

2021年Q4

中国在线教育用户体验与投诉数据报告

数据来源： 电数宝
电商大数据库

案例来源： 电诉宝

发布时间：2022年1月10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、报告摘要	1
二、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.....	3
(四) 投诉金额区间分布.....	4
三、评级数据与典型案例	4
(一) 在线教育数据与三十大典型案例.....	4
四、关于我们	21
(一) 关于电诉宝.....	21
(二) 关于网经社.....	24

一、报告摘要

由于一场突发疫情在线教育势头火爆，伴随着网络教育 K12 用户不断增加，在线教育竞争白热化，获客成本不断增加，不少消费者遭遇退款难、虚假宣传、霸王条款、培训贷等烦心事。国家同样注意到校外培训的种种乱象，“双减”政策在 2021 年 7 月份落地，学科培训受到沉重打击。随着监管之拳一出，资本对于在线教育的热情明显减退，K12 教育迎来退潮，不少机构仓皇退场，剩下的 K12 机构忙着转型，使得一些原本购买课程的家长权益受损。

在此背景下，2022 年 1 月 10 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 Q4 受理的全国 54 家在线教育平台纠纷案例大数据，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 Q4 中国在线教育用户体验与投诉监测报告》。

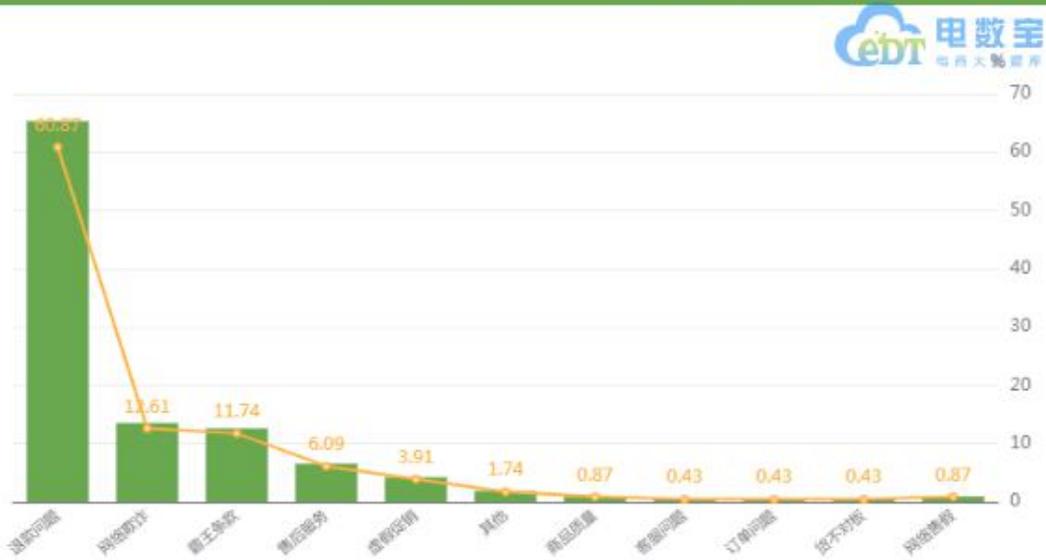
报告涉及在线教育领域各细分行业，包括 K12 教育、素质教育、职业教育、语言教育等。此外，报告公布了《2021 年 Q4 全国在线教育投诉榜》、Q4 消费投诉数据及 30 起在线教育平台典型案例。

二、整体数据

（一）投诉问题类型分布

据“电诉宝”显示，2021 年 Q4 全国在线教育用户投诉问题类型排名前十的依次为：退款问题（60.87%）、网络欺诈（12.61%）、霸王条款（11.74%）、售后服务（6.09%）、虚假促销（3.91%）、其他（1.74%）、商品质量（0.87%）、客服问题（0.43%）、订单问题（0.43%）、货不对板（0.43%）。

2021年Q4在线教育投诉问题类型分布



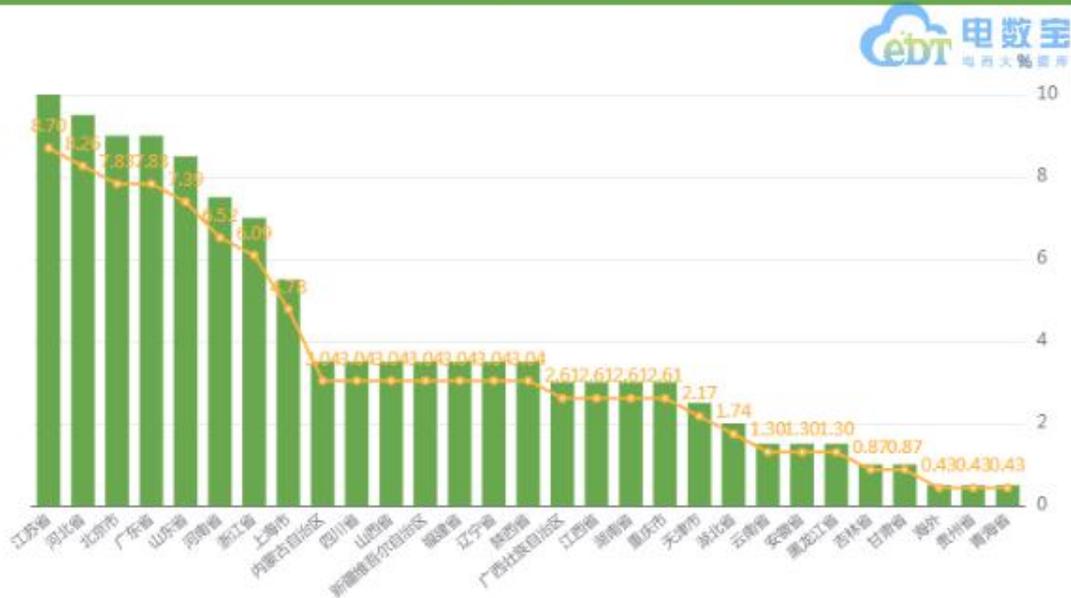
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

