

# 2019年4月

## 中国电子商务用户体验与投诉监测报告

数据来源： 电数宝  电诉宝

发布时间：2020年5月12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、2020年4月全国电子商务TOP30消费评级榜</b>	<b>3</b>
<b>二、4月投诉数据</b>	<b>6</b>
(一) 投诉地区分布	6
(二) 投诉性别及金额分布	6
(三) 投诉问题类型分布	7
<b>三、十大典型案例</b>	<b>8</b>
(一) “闲鱼”售后不完善 小法庭判决引商家不满	8
(二) “瓜子二手车”过户被拖延 买家售后退款难	8
(三) 网购不发货 “绿森商城”被用户质疑“操纵资金盘”	9
(四) “当当”被指商品到货“缺斤短两” 用户诉售后退款难于上青天	9
(五) “全球自选”被爆违约托欠销售货款疑跑路 商家维权难	9
(六) 预期消费存“套路” “杂志云”杂志久未发货退款难	10
(七) “抖音”商家直播带货需规范 质量和售后成槽点	10
(八) “万里目”订单被无故取消 客服不作为不解决	10
(九) 预售产品付定金尾款 售后“小红书”定金难退	11
(十) “每日优鲜”拖延退款办理 售后客服不作为	11
<b>四、关于我们</b>	<b>13</b>
(一) 关于“电诉宝”	13
(二) 关于网经社	14
(三) 报告发布计划	16

在疫情“笼罩”下，电商企业刚经历了一次大考-2020年3·15“国际消费者权益日”，电商消费市场更应经得起考验。5月12日，网经社电子商务研究中心发布《2020年4月中国电子商务用户体验与投诉监测报告》，报告公布了《2020年4月全国电子商务TOP30消费评级榜》。榜单涉及了综合零售电商、进口跨境电商、二手电商、社交电商、在线拍卖、OTA、在线教育、海淘转运、分期类电商等领域。时刻引导电商更加规范，为消费者营造良好的电商消费市场。

据悉，该榜单依据国内电商专业消费调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）4月份受理的全国170家电商真实用户投诉案例大数据所得，依据反馈率、反馈时效、满意度多项指标，由系统建模、自动评估、公开披露，其数据评级完全由平台智能化生成。详见“电数宝”（DATA.100EC.CN）。

## 一、2020年4月全国电子商务TOP30消费评级榜



其中，排在1-13名的电商平台获得“建议下单”评级，依次为：当当（综合指数：1.000）、唯品会（综合指数：1.000）、小红书（综合指数：0.916）、绿森商城（综合指数：0.907）、网易严选（综合指数：0.883）、洋码头（综合指数：0.860）、红布林 Plum（综合指数：0.860）、微拍堂（综合指数：0.860）、苏宁易购（综合指数：0.860）、拼多多（综合指

数：0.856）、京东（综合指数：0.842）、去哪儿（综合指数：0.827）、有赞（综合指数：0.800）；

排在 14-16 名的电商平台获得“谨慎下单”评级，依次为：旅划算（综合指数：0.691）、Feelunique（综合指数：0.574）、飞猪（综合指数：0.475）；

排在 17-30 名的电商平台获得“不建议下单”评级，依次为：全球自选（综合指数：0.000）、123 微旅行（综合指数：0.000）、D2C（综合指数：0.000）、嗨学网（综合指数：0.000）、闲鱼（综合指数：0.000）、天猫（综合指数：0.000）、联联周边游（综合指数：0.000）、转转（综合指数：0.000）、交易猫（综合指数：0.000）、考拉海购（综合指数：0.000）、每日优鲜（综合指数：0.000）、淘宝（综合指数：0.000）、微信商家（综合指数：0.000）、来分期（综合指数：0.000）。

