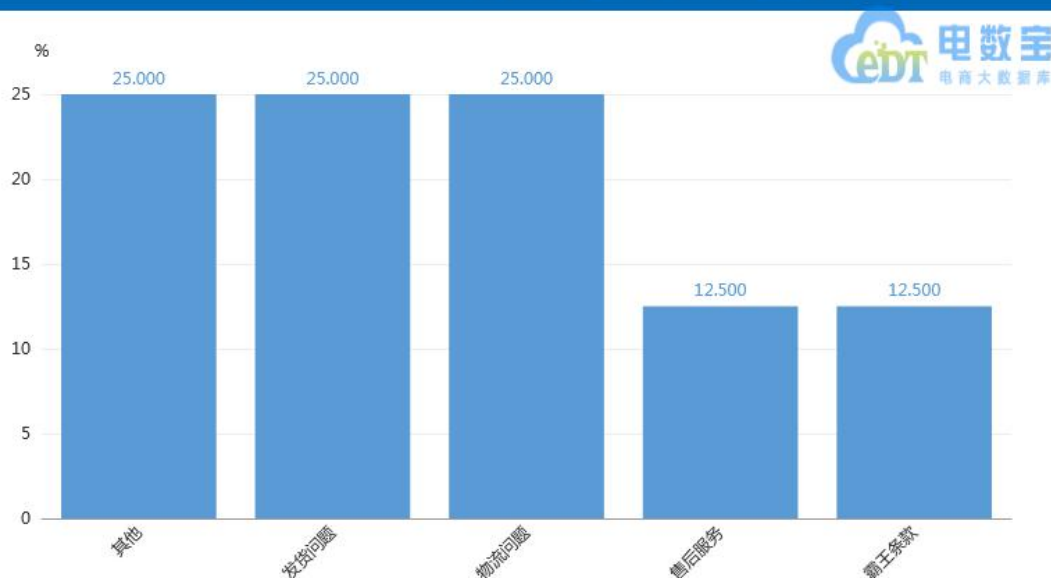
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

典型案例披露

此外，据国内唯一电商专业消费调解平台“电诉宝”受理用户维权案例显示，“59 转运”存发货问题、物流问题、售后服务、霸王条款等问题。

59转运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】“59 转运”商品丢失 用户称理赔很“迷茫”

周女士 9 月 17 日通过“59 转运”快递回 2 个大概 10 磅的包裹，11 月 11 日到达国内清关，之后包裹久未收到。期间询问 59 转运客服人员多次未果。2019 年 4 月 19 日账户收到“59 转运”的退款 1600 元，经询问，客服回答包裹在海关丢失，按照最高赔偿标准 800 元赔偿。周女士认为 2 个包裹运费就超过 700 元，对理赔结果不满意，而且 59 转运的理赔条款未涉及任何在海关处丢失的包裹该如何赔偿。

【案例二】“59 转运”余额无法提现 售后困难

杜女士于 2019 年 10 月 29 日 11:15 在“59 转运”上下单转运，订单号为 JWUMS191029001。需要预付转运费 76 元，实际转运金额 64 元，转运公司退回到网站我个人账户里 12 元，但是 12 元无法从转运公司网站里提现出来，也有咨询过客服，客服也明确告知不能提现，只能下次再用这个转运公司转运货物用掉。这个转运公司每次入库重量都比实际货物重量要高，需要收件人先预付运费，他们出库的时候按照货物实际运费，再退回多付的运费，这样的话，多付的运费无法提现，那我将一直要用这个转运公司，这个转运公司时效很慢，不想再用了。

【案例三】“59 转运”商品久未出库 售后迟迟未处理

江女士于 10 月 24 日及 10 月 27 日在美国百货公司网站购买了东西，寄了这两个包裹到“59 转运”公司，订单号为 xsruiy191127001，xsruiy191128001。该公司迟迟不帮忙打包发回国内我的地址，多次咨询客服究竟为何将近 2 个月没有出库这 2 个包裹，从未得到正面回应和任何解决的方法，至今不知道我这 2 个包裹的物品是否已丢失，并且我已经在 11 月 27 及 28 日支付了运费，始终没有得到 59 公司下一步的措施。