（二）投诉地区分布

Q4“电诉宝”受理投诉用户聚集地区TOP20依次为江苏省（8.70%）、河北省（8.26%）、北京市（7.83%）、广东省（7.83%）、山东省（7.39%）、河南省（6.52%）、浙江省（6.09%）、上海市（4.78%）、内蒙古自治区（3.04%）、四川省（3.04%）、山西省（3.04%）、新疆维吾尔自治区（3.04%）、福建省（3.04%）、辽宁省（3.04%）、陕西省（3.04%）、广西壮族自治区（2.61%）、江西省（2.61%）、湖南省（2.61%）、重庆市（2.61%）。

2021年Q4全国在线教育投诉用户地区分布



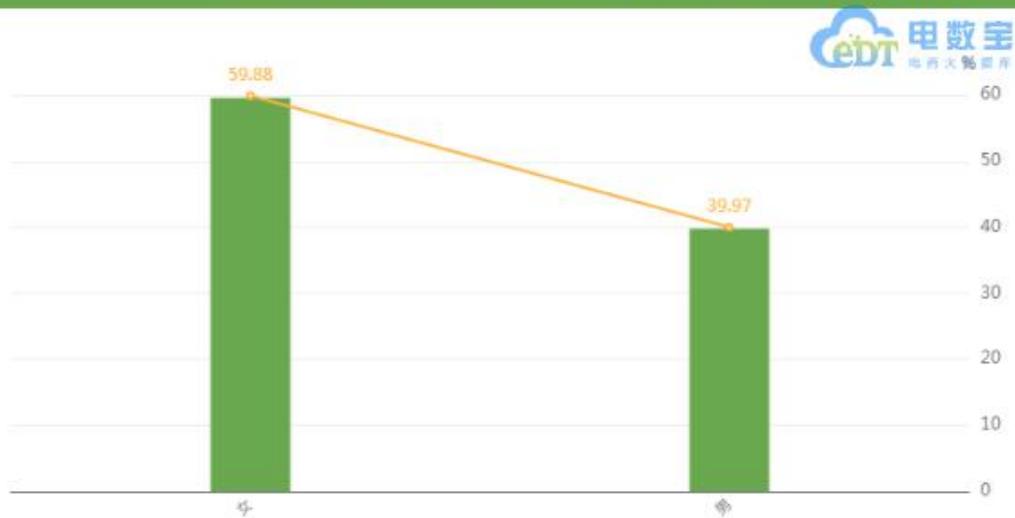
图表编制：电教宝

来源：WWW.100EC.CN

(三) 投诉用户性别分布

据“电诉宝”显示，Q4 女性用户投诉比例为 59.88%，男性用户投诉比例为 39.97%。

2021年Q4全国在线教育投诉性别分布



图表编制：电教宝

来源：WWW.100EC.CN

（四）投诉金额区间分布

据“电诉宝”显示，Q4 投诉金额分布主要集中在 1000-5000 元（25.04%）、100-500 元（20.36%）、5000-10000 元以上（14.18%）、10000 元以上（13.12%）、0-100 元（10.71%）、500-1000 元（9.96%）、未选择金额（6.64%）。



三、评级数据与典型案例

（一）在线教育数据与三十大典型案例



电诉宝 全新升级 “律”动315 直击行业乱象
为全国网络消费用户“保驾护航”

- 首页
- 投诉榜
- 评级榜
- 律师团
- 报道
- 专题

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

筛选：
2021 第四季度

1	51Talk	2	一只船教育	3	学慧网	4	潭州教育
5	大塘小鱼	6	帮考网	7	vipkid	8	小叶子陪练
9	赛优教育	10	开课吧	11	中华会计网校	12	环球网校
13	嗨学网	14	常青藤爸爸	15	麦淘亲子	16	尚德机构
17	掌门1对1	18	对啊	19	恒企教育	20	vip陪练
21	腾讯课堂	22	平安好学	23	叽里呱啦儿童英语	24	百通医学
25	学霸君1对1	26	海风教育	27	众趣教育	28	虎硕教育
29	沪江网校	30	会计教练	31	思鸿网校	32	米你课堂
33	兴职网	34	华图教育	35	起航教育	36	明世在线
37	雨露众德	38	清北网校	39	魔力恐龙	40	动因体育
41	抖趣教育	42	博凯教育	43	快陪练	44	河小象
45	对啊网	46	伴鱼少儿英语	47	高顿教育	48	聚师网
49	DaDa英语	50	中国会计网	51	兴为教育	52	溢米辅导
53	儒学教育	54	阿卡索外教网				

(以上为投诉量排行榜)

据网经社旗下电商大数据库“电数宝”监测数据显示，2021年Q4全国在线教育消费评级榜中中华会计网校、一只船教育、帮考网、开课吧获“建议下单”评级；环球网校获“谨慎下单”评级；嗨学网、潭州教育、大塘小鱼、学慧网获“不建议下单”评级；51Talk、vipkid、赛优教育、小叶子陪练、常青藤爸爸、麦淘亲子、掌门1对1获“不予评级”。

2021年Q4全国在线教育消费评级榜

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	中华会计网校	111.11%	1.000	10.000	1.056	建议下单
2	一只船教育	100.00%	1.000	5.556	0.922	建议下单
3	帮考网	100.00%	0.850	7.600	0.911	建议下单
4	开课吧	90.00%	0.800	5.333	0.807	建议下单
5	环球网校	87.50%	0.500	2.000	0.647	谨慎下单
6	嗨学网	50.00%	0.000	0.000	0.250	不建议下单
7	漳州教育	19.05%	0.029	0.000	0.104	不建议下单
8	大塘小鱼	11.76%	0.000	0.000	0.059	不建议下单
9	学慧网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
9	51Talk	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	尚德机构	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	vipkid	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	赛优教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	小叶子陪练	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	常青藤爸爸	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	麦淘亲子	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
9	掌门1对1	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。