## 2020年4月全国电子商务TOP30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	当当	100.00%	1.000	10.000	1.000	建议下单
1	唯品会	100.00%	1.000	10.000	1.000	建议下单
3	小红书	100.00%	1.000	5.200	0.916	建议下单
4	绿森商城	100.00%	1.000	4.667	0.907	建议下单
5	网易严选	100.00%	0.911	5.000	0.883	建议下单
6	洋码头	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
6	红布林Plum	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
6	微拍堂	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
6	苏宁易购	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
10	拼多多	97.22%	0.967	3.200	0.856	建议下单
11	京东	98.25%	0.940	2.545	0.842	建议下单
12	去哪儿	100.00%	0.889	2.000	0.827	建议下单
13	有赞	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
14	旅划算	81.82%	0.273	10.000	0.691	谨慎下单
15	Feelunique	64.29%	0.643	2.000	0.574	谨慎下单
16	飞猪	69.23%	0.431	0.000	0.475	谨慎下单
17	全球自选	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
17	123微旅行	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
17	D2C	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
17	嗨学网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
17	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
17	天猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
17	联想周边游	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
17	转转	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
17	交易猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
17	考拉海购	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
17	其他	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
17	每日优鲜	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
17	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
17	微信商家	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
17	来分期	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

### 备注：

1、综合指数=平台反馈率\*0.5+回复时效性\*0.3+用户满意度/10\*0.2。

1.1、平台反馈率：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∈[0,0.4)，谨慎下单∈[0.4,0.75)，建议下单∈[0.75,1.0]。

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。

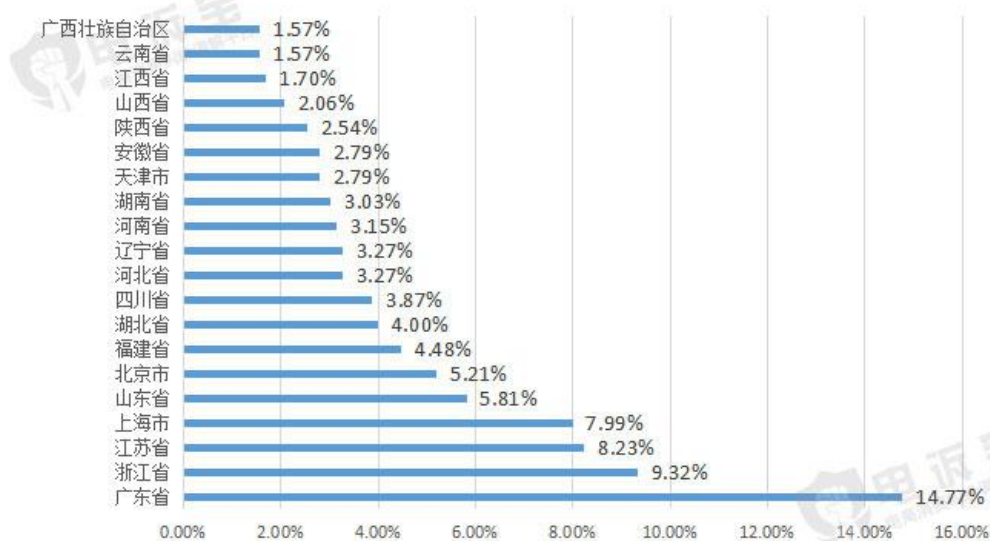
4、本榜单所有数据均由系统后台根据各电商平台上述行为，依据上述模型算法自动生成，不受任何人工因素影响。

## 二、4月投诉数据

### （一）投诉地区分布

据“电诉宝”显示，2020年4月全国网购投诉用户主要集中地为广东省、浙江省、江苏省、上海市。

### 2020年4月全国电子商务投诉地区TOP20分布



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

### （二）投诉性别及金额分布

据“电诉宝”显示，2020年4月全国网购男性占比为46.00%，女性占比为54.00%。另外，消费金额主要在100-500元区间、1000-5000元区、0-100元区间，占比分别为25.55%、21.91%、17.07%。