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。

【典型案例五】“U2C 转运”

年度投诉数据

据“电数宝”显示，2019 年度“U2C 转运”共获得 14 次消费评级，13 次获“不建议下单”评级，1 次获“谨慎下单”评级，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。综合评定，2019年“U2C 转运”获“不建议下单”评级。

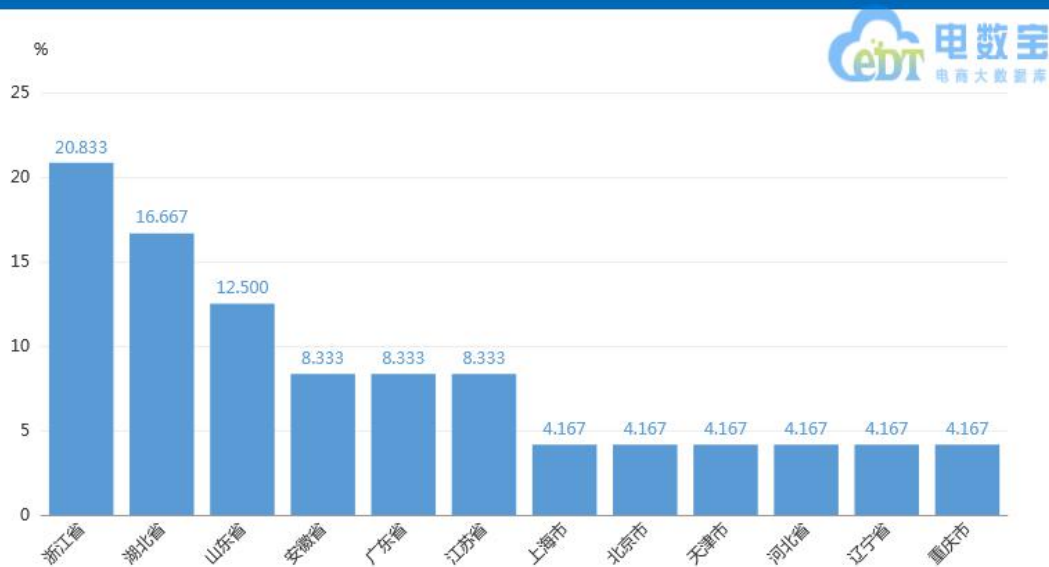
2019年U2C转运消费评级数据						
年份	时间段	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
2019年	全年	8.33%	0.083	0.000	0.067	不建议下单
2019年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	12月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	11月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	9月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	8月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	7月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	上半年	14.29%	0.143	0.000	0.114	不建议下单
2019年	第二季度	28.57%	0.286	0.000	0.229	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	4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“U2C 转运”的用户主要集中地为浙江省、湖北省、山东省、安徽省、广东省、江苏省、上海市、北京市、天津市、河北省。