图表编制：电诉宝（网络消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

在线教育领域，据“电诉宝”受理用户维权案例，我们从中选取三十大典型投诉案例，涉及大塘小鱼、有教不舍、51Talk、天普教育、轻轻教育、学慧网、沪江网校、环球网校、深海教育、众趣教育、帮考网、掌门1对1、常青藤爸爸、兴为教育、赛优教育、平安好学、漳州教育、小叶子智能陪练、帮考网、深海教育、一只船教育等。

2021年Q4在线教育典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
10月8日		被指套路深 打卡无法返现课程无法进入学习
10月11日		APP无法登录所有老师“玩失踪”学员欲求退费
10月11日		家长反映双减出台前“51Talk”单方面修改服务协议
10月11日		课程无法正常观看“天普教育”玩失踪联系不上人
10月12日		疑似跑路 老师被移出工作群
10月12日		不过包退班虚假宣传 用户投诉诱导购买增值服务
10月19日		“双减”下“沪江网校”修改上课时间造不便 家长退款被为难
10月19日		被指保过班 临近考试微信被销售老师删除
10月26日		被指宣传与实际对接机构不一致 退费被无视
10月27日		被指让隐瞒在校学生身份进行贷款
11月3日		学员痛诉“学慧网”欺骗诱导签合同退款难
11月3日		家长称“51talk”周末课程改周中 不上也扣款
11月7日		想退随时退?用户反映“帮考网”承诺不履行
11月8日		被指近5万元学费退费无进展
11月12日		被指虚假宣传 打卡返现客服打太极无处理
11月13日		被指无法正常上课 客服电话打不通
11月16日		被指对接老师虚假宣传师资退款被拒
11月17日		被指售后态度恶劣 无沟通退款被拒
11月18日		被指课程质量差强人意 退款需支付高额违约金
11月20日		被指退款专员态度恶劣拒绝退款
12月1日		被指霸王条款 孩子无法上课每月最低消费却在扣款
12月1日		被指虚假宣传直播变录播 售后退款打太极
12月2日		被指退款问题多 用户反映重复扣费多扣费
12月2日		被指打卡久久未返现 客服电话无人接听
12月2日		被指先缴费后签合同 虚假宣传保证性承诺
12月6日		被指夸大宣传诱导购买课程
12月7日		被指存格式条款 以超过15日为由拒绝退课
12月7日		课件无法观看 各种渠道联系不到工作人员
12月9日		被指招生老师清楚不符报名条件 仍诱导报名退款遭拒绝
12月17日		被指诱导消费与报名所说不符

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

【案例一】“大塘小鱼”被指套路深 打卡无法返现课程无法进入学习

10月8日河南省的王女士向“电诉宝”投诉称她于2020年3月20日购买大塘小鱼北大妈妈图书包，不间断打卡3年返现6000元，并承诺可以终身学习。第一个月打卡20多天后，突然有一天打不了卡。反映给售后老师，老师说换手机试试，卸载后重新下载，换手机，各种操作，最后也没有打卡成功。然后就是推荐别人买课程才能补打卡，于是后面积极推荐，也没有成功，当时并没有意识到自己被套路了，后面也就没再想着6000元返现这回事了。

王女士称孩子有一搭没一搭的断断续续打卡学习，有时候学了好久也打不了卡。直到今年2021年7月底放暑假，因为疫情原因又来大塘小鱼APP上课，发现登录上去后，一直显示“加载中”，课程都打不开，客服售后电话都打不通。王女士表示现在APP用不了，大塘小鱼已经违反了承诺，自己的诉求就是尽快退还17734.21元的费用。

【案例二】“有教不舍”APP无法登录所有老师“玩失踪”学员欲求退费

10月11日，黑龙江省是程先生向“电诉宝”反映称他于2021年1月12日，为太太报名参加了北京有教不舍教育科技有限公司的二级建造师学习班，并在支付宝上办理了花呗12期分期。原本4月份就可以报名参加考试，但因有教不舍的老师声称，因今年哈尔滨名额紧张，没办法报上，只能延后一年，参加第二年的考试。在最近想登录APP学习时，发现没办法登录，之前联系过的所有老师都没办法取得联系。程先生表示结合两次事件，怀疑北京有教不舍教育科技有限公司属欺诈行为，要求北京有教不舍教育科技有限公司退回学费3582元。

【案例三】家长反映双减出台前“51Talk”单方面修改服务协议

10月11日，河北省的刘先生向“电诉宝”反映称在2019年12月1日自己家孩子开始在51talk平台参加青少儿英语学习，后期在51talk营销人员不断的涨价营销宣传下，于2019年12月12日购买价值19512元的强化套餐课程，期间营销人员从未在付款前向自己全面展示服务协议内容，只说每月上够15节一对一菲教课程。

2021年9月18日该平台单方面发布周末及节假日停课通知，因孩子平常上课时间主要在周末，所以修改后孩子无法在周内完成平台要求次数课程，且规则修改后剩余的课次将无法上完，遂于9月23日向该平台客服提出退费申请。同时刘先生称发现平台对正在使用的服务协议在双减政策即将出台前的2021年6月22日都单方面进行了修改，且从未以任何方式向自己告知。在具体内容中平台增加不可抗力责任免除，协议修改权限等不合理内容，且协议乙方公司名称由原来的北京大生知行科技有限公司变更为深圳大生知行教育科技有限公司，向平台客服提出质疑，客服也未予明确答复。