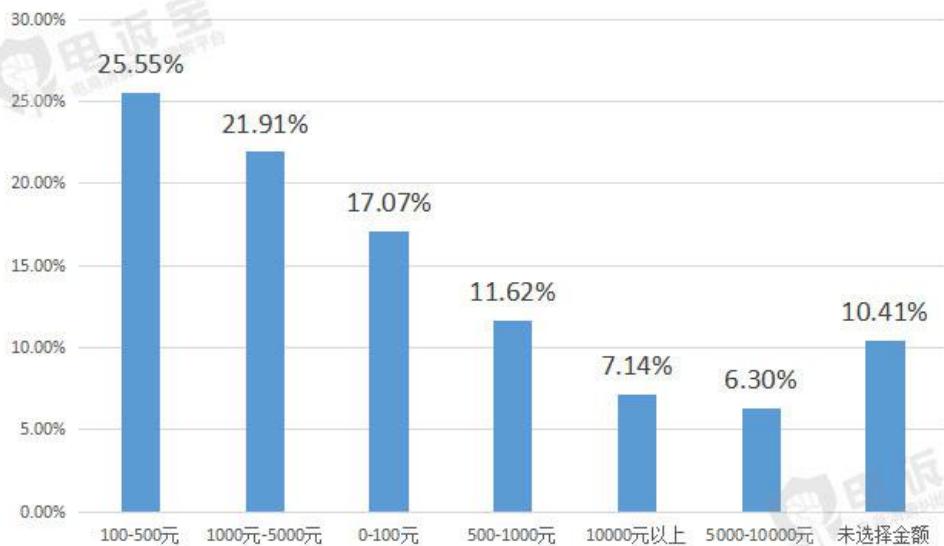
## 2020年4月全国电子商务投诉用户性别分布



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

## 2020年4月全国电子商务投诉金额分布



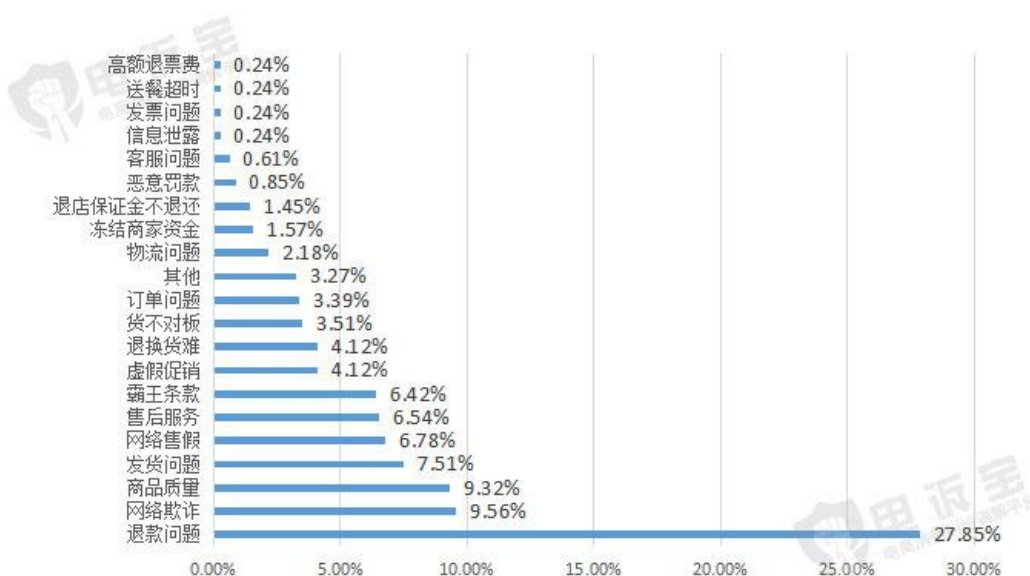
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

### （三）投诉问题类型分布

据“电诉宝”显示，4月全国网购用户投诉问题类型排名前十的依次为：退款问题、网络欺诈、商品质量、发货问题、网络售假、售后服务、霸王条款、虚假促销、退换货难、货不对板。

## 2020年4月全国电子商务投诉问题类型分布



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

### 三、十大典型案例

#### （一）“闲鱼”售后不完善 小法庭判决引商家不满

天津市的吴女士称她在“闲鱼”平台出售了一个古董首饰并表明不退不换，发送到买家并货到付款是需要当场验货，保价 3000 元。经过快递员检查后商品发货，当时买家当面验收无误后签收快递，后损毁后要求退货退款。在提供顺丰证明发货前没有质量问题，但是“闲鱼”小二仅凭一张买家损毁后的照片裁定必须给买家退货退款。接到该用户投诉后，电诉宝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，尚未收到闲鱼的任何有关处理回复。

#### （二）“瓜子二手车”过户被拖延 买家售后退款难

上海市的周女士于 2020 年 1 月 11 日与“瓜子二手车”签订合同，购买一深灰克莱斯勒



300c2014 款，交付首付车款及其他费用 72429 元。2 月 14 日寄身份证到瓜子配合过户，但因瓜子汽车信息审核错误为国 5 排放标准，3 月 12 日在过户中被核定为国 4 车型无法落户，被销售人员告知退车全额退款。至 3 月 24 日不予退款，不还身份证，并告知我无法保证何时能退款，身份证要退档使用但不知什么时候退档，期间多次联系客服销售不予解决没有回复。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。接到该用户投诉后，电诉宝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，尚未收到瓜子二手车的任何有关处理回复。