U2C转运2019年全年投诉者地区占比图



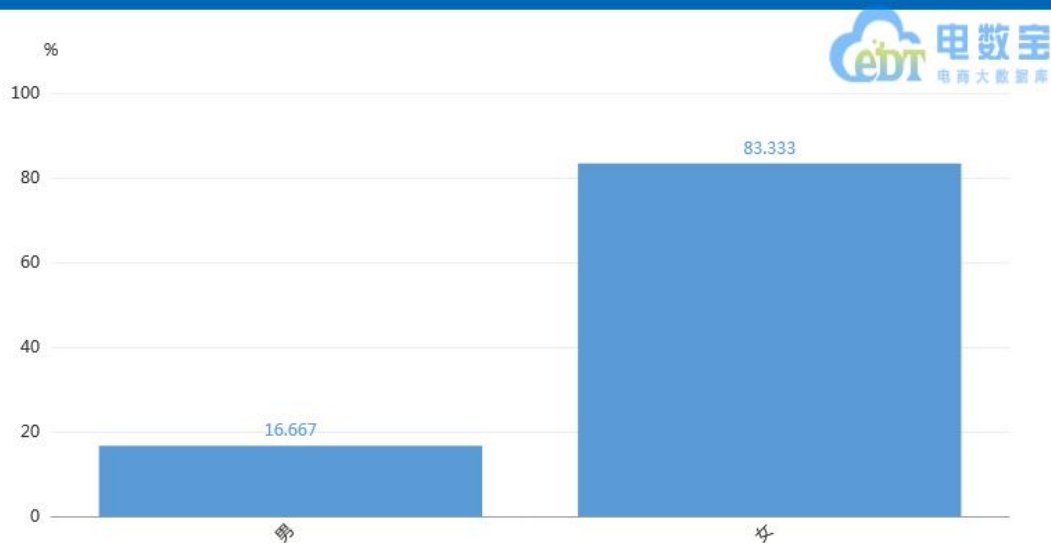
图表编制：电数宝

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“U2C 转运”的用户中男性的占比为 16.667%、女性的占比为 83.333%。另外，用户投诉“U2C 转运”的消费金额集中在 1000-5000 元区间，占比为 66.667%。

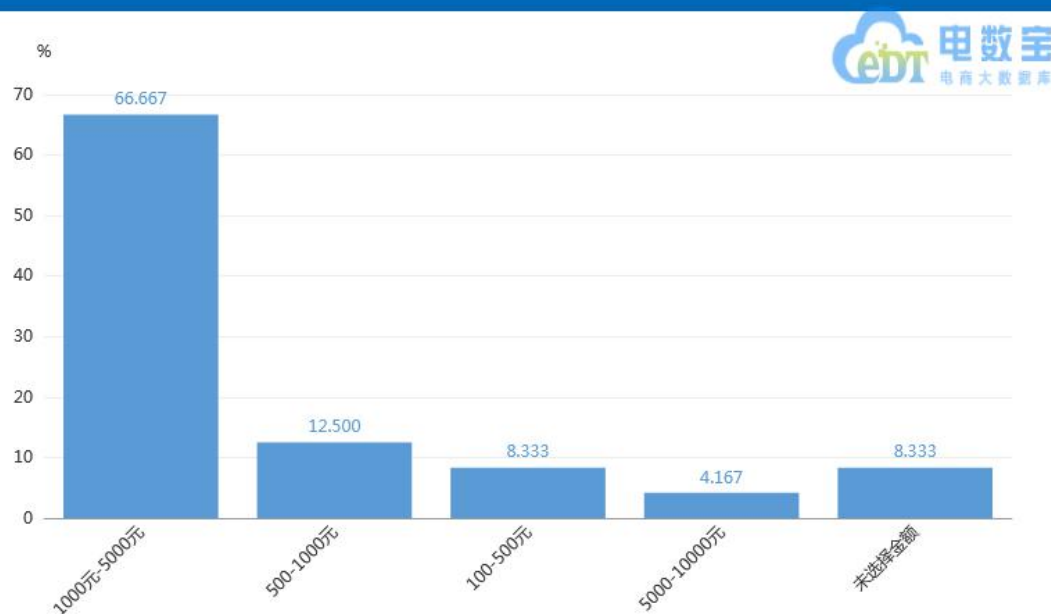
U2C转运2019年全年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