刘先生表示在9月23日提出退款申请后，客服答复两日内订单专员会联系，可到现在一直没有乙方相关人员与自己联系，反复催促客服，也一直以业务员繁忙为借口拖延办理。

【案例四】课程无法正常观看 “天普教育”玩失踪联系不上人

10月11日，云南省的杨先生向“电诉宝”反映称他于2021年4月08日在京东天普在线旗舰店购买消防工程师培训课程，客服和其沟通后京东白条支付4000元，分10期。一开始培训课程及app都能观看，但是后来就一直登录不进去，课程也无法观看，杨先生一开始以为是网络问题就没上心，一直忙着毕业找工作，但是后来又登录的时候发现课程已经看不见了，客服电话也没人接听，公司电话也没人接听。杨先生发现自己被骗了，而且看到网上好多人都被天普教育欺诈了，杨先生表示自己的诉求是追回自己的钱。

【案例五】“轻轻教育”疑似跑路 老师被移出工作群

10月12日湖北省的朱先生向“电诉宝”反映称他于2021年6月30日在“轻轻教育”机构工作人员的诱导下支付13168元，说是囤课有优惠，直到今天才发现老师不上课了，说是已经有两个月没有发工资了，老师自己已经被公司除名了。

朱先生称在网上有好多像自己这种情况，既上不了课，也退不了款，不仅作为学生的家长受骗了，就连任课老师也是受害者。

同样，湖北省的周女士也向“电诉宝”反映称她于2021年3月份开始轻轻

教育一对一多次购买课程，现在还有 187 课时没有上，但是由于双减政策，再加上轻轻教育的老师不断离职，于 2021 年 9 月 23 日于班主任提及退费，最后，班主任答应 9 月 28 日申请一笔 15881.6 元的 130 节课的退费。但是，两周来，机构利用各种理由不予，一会儿说主管没有批准，一会说需要三个月，一会儿说需要排队，总之不予办理退费，10 月 10 日班主任已经离职，11 日老师已经无法进入教学平台。

【案例六】“学慧网”不过包退班虚假宣传 用户投诉诱导购买增值服务

10 月 12 日，福建省的赵先生向“电诉宝”反映称他于 2021 年 4 月在学慧网人员诱导下报考转本连读，缴费 10800 元，首次缴费 1080 元贷款期限一年，每月费用 810 元。

2021 年 7 月又被推荐一个包拿毕业证的增值服务，叫不过包退班，缴费 10000 元，赵先生称后期发现他们属于虚假宣传，考试完全还是靠自己，根本就达不到他们所说的包拿毕业证，就算考试考过去了也完全跟他这个服务没有一点关系，完全属于诱导消费者购买他们的培训服务以及增值服务，现在想退款都完全没办法，12315 也打了根本解决不了。

【案例七】“双减”下“沪江网校”修改上课时间造不便 家长退款被为难

10 月 19 日，山西省的刘女士向“电诉宝”反映称她于 2020 年 12 月 14 日购买沪江网校新麦教育 1v1 定制课程，上的是新概念联报课，花费 20134 元。2021 年 9 月开始，国家双减政策不让周末和假期上课，于是他们开始改为周一到周五晚上上课。但是孩子进入初中后根本抽不出时间来上课，于是自己要求退课，但是沪江网校以不符合退课要求故意为难。

刘女士表示双减政策造成的变动，难道属于家长违约吗？难道退课不应该吗？刘女士对此怀疑沪江网校接下来的生存能力，她称如果这点费用都不给退，万一哪一天公司撑不下去，家长去哪找人？刘女士目前的诉求是把未上课的钱退还。

【案例八】“环球网校”被指保过班 临近考试微信被销售老师删除

10月19日，辽宁省的盛先生向“电诉宝”投诉称他于2021年4月，在北京环球网校售课老师的诱导下，购买了一级造价工程师和一级消防工程师一次性保过班课程，网校宣传承诺有内部输送班，可以跟着密训课程一次性保过，今年即可拿到证书，共计花费28600元（订单号1：2021042520084898246530；订单号2：2021040716310254957390）。

盛先生称临近考试，所有真相都浮出水面，承诺的保过课程没有，就连当初的销售老师也将自己微信删除了，人间蒸发，与环球网校多次协商退费无果。

【案例九】“深海教育”被指宣传与实际对接机构不一致 退费被无视

10月26日，青海省的冯女士向“电诉宝”反映称她于2021年6月26日在京东深海云教育专营店购买人力资源管理师中级 HRM 炼成班，出现退费难问题，侵害了消费权益。

冯女士表示自己的诉求是：1、深海教育通过抖音平台获取到自己的微信号，通过各种夸大的宣传极力诱导购买了课程，在沟通过程中一直出示的公司资质证明都是北京深海教育的相关证件，购买到课程以后又成了济南的机构与自己对接，对此初次感受到了被欺骗。

2、自己是一名校外培训机构的负责人，于今年7月由于受到双减政策影响，学校出现了生死存亡的问题，届时（2021年8月6日）与深海教育工作人员提出了无暇顾及课程，希望退费的问题，对方拒绝了接听电话。（2021年8月21日）再次向深海教育工作人员提出退费问题，再次以霸王条款拒绝退款，（2021年10月24日）又一次提出退费，机构人员以转接售后为由就无视退费问题。

【案例十】“众趣教育”被指让隐瞒在校学生身份进行贷款

10月27日，河南省的李女士向“电诉宝”投诉称，2021年9月15日众趣教育苏苏老师一直很热情的介绍他们的机构有多好，学了之后会有多大收入，课程内容却没说清楚，李女士表示自己没有钱，他说他们那里有合作的平台可以先学后还，没和自己说是贷款平台，要李女士和那个贷款平台的说自己不是学生。