### （三）网购不发货 “绿森商城”被用户质疑“操纵资金盘”

江苏省的黄先生称他于 2020 年 4 月 9 日在“绿森商城”下一款华为 mate30pro 手机，但下单后久未发货，联系客服却被告知在匹配物流并且强调是有货的，黄先生质疑道：匹配物流是否需要的很长时间？商城是否存在非法集资行为？对此，“绿森商城”反馈称经核实黄先生的订单已安排发货完成。

### （四）“当当”被指商品到货“缺斤短两” 用户诉售后退款难于上青天

山东省的李女士称她于 2020 年 2 月 28 日在“当当网”购买书籍 13 套（卡尔小镇 1 套，爱探险的朵拉 12 套），3 月 7 日收到朵拉第 1,3,4,6,7,10,11 辑共计 7 套，卡尔小镇及朵拉第 2,5,8,9,12 辑共计 6 套至今未收到。自收货后多次与在线客服及电话客服沟通，均被告知书籍需等待出版社印刷后发出。等待期间，4 月 21 日经李女士网上查看后发现订单状态变动为交易成功，当即打电话给客服，回复说是系统自动确认，且回复，缺货书籍不确定何时发货，可按购买价办理退款。李女士表示因朵拉为全套购买，缺货部分不好单独配齐，影响阅读，且如果商家没有货不上架销售的活，她可以在其他途径购买所以要求商家调剂发货或给与补偿，客服回复再沟通，之后登录了电脑、网页及手机 app，页面均无退款入口。对此，“当当”发来反馈称已联系消费者协商处理，针对此问题致歉，协商商家为其办理退款不退货，款项 1-5 个工作日返还原支付方式，建议等待。

### （五）“全球自选”被爆违约拖欠销售货款疑跑路 商家维权难

广东省的洗女士表示她在“全球自选”平台供货，2019 年 12 月和 2020 年 01 月账单还没有结算 全球自选 12 月应收货款 ¥6468.00 全球自选 01 月应收货款 ¥10306.50 合计：

¥16774.50，截止到 2020 年 04 月 14 日还没有结算；而且平台没有回复任何消息，很多商家都收不到货款。当在平台的群咨询截止到 2020 年 03 月 12 日，对方的回复：亲，目前付款都是分批次的，我这边会登记好相关情况反馈给领导，有回复了会告知的哈~ 然后我们后期去再问，已经没有人回复我们信息。

### （六）预期消费存“套路” “杂志云”杂志久未发货退款难

北京市的汤女士于 2018 年 12 月 21 日在微信“杂志云”商城订阅了国家地理 19 年一整年杂志付款金额 660 元，由于迟迟未发货，汤女士便于 2019 年 6 月 23 日申请退款，但是到期后未收到退款，2020 年 3 月 18 日联系客服被告知仍在催促。并通过官网在线客服得知退款信息不符在修改正确退款信息后半个月还是未退款，到 4 月 6 日仍未收到杂志云商城退款 660 元。

此外，江苏省的于先生 2019 年 5 月 27 日在“杂志云”网站购买（订）《钟山》杂志两年，（购买两年送一年），该网站称从八月起刊（未发货），后沟通一次改至 2019 年 11 月发货，至今未发货。接到以上用户投诉后，电诉宝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，尚未收到杂志云的任何有关处理回复。

### （七）“抖音”商家直播带货需规范 质量和售后成槽点

甘肃省的付女士曾表示她在“抖音”商家购买家具，因见不到实物只能以图片为主，因今年的情况特殊，物流延迟，当 3 月 13 日收到 5 包货，但是打开包装之后商品货不对板，商品形状，颜色都不同，并且缺少配件，无法拼接，当付女士要求退货时却被告知包装打开不予退货。