U2C转运2019年全年投诉金额占比图



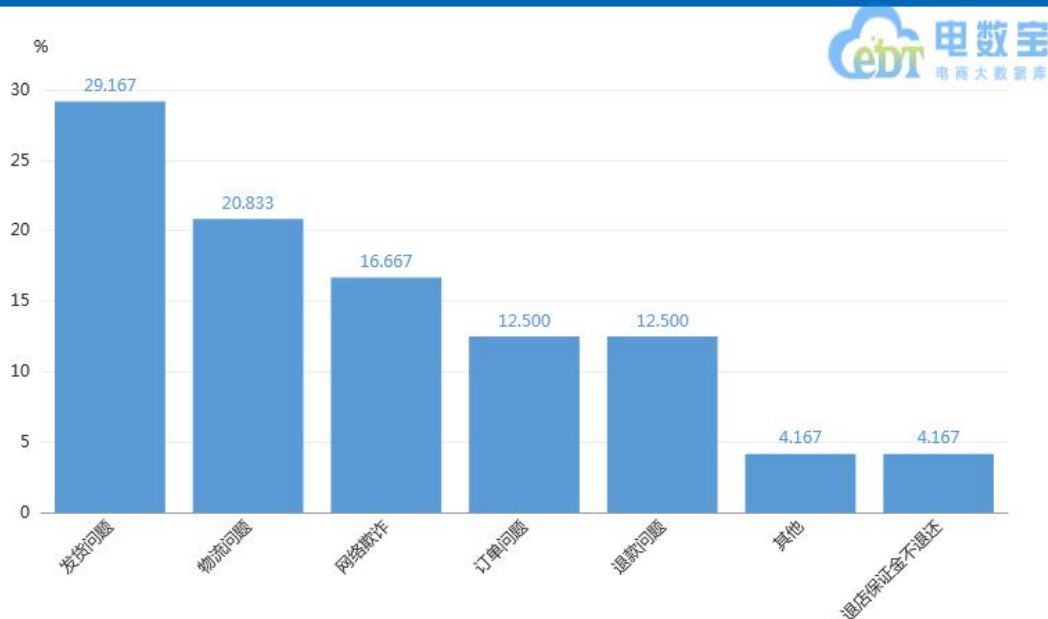
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

典型案例披露

此外，据国内唯一电商专业消费调解平台“电诉宝”受理用户维权案例显示，“U2C 转运”存发货问题、物流问题。网络欺诈、订单问题、退款问题、退店保证金不退还等问题。

U2C转运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】“U2C 转运”商品久未送达 售后迟迟不予受理

孟女士于 2018 年 12 月 10 日通过“U2C 转运”提交一个美国发往国内的包裹，订单号为 90264034。内含婴儿 DHAX2，雅诗兰黛粉底液 X1，雅诗兰黛眼霜 X1，价值 900 元，于 1 月 5 日到达国内清关，到 4 月份依然处于清关状态，后来联系客服数次，开始一直隐瞒，后来被告知他们的货物被拍卖，他们正在挽回货物，协商赔偿，让我发邮件和他们公司联系赔偿，等了几个月，联系不到客服，留言不回复，发邮件也不回复，也没有得到解决方案，至今未果。

【案例二】商品被“U2C 转运”无故售卖 售后赔付困难

龚女士于 2018 年 12 月 20 日买了一些商品想要通过“u2c”运输回来，订单号为 90264301。u2c 半年没有运输回来，并且私自把商品卖掉了，而且拒不赔款并且联系不到客服。我有两个订单（90264310）（90264312）这两个订单我都没有收到货物，大概金额在 2000 元左右。客服过年的时候态度恶劣，拒不承认被自己私自拍卖，拍卖之后也没有赔付金额，后期他们就再也不出现。网站充值的余额也不可以提现出来。

【案例三】“U2C 转运”商品久未清关 售后赔付运费久未处理

叶女士于 2018 年 12 月 16 日通过“U2C 转运”发送在美国购买的化妆品，订单号为

90259626。2019 年 1 月 12 日显示清关中，一直 2019 年 4 月网站公告说商品被拍卖，等待解决。但是至今没有回复，以前客服也不回复。并且之前网站承诺的赔运费事宜也没有回复。

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。

【典型案例六】“转运四方”