李女士称先办理的贷款，才给的合同，但是退课的什么事情和课程老师什么

的都没有说清楚，给自己合同时名字已经在合同上了，相当于合同什么的都弄好了，现在要退课，他们就有答没理的。李女士表示他们合同上说老师随时解答，但是有时候一都不一定见到他们回答，还要自己支付四千多违约金，李女士询问诱导自己贷款这事怎么说，他们就一直避重就轻说合同，给他们客服打电话打了几天都无人接听。

【案例十一】学员痛诉“学慧网”欺骗诱导签合同退款难

11月3日，北京市的王女士向“电诉宝”投诉称她于2021年8月17日16:34分报名并全额缴费《学慧网网络课程培训》7400元，当晚20:49分发现课程内容与微信沟通老师所说严重不符，当时与老师表达了想要退费的想法，老师避重就轻答非所问爱搭不理，让找APP在线班主任，后来发现所谓的班主任是机器人。之后老师不回微信联系不上，官方的电话也一直都是打不通的状态，座机也是一直占线。

王女士表示从报名缴费到填写申请退费仅四个小时的时间，被告知退费要扣除15%的新生注册费，因为课程多项内容与签约前老师所承诺的完全不符、后期的服务态度、没有办法正常的去学习等原因不得不选择退费，学慧网以欺骗诱导的手段签订合同，让学员先交费才能签合同的行为可恶之至。

【案例十二】家长称“51talk”周末课程改周中不上也扣款

11月3日，山东省的来女士向“电诉宝”投诉称她于2021年4月18日在51talk少年英语购买了4800元的网络外交英语课程，后由于教育政策改变，网络课程节假日及周末都无法上课，而周一至周五孩子时间比较紧张，作业都无暇顾及，很没时间上网络课程。51talk限定每月必须上够10节课，上不够也扣10节课费用。

于是申请退费，结果客服电话一直没人接听，在线客服联系不上，只有称班主任的，说可以退费，但是必须联系客服。又多次联系客服实在无果，让等处理等了好多天也没动静，来女士要求退还剩余课时的费用即可。

【案例十三】想退随时退？用户反映“帮考网”承诺不履行

11月7日，河南省的杨先生向“电诉宝”投诉称他于2021年4月在帮考网购买价值3990元一级消防注册普通班课程，2021年7月左右帮考网一位郭老师不断宣传价值15810元一级消防私教班，总价19800元而且承诺想退费的时候随时退费，杨先生称就怕对方以后按合同来，还专门强调这个问题，还是承诺给退费，随后问普通班费用，这位郭老师说交全款就核算在里面，交定金退的时候按比例退，私教班90%的退款，普通班70%的退款，有了她的承诺自己才报的私教班。

杨先生称今年由于考试取消了，自己要求退费，结果他们说没达到他们的要求要按照协议来，但是协议都是偏向他们自己的霸王条款，自从开了私教班，自己普通班的课程停了，网页登不上了，班主任也不管不问了，退费时又给分的挺清，杨先生表示自己的诉求是：按照承诺私教班定金按90%退费，普通班按70%退费。

【案例十四】“掌门1对1”被指近5万元学费退费无进展

11月8日，浙江省的高女士向“电诉宝”投诉称她于2020年8月10日为女儿购买初二升初三双科120节课共计金额14817.6元（截止投诉日尚余39节课，折金额4815.72元）；另于2020年11月30日购买初三五科360节课共计金额47363.4元（截止投诉日尚余360节课，课程金额47363.4元均未消费），订单号，以上已交费未消费课程金额合计为52179.12元。

高女士表示2021年9月前上课均为正常状态，2021年9月开始至2021年10月期间已无法联系上班主任及授课老师，官网客服电话也无人接听，于2021年11月5日在其官网启动了退费申请程序，目前无任何进展，无法联系到相关工作人员。自己于2021年11月8日前往位于上海的工商登记地址，物业称该公司早已于两个月前就已搬迁跑路，遂于2021年11月8日当于前往上海市公安局宝山分司杨行派出所进行了报案。

【案例十五】“常青藤爸爸”被指虚假宣传 打卡返现客服打太极无处理

11月12日，江西省的王女士向“电诉宝”投诉称她在常青藤爸爸app购买199元的打卡返现0元学课程，10月26日按照要求完成打卡，联系客服返现，说的让自己等一等，5个工作日处理完成。王女士称等了半个月还未处理，并且

客服也不给出明确处理时间，只会给消费者打太极，并不做出任何实际性回复。

王女士表示常青藤爸爸作为教育机构广告虚假宣传诱骗消费者消费，不守信用，自己的诉求是尽快处理返现 199 元，并且双减政策出台这么长时间，他们还大肆宣传英语、语文这些学科类课程，尤其还给学龄前儿童售卖。

【案例十六】“大塘小鱼”被指无法正常上课 客服电话打不通

11 月 13 日，江苏省的荣女士向“电诉宝”投诉称她于 2019 年 5 月购买新东方旗下大塘小鱼全能宝宝（6 年课程，直播课后 3 年内免费观看）及 AI1 对 1（终身免费观看）课程，总计 6078.51 元。2021 年 11 月登陆网站、app 发现查询不到购买课程，网页一直显示加载中，无法正常上课。荣女士称官方客服电话永远无法接通，之前微信加的老师也没有任何回应，现荣女士的要求为大塘小鱼退还费用 6078.51 元。

【案例十七】“兴为网校”被指对接老师虚假宣传师资退款被拒

11 月 16 日，河南省的冯先生向“电诉宝”投诉称他于 2021 年 8 月 27 日，通过网络支付向北京兴为科技集团有限公司支付 18500 元，为妻子购买医学考研 1 对 1 网络课程。根据对接老师承诺，可提供考研对应院校老师授课。付款签订合同后，对方并不能如约提供对应院校老师的授课服务，自己要求退款，对接老师声称原约定的院校今年没有授课老师，要自己妻子调换其他院校老师进行学习，且根据兴为公司规定不能退款。