同时，山东省的陈女士也曾表示 2020 年 3 月 10 日她在“抖音小店”平台直播购买珍珠产品。商家直播商品链接只有一个样式的审核图片，其他款式及珍珠并没有分别的审核图片，直播出售的珍珠都是同一个链接整体改价出售。导致收到的商品和直播时看到的不一样，下单两个戒指一个项链，其中部分商品要退回，其中一个珍珠戒指直播价格 58 元，结果退货的时候商家说留下就收 200 块钱，价格买卖前后严重不符，乱要价，导致和商家产生纠纷，直播没有回放，没有价格证据。接到以上用户投诉后，电诉宝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，尚未收到抖音的任何有关处理回复。

### （八）“万里目”订单被无故取消 客服不作为不解决

湖北省的张女士表示她于 2020 年 4 月 9 日在“万里目”平台购买了雅诗兰黛樱花微精华水。4 月 15 日“万里目”平台系统自动取消订单，后来多次下单商品平台都会自动取消订单。张女士在平台还有 500 万里币，当电话咨询平台客服却被告知是因收件地址重复违反了平台规则，是系统自动识别人工无法干预。但更换收件地址后仍然无法下单，客服却告知是因账号无法购买，系统识别会自动取消订单，500 余额现在无法使用，当要求平台给出证据证明违反了规则但平台无法提供。接到该用户投诉后，电诉宝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，尚未收到万里目的任何有关处理回复。

### （九）预售产品付定金尾款 售后“小红书”定金难退

林女士表示她于 2020 年 03 月 02 日在“小红书”商城里的毛戈平官方旗舰店的一个口红套装链接里支付预售款 40 元人民币，03 月 05 日支付尾款 226.26 元。林女士当时认为支付尾款即可退回定金。所以先支付了尾款再取消订单。但是售后时只是退回尾款，客服还坚持说无法退换定金。对此，“小红书”表示，经核实，用户所述订单为预售商品，定金不退是在支付定金时经由消费者一对一勾选确认的，经协商已为用户退定金，已反馈队长为您处理，请您耐心等待退款。

无独有偶，张女士也遇到了这类事情，她于 2020 年 2 月 29 日在“小红书”平台上的店铺 CLIO 珂莱欧海外旗舰店购买果达儿青橘维他命美白精华，订单号为 58290759126178444。付了定金 34 元 3 月 5 日付尾款 235.08 元，后取消订单得知定金不退款后让其发货吧，但是商家同意取消订单了退回尾款 235.08 元定金没有退，问商家解决问题，回复没有解决办法，随后联系小红书平台客服转接薯队长，回复去进行核实，但是没有后续跟进。对此，“小红书”反馈称：经核实，用户所述订单为预售商品，定金不退是在支付定金时经由消费者一对一勾选确认的，经协商已为用户退定金。

### （十）“每日优鲜”拖延退款办理 售后客服不作为

江苏省的杨女士称她于 2 月 7 日在“每日优鲜”上的优先超市购买了三箱牛奶，因疫情关系通过京东物流配送，下单后派送员打电话告知因地址不在派送范围，让她拒收，于便让快递员把货物退回。2 月 21 日物流显示每日优鲜仓库已签收退回货物，但之后退款久未到账。杨女士表示她曾多次通过在线客服尝试解决退款问题，但是系统中一直显示货物派送中，所以无法通过系统提交退款申请，而电话客服永远没人接，售后服务体验非常的差，客服灰回复 1-3 工作日退款，但 5 个工作日退款仍未到账。

北京市的杨女士也曾表示她于3月27日晚8点半左右在“每日优鲜”购买厚切肥牛片，因是急需，原以为是隔天到，第二天被客服告知24小时之内发货，不能退款，但是超出48小时还未发货，但联系客服退款却遇客服互相推诿不能退款，声称保质期短不负责。接到以上用户投诉后，电诉宝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，尚未收到每日优鲜的任何有关处理回复。

## 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。

### 网经社电商法律权益服务体系



“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。



## （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

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	
《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》	√			
《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 年度中国共享经济市场数据报告》	√			
《2019 年度中国共享单车市场数据报告》	√			
《2019 年度中国共享住宿市场数据报告》	√			
《2019 年度中国网约车市场数据报告》	√			
《2019 年度中国共享办公市场数据报告》	√			
《2019 年度中国共享充电宝市场数据报告》	√			
《2019 年度中国共享汽车市场数据报告》	√			
《2019 年度中国在线外卖市场数据报告》	√			
《2019 年度中国互联网家装市场数据报告》	√			
《2019 年度中国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《2020年4月中国电子商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：2020年5月12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)