年度投诉数据

据“电数宝”显示，2019 年度“转运四方”共获得 20 次消费评级，均获“不建议下单”评级，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。综合评定，2019 年“转运四方”获“不建议下单”评级。

2019年转运四方消费评级数据						
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	双11	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	11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	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	5月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2019年	4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
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

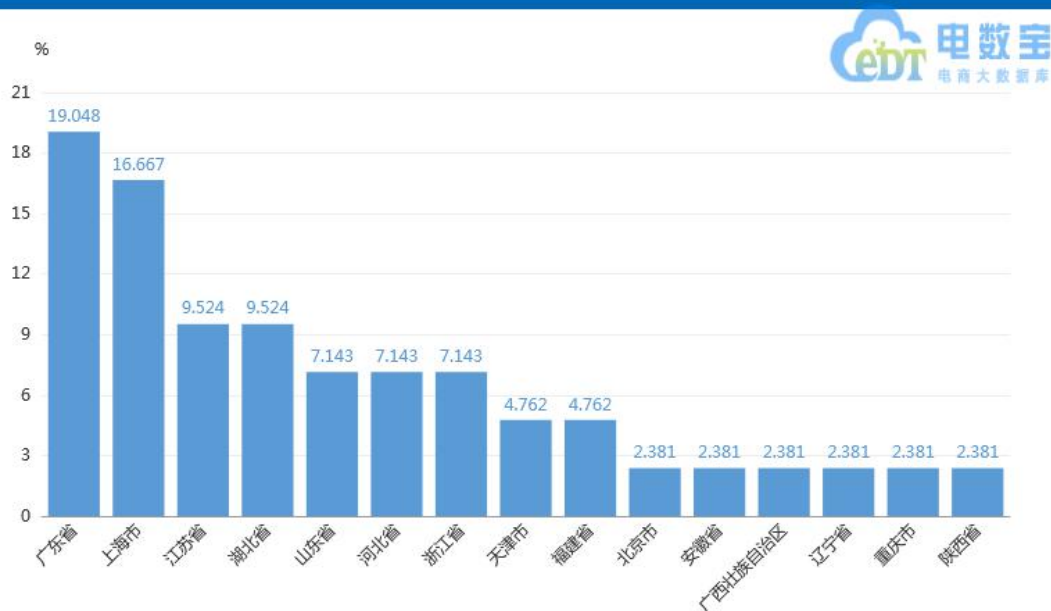
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉地区分布