冯先生随后便拨打兴为科技客服电话 4006920066，客服称已将反馈情况推送对应对接老师，需要 15 个工作日给予回复。10 月 25 日兴为教育工作人员打电话称需要了解情况，并向冯先生妻子索要与对接老师沟通的截图、录音证据，并未对不能按约履行义务做出解释，未对退款事项进行回应。冯先生就此对方不能履行事前约定，积极回复售后问题，要求北京兴为科技集团有限公司全额退还 18500 元并支付相应的经济损失，并对对接老师虚假宣传公司业务要求整改并处罚。

【案例十八】“赛优教育”被指售后态度恶劣 无沟通退款被拒

11月17日，河北省的王女士向“电诉宝”投诉称她于20年7月16日买的赛优教育的教师资格证的课程，从买课到现在一直没有看过该课程。因为疫情的原因，去年12月份的时候就提过一次退费，当时的销售和售后就以各种理由推脱，不给退费。今年由于政府出台了双减政策，培训机构大量倒闭，自己已经不从事教育行业了，所以也不需要考这个证了，今年也一直没有观看购买的课程。

王女士称今年第一次提出要退费是在10月28日，当天的销售说是可以换成学历提升或者是心理咨询师证，因为用不到所以马上拒绝了，他们就说那就得需要对接售后人员。在这期间，他们机构的人在整个沟通的过程中只有一句话：帮对接售后人员，1-3个工作日联系。但今到了11月9日整整过去13天，都没人联系。期间又找了一次他们的销售和软件平台的客服，到今天为止还一直没有人联系。

【案例十九】“众趣教育”被指课程质量差强人意 退款需支付高额违约金

11月18日，河北省的李先生向“电诉宝”投诉称他于2021年7月26日在微信上购买了众趣教育旗下么达日语的日语课程，并且在机构老师的诱导下签订了分期付款合同，可是课程的质量却一言难尽。李先生称询问机构是否是录播课的时候，他们含糊其辞，并不直接说明，使自己误认为课程是以直播的方式进行。课程开始的时候，的确如他们所说，课下有人进行辅导，可一个月过后。就开始更换老师，并且态度十分冷淡，时常爱答不理的，拖延学习的进度。

李先生表述称签订合同时，上面清楚写明：全部课程以归属自己个人所有，但现在仍然需要机构方进行解锁。在自己要求终止合同时，机构方要求支付高额违约金和服务费。试问机构方违约在先，自己又有什么责任去履行这份“霸王条款”？李先生目前的诉求是解除这份合同，退还所缴纳的学费。

【案例二十】“平安好学”被指退款专员态度恶劣拒绝退款

11月20日，江苏省的马女士向“电诉宝”投诉称她于2020年3月5日在tutorABC（后改名为平安好学英语）上购买了一份价值30970元的在线教育课程，并在销售人员的引导下在百度有钱花的平台上贷款消费。现在课程很久没有更新了，课程中的内容质量不行，外教的能力也有问题。有的老师中途停止授课，该

讲的内容也不讲，导致自己想退款。

马女士表述后来于 2021 年 9 月 1 号电话告知想终止合同，其客服人员回应称有退款专员会回电话，但一直没有接到这个电话。在 9 月 3 号又打了一次，其退款专员在 9 月 8 号回复了电话，但电话过程中态度不好，一直拒绝退款。其退款人员还以其公司资金紧张为理由拒绝退款，但当初签合同同时销售人员承诺可以随时退款，签合同同时承诺的返现也没有被他们单方面取消掉。

在其 APP 中在线客服中发出申请，也没有任何人回复。其销售人员承诺的话一句也没有用，并且所有签订的合约都是单方免责的格式条款，只规定了消费者的责任，以及商家的权益，完全不考虑消费者的情况与权益，例如没有客观理由或不可抗拒事由就不允许退款，马女士表示这是霸王条款。

【案例二十一】“51Talk 无忧英语”被指霸王条款 孩子无法上课每月最低消费却在扣款

12 月 1 日，河北省的侯女士向“电诉宝”投诉称她于 2019 年分两次购买 51tslk 课程，双减政策实施后，51talk 在周六日不能上课，每月最低消费课时政策却不变，且 51talk 单方面修改合同条款。

侯女士表示自己的孩子周一到周五住宿，只有周六日有时间上课，多次要求退费 51talk 不予解决，且暗示自己主动将课程转为成人课程，违规让孩子上成人课程，自己没有同意。侯女士称不能上课，还要眼睁睁看着课程被扣，投诉 51talk 的霸王条款，要求 51talk 将剩余的 31 节课程全额退款。

【案例二十二】“潭州教育”被指虚假宣传直播变录播 售后退款打太极

12 月 1 日，河北省的王女士向“电诉宝”投诉称 2020 年底在微信小程序发现潭州所开的课程，由于对原画感兴趣就花一块钱买了试听课，后来被饥饿营销的手法缴费 9980 元，实际上的互动式直播和录播都不是主讲老师发言，而是助教。后来班级推销证书 680 元，本来只是有这种想法的但被班主任天天催款最后购买。王女士称课程进度很快，作业超难度，让人无法适应。后续售后退款一直扯皮打太极，自己明确要求退款，班主任只说换班。

王女士表示潭州利用学生的求学心理，饥饿营销，营造机不可失的氛围，只给 8 个名额(每个人说的不同)，先预付 200，紧接着就催你付款，诱导学生分期，选择全部课程。本身在 b 站宣传的是直播课，体验课并未告知是录播，缴费之后才告知是录播加解答课的形式，上课质量不行，付费前说的是 4 个老师，实际只有一个真人老师，而且极不稳定，2 个月不到换了 3 个，上课也有时候不在，解答课也并不是定期都上。学习内容节奏太快，没有给学生充足的时间理解，给人赶紧上完赶紧交差的感觉。解答课也不能解决所有学生的提问，作业也没有批改。售后服务差，申请售后长时间无人理会，申请退款时也遮遮掩掩，电话联系也只是说联系班主任并没有具体时间回复。