据“电数宝”显示，2019年度投诉“转运四方”的用户主要集中地为广东省、上海市、江苏省、湖北省、山东省、河北省、浙江省、天津市、福建省、北京市。

转运四方2019年全年投诉者地区占比图



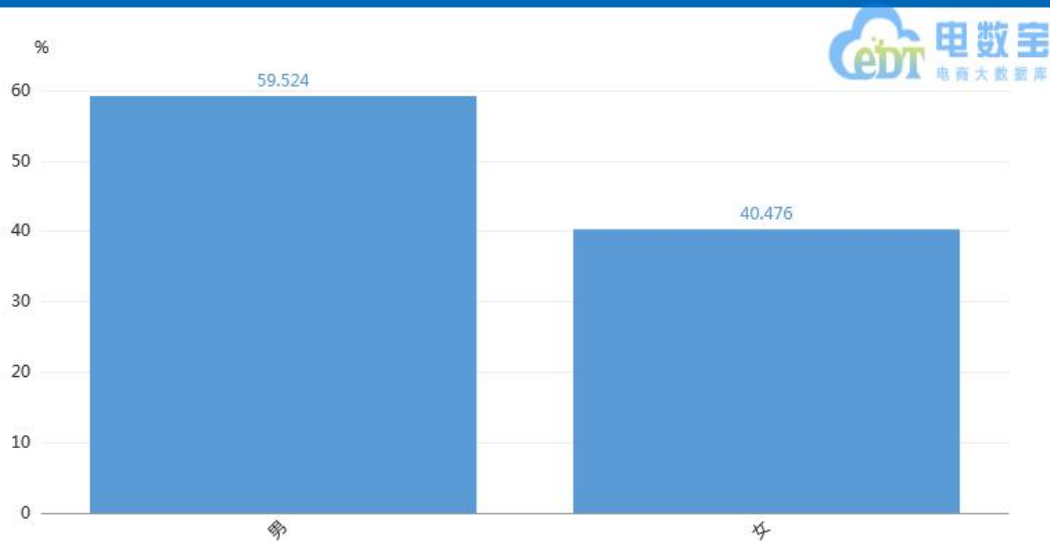
图表编制：电数宝

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“转运四方”的用户中男性的占比为 59.524%、女性的占比为 40.476%。另外，用户投诉“转运四方”的消费金额集中在 500-1000 元区间、1000-5000 元区间、100-500 元区间，占比分别为 33.333%、23.810%、19.048%。

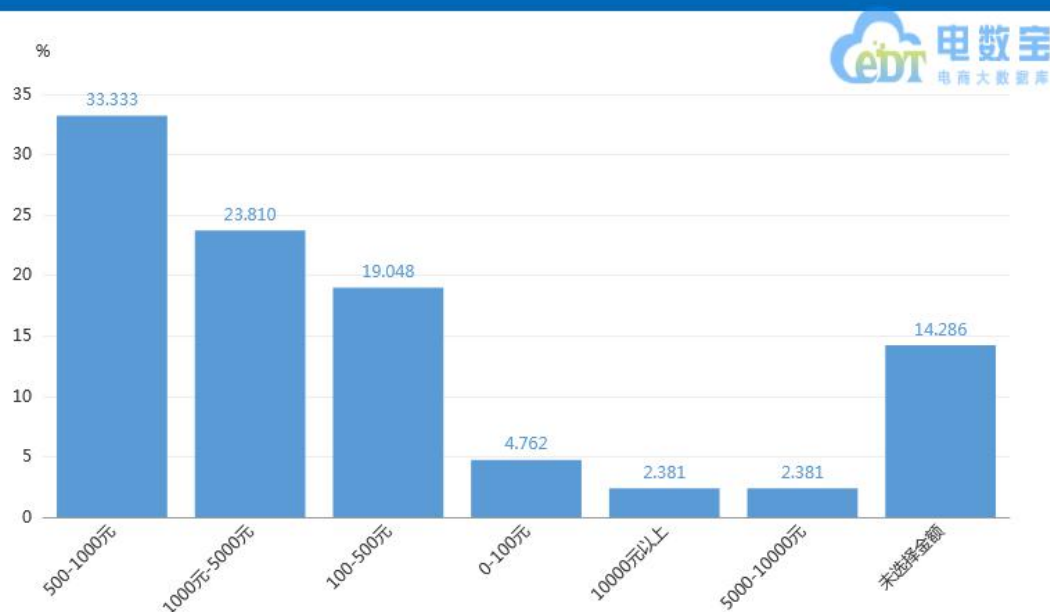
转运四方2019年全年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