【案例二十三】“小叶子智能陪练”被指退款问题多 用户反映重复扣费多扣费

12 月 2 日，河北省的杨女士向“电诉宝”投诉称她于 7 月 31 日在小叶子北京科技有限公司购买 10199 元的课时包，当时承诺可以退款，原课时包 120 节课，上了 13 节课，应该退还 9094.13 元，但是却多扣了 20 节课和 73 块钱，也就是只退了我 8429.19 元。联系客服一直不说是是什么原因扣款。就说是赠课被扣了，可是自己都没上赠课。

杨女士表示在 9 月 1 日，又购买了一个 9999 的课时包，当时客服说用新账户上课不会影响扣费。新账户一直再扣课，现在突然说自己上了旧账号的课程，旧账户一直就没上过，相当于新账户和旧账户同时扣款。重复扣了两次。

原来做宣传的时候客服承诺说退款不会影响魔法石，现在又突然说公司规定退款不让用魔法石，原来承诺每周有四节赠课，现在也变成了两节，难道公司可以随意更改条款吗？杨女士表示很多家长都是因为赠课才上的这个课程，现在突然不赠课了，属于欺诈。

【案例二十四】“常青藤爸爸”被指打卡久久未返现 客服电话无人接听

12 月 2 日，辽宁省的陈女士向“电诉宝”投诉称她在 2021 年 8 月 22 日在习惯熊小程序买了常青藤爸爸的英文逻辑表达课程，说好的完成打卡任务返还购课钱 199 元，好不容易完成了打卡，申请提现却以各种理由不给提。image.png

（注：图为王女士提供）陈女士称常青藤爸爸一开始说 30 个工作日内到账，过了三个月也没有到账，又说更新系统 11 月 30 号可以提现，12 月了还是不给提现。现在又排队返现，自己排到七千六百多名，每天人数也不见减少。

陈女士表示排队号应该都是假的，找卖课习惯熊平台，平台让联系常青藤爸爸，常爸客服电话一直无人接听，在线客服每次都是敷衍，不给返现就应退款给自己。

【案例二十五】“帮考网”被指先缴费后签合同 虚假宣传保证性承诺

12 月 2 日，山东省的梁女士向“电诉宝”投诉称在 2020 年 12 月 23 日，帮考网一位姓王的工作人员联系自己，让升级报名私教班，并诱导办理分期补齐 19800 元，缴费后才让签订合同。今年 11 月底考试没过，打算办理退费，帮考网告知不符合退费条件，现在申请退费并投诉帮考网虚假宣传、欺诈消费者，具体内容如下：

1、发布虚假广告，帮考网工作人员多次在朋友圈发布广告称其“通过率高达 90%多，一年过六科，不过退费”等明示或暗示性的保证性承诺，并经常发布学员一次性通过六科的截图和故事，来欺骗诱导消费者；

2、虚假宣传，欺诈消费者，帮考网欺诈消费者说有取证指标，可以一年过六科，有内部资料 AB 卷，并暗示有相关出题专家押题，不过退费，让放心报班；

3、先交费后让签合同，并且合同全是霸王条款和格式条款，合同内容和之前承诺不一样，避重就轻，关于与消费者利益有重大利害关系的如退费条款，并无显著方式进行提示，更无说明，未尽到提示说明义务，其内容应为无效，现在帮考网拿着合同来说不符合退费条件拒不退费。

梁女士表示帮考网虚假宣传，导致自己考试不通过且耽误自己的考试时限，严重侵害自己的合法权益。对此，帮考网工作人员向“电诉宝”千篇一律、机械反馈称：收到用户投诉后，我们非常重视，第一时间与用户取得联系，并积极协商处理方案，目前还在协商处理中，有结果将第一时间回复。

【案例二十六】“深海教育”被指夸大宣传诱导购买课程

12月6日，河北省的李女士向“电诉宝”投诉称她于2020年9月22日和2021年8月9日购买人力炼成班和加强班之前并没有接触，所以介绍人力资源说不过包退费，而且很适合宝妈学习。最后一次跨级考试，当时可以帮忙注册抢老生学籍占名额，就可以报考客服说最后可没时间听课也以通过刷题和密卷能通过，今年8月又有老师联系说这个加强班学习更能顺利通过，且有押题密卷保证通过为确保万无一失。

李女士称又报名加强班后发现两个班级课程基本一样没有特殊性，而且今年参加考试，有人力同学说直接自己报考就可以其他都不用，觉得自己上了当。两个班级都说有密卷，但是事实是考试前期各种问老师要题都说要等，最后才给两个班级题都一样，没差别，期间还有老师让报名最后冲刺班。

李女士表示深海教育夸大宣传，极力诱导购买课程，沟通中也出现了资质机构证明，事实是两次报名都不一样，一个深海教育，一个深海云，而且课程考题基本一致对次觉得受骗。其次不需要抢占名额不需要注册学籍，完全可以自己报名缴费说不过全额退，并没有明确告诉退课协议条款，联系客服说就算不通过也不是全额退款，而且有一系列协议觉得是霸王条款和售前宣传不一致升班以后密卷并和考题相差十万八千里，有不实宣传。

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，深海教育工作人员机械、千篇一律地向“电诉宝”发来反馈称：已经收到用户的反馈，这边将第一时间发给客服相关部门，一切问题客服人员都会解决。