转运四方2019年全年投诉金额占比图



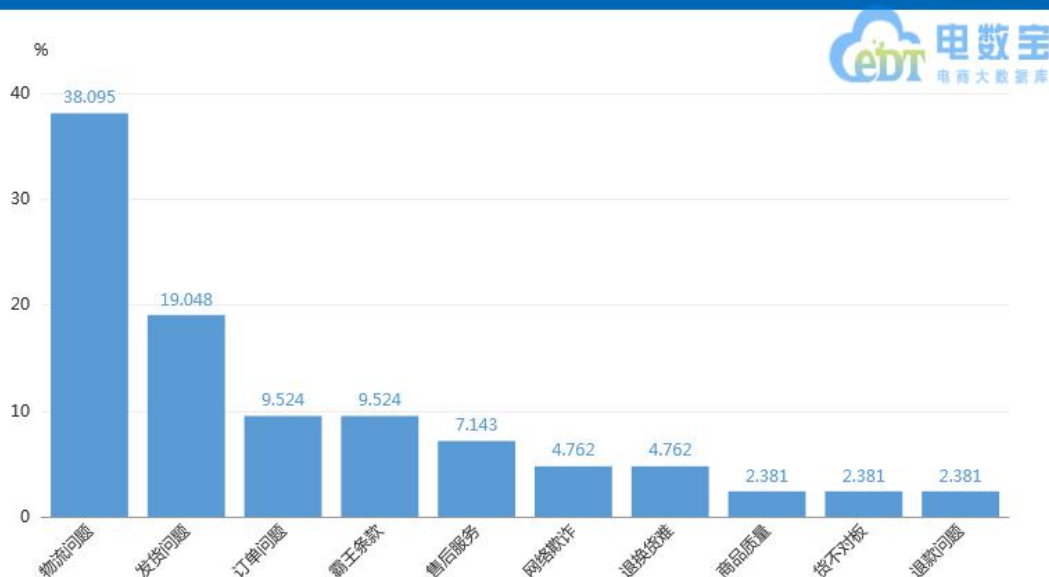
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

典型案例披露

此外，据国内唯一电商专业消费调解平台“电诉宝”受理用户维权案例显示，“转运四方”存物流问题、发货问题、订单问题、霸王条款、售后服务等问题。

转运四方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】“转运四方”快递丢件 用户售后困难

刘先生7月2日使用转运四方的英国转运业务，将从adidas英国官网购买的3双运动鞋转运回国。根据平台转运要求，将3双运动鞋分箱为两单，其中一单从7月2日到达英国仓库并支付邮费（90.4元）之后，就一直没有更新信息了，我至今也没有收到货物。刘先生于7月12日在转运四方的官网提交客服工单，咨询该单的情况，客服告知已经联系英国和中国的仓库进行查找，但一直到8月都没有找到包裹。

8月3日，客服告知可以申请理赔，于是刘先生申请了理赔，但刘先生理赔时才知道购买了保价服务，理赔上限仅为700元。但刘先生表示，自己的两双鞋子实际支付价格为1151元人民币，运费、保价费用、分箱费用共计125.4元。如果转运四方确认已经将我的包裹遗失，我要求赔偿我的全部损失，并不追究额外的赔偿，若如果能将我的包裹找到，我就不申请赔偿。我不能认同上限为700的理赔条款，在我支付的环节中，我只看到了保价和保险两种服务，但并没有提醒我这两者的区别，也没有明确的告诉我理赔上限，我是此时才知道的。

【案例二】“转运四方”包裹被更换 二次运费竟要用户承担？

李女士于10月17日到“转运四方”香港自提点，提取本人的商品时发现本人价值2000元的商品被该公司掉包。该公司，在曾联系过本人寄还不属于本人的商品，并在本人询问属

于自己的商品且未提供寄回地址时威胁说要报警处理。该公司在后续调查后，更提出因该公司掉包产生的该公司的二次包裹运费以及本人需要再次到香港的所有费用需要自己承担，仅对二次产生的费用部分减免。

【典型案例其他】

【案例一】“快鸟转运”商品久未发货 售后联系客服反被删除

周女士于 2019 年 10 月 20 日在美国雅诗兰黛官网购买单价 100 美金的精华 2 瓶，总价 200 美金，并发到快鸟转运公司美国仓库。快鸟公司美国仓库在 2019 年 10 月 31 日处理订单后，我已支付邮费 11 美元并提交了 KN191027224305265 的订单。直到 2019 年 11 月 18 日快鸟转运仍未发货，QQ 在线客服永远不接待，要么等待要么直接关闭对话，电话也打不通，客服微信没有任何回应，并删除我好友。