【案例二十七】“沪江网校”被指存格式条款 以超过15日为由拒绝退课

12月7日，广西壮族自治区的梁先生向“电诉宝”投诉称他在平台沪江网校购买了日语零基础直达N1【畅学全能班】现金奖励版课程，订单价格8111.04元。上课过程中发现课程质量不好决定退课，但沪江以超过15日为由不予退课。

梁先生表示自己向沪江购买了课程，通过优学宝分期的方式支付了课程的费用，沪江则提供约定数量的课程培训服务。双方之间成立教育培训合同关系。根据我国相关法律规定，消费者有权自主选择提供商品或者服务的经营者，自主选

择商品品种或者服务方式，自主决定购买或者不购买任何一种商品、接受或者不接受任何一项服务。关于超过 15 日不得退课的约定，属沪江单方提供的格式条款，剥夺了消费者自主选择的权利，属排除或限制消费者权利，加重消费者责任的不合理条款，具有强制交易的性质，应属无效。

【案例二十八】“大塘小鱼”课件无法观看 各种渠道联系不到工作人员

12 月 7 日，福建省的邱女士向“电诉宝”投诉称她于 2020 年 1 月 14 日开始在大塘小鱼购买“全能宝宝”课程，花费 469.04 元。后于 2020 年 2 月 18 日开始补差价购买了北大妈妈和哈佛妈妈图书包，分两笔支付，一笔是在京东白条分期 12 期，每期还款 416.67，小计 5000 元。另一笔为支付宝支付 9462 元。小计 14462 元。

邱女士称售后夸大其词承诺持续更新提分课，满足 0-12 岁所有科目及课外学习内容。可现在不管是手机、平板还是电脑登录大塘小鱼课件，均为“加载中……”“我的订单”中购买信息加载速度异常缓慢，客服电话永远都是“正在为您转接中”，当初的客服及群内老师有问无答，毫无反应。邱女士表示自己的诉求就是退还所有学费，总计金额 14462 元。购买的目的是能顺利学习，而不是在从未告知的情况下就销声匿迹，毫无信用可言。

【案例二十九】“一只船教育”被指招生老师清楚不符报名条件 仍诱导报名退款遭拒绝

12 月 9 日，河南省的常先生向“电诉宝”投诉称他于 20 年 12 月份报了一只船教育，报名之前各种忽悠，称可以挂靠很多钱，比工资高多了，挂靠风险只字未提，报名之后且对学员不闻不问，在学员提出退款后又恶语相向。常先生称自己在知道证书挂靠违法，报名条件不达标的情况下申请退款，遭到一只船教育拒绝。

常先生表示北京一只船教育机构疑有以下两个欺骗行为：第一，北京一只船教育招生老师多次跟学员提到，拿到证书后推荐挂靠单位，并且有可观的挂靠费，后来了解到，国家是不允许此类证书挂靠的；第二，招生老师在清楚本人条件不符合报考情况下，仍多次跟自己保证报考没问题，引诱本人购买课程签订

合同。取得非消防工程专业学历的，必须从事安全消防工作 6 年，才能参加报考，而自己从来没有从事过安全消防类的工作经验。接到用户投诉后，我们第一时间将相关投诉转交给平台，对此，“一只船教育”的工作人员机械、千篇一律地向“电诉宝”发来反馈称：用户的诉求我们已收到，会及时对接，售后工作人员将于五个工作日内联系用户，请保持电话畅通。

【案例三十】“赛优教育”被指诱导消费与报名所说不符

12 月 17 日，河北省的张女士向“电诉宝”投诉称她于 8 月 27 日在快手电商平台购买 1 元教资课程，在试听课过程中消费 2580 元购买价教师资格证考试课程，在交费过程时告我 97%的通过率，2 年之内都可以学习，一直到拿证不在交任何费用，到正式上课任教老师更换，再交费是并没有说会换老师。

张女士表示课过程中说知识点掌握不好的可以找老师找补救方法，但是在提出问题并没有给出具体的补救方式方法，还以快到考试了老师太忙为理由回复。在提出作文不会立意的问题时，并没有给出解决方法或建议，商家只是诱导消费方式让交 vip 课程费用。现在想更换其他课程，又提出让补费用。张女士认为赛优教育诱导消费，与报名时所说不符合，侵犯了自己的个人财产权，投诉返回所有费用。

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>

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>

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

我要投诉

电商入驻

? 投诉指南

电诉宝

电商投诉，就上“电诉宝”

高效解决消费纠纷

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				

（二）关于网经社

浙江网经社信息科技有限公司拥有近 20 年历史，旗下运营：网经社(数字经济门户)、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)等系列子品牌/平台/产品，提供媒体、研究、数据、融资、营销、顾问等服务，在业内被誉为数字经济行业的“Bloomberg”，并致力于打造大数据驱动的“中国领先的数字经济门户”。

网经社网站(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门户。



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。



网经社教育台 (EDU. 100EC. CN) 是专业智库型在线教育门户，运营有：教育台(在线教育门户)、网教宝(自媒体品牌)、研究中心(智库)、网课超市(导航)等，提供媒体报道、报告榜单、融资、营销、售后顾问等服务，是在线教育从业

者、媒体、投资者、用户的首选平台。

网经社教育台

专业智库型在线教育门户

- 运营：教育台(在线教育门户)、网教宝(自媒体品牌)、研究中心(智库)、网课超市(导航)
- 提供媒体报道、报告榜单、融资、营销、售后顾问等服务
- 在线教育从业者、媒体、投资者、用户的首选平台



在线教育业内人士
微信咨询:clt7513

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Q4中国电子商务用户体验与投诉数据报告》”。

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10日

(近 40 万电商人都在看!)



电数宝 (DATA.100EC.CN)

(12 年沉淀 10 万+条数据覆盖 4000+平台)

(在线网购投诉)



电诉宝 (315.100EC.CN)

(我要投诉)



网经社小程序码 (微信小程序搜网经社)