【案例二】商品损坏 用户称“风行全球送”售后未能有效处理

庄先生在“eBay”的购买商品，购买商品选择风行全球送物流服务，物流公司对货品包装保护不到位，价值 2000 多元商品出现严重挤压问题，造成经济损失，要求赔偿，“风行全球送”客服只同意赔付 500 网站积分。庄先生表示 50 积分只能兑换 5 元优惠券，而且每次只能使用一张，迫使以后必须数次风行才能体现积分价值。

【案例三】“蜂鸟转运”商品清关久未送达 到货商品少件

邓女士于 3 月 25 日在法国亚马逊买了两个戴森吹风机，邮寄到“蜂鸟转运”的法国仓库，通过他们转运回国，期间客服一直推脱正在清关，并发过香港仓库包裹照片要我认领，照片显示 4.45KG，是两个吹风机重量，但是我 7 月 11 日收到包裹只有 2.17KG，只有一个吹风机，其中一个吹风机丢失，价值 1989 元，但是蜂鸟转运客服以我保价金额 266 美金为理由推脱，只赔偿 133 美金就是 900 元人民币，而且转运的运费和保险费用共计 450 多人民币不退。

【案例四】“天马迅达快递”商品久未送达 售后久未处理

张先生于 2019 年 6 月 15 日在海外购买 nike 运动鞋一双，价值 470 美元，通过“天马迅达”快递从美国转运回国，从 6 月 15 日他们发货，至今未收到货，多次询问他们客服，对我置之不理，并采取拉黑措施。期间他们让我给他们发鞋子照片，我严重怀疑快递公司

偷盗行为。我已联系清关海关被告知查验不会超过两周，快递公司一直不理睬，推脱，也不处理问题。

对此“天马迅达”表示，物品丢失，我司已经在进行理赔审核中，并不存在不予理赔的情况。首先，公司明文规定一件包裹邮寄物品的总金额不超过 300 美元，据客户反馈物品价值为 470 美元，此超额包裹本就无法邮寄我司包税渠道。再有，公司官网理赔说明有明确写明：如购买保险将按照购买保险额度进行赔偿，每箱最高购买价格在\$300。如未购买保险最高赔偿金额为\$200。此件无额外购买保险，目前按照公司最高理赔金额 200 美元+国际运费赔付。

【案例五】“闪购转运”商品久未送达 售后久未处理

吴女士于 2019 年 9 月 14 日在电商 eastbay 购买了一双价值 63 美元的耐克鞋，转运公司使用的“闪购转运”，很久没有入库信息，询问客服回答 9 月 22 日已经入库，但是官网没有物流信息，客服回答需要两到三天推送信息。一直到 10 月 10 日，在官网上还是没有物流信息，在官网得知该公司与海带宝公司合作，在之后与海带宝客服联系中得知合作属实，然后我在海带宝查询到了我的包裹物流，咨询客服久未清关是因为没有支付运费，让我找闪购客服咨询，闪购客服于 10 月 10 日全部失联，电话不接，信息不回，工单提交也一直没有人回复。

【案例六】“八达网转运”商品久未送达 售后迟迟未处理

康先生于 2019 年 9 月 21 日在“八达网转运”网站代购了一双乔丹 6 篮球鞋，价值加运费一共 1066.86 人民币，于 9 月 27 日到达中国海关两个月没给我送到，客服一直说清关问题，推托，在八达网已购保险，一旦丢失，将先行赔付。对此，“八达网转运”反馈称：此包裹是经广东这边的口岸清关派送的，目前已经由圆通快递送达并于 12/15/2019 日签收。

四、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 www.100EC.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》	√	√		
《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			

【零售电商类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《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》	√			
《2020 年“618”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》	√			
《2019 年度 BATJ 电商领域投资数据报告》	√			
《2010-2019 年阿里巴巴投资数据报告》	√			
《2010-2019 年腾讯投资数据报告》	√			
《2010-2019 年百度投资数据报告》	√			
《2010-2019 年京东投资数据报告》	√			

【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 年度中国品牌商城消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国潮鞋电商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 年度中国海淘转运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 3 月 27 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)

