网经社电子商务研究中心
"一带一路"TOP10影响力社会智库

电诉宝
网络消费纠纷调解平台

# 2022年度中国电子商务用户体验与投诉监测报告

报告编制：网经社电子商务研究中心

发布日期：2023年3月14日

数据来源：“电数宝”电商大数据库（DATA.100EC.CN）

# 报告声明

01

1、本报告相关知识产权归发布方所有，**任何企业、机构、媒体等单位及个人引用本报告数据、内容，均请注明：**“根据网经社电子商务研究中心发布的**《2022年度中国电子商务用户体验与投诉监测报告》**”，不得篡改、曲解报告内容。

02

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，网经社及其所属主体不承担因使用本报告信息而产生的任何责任。

03

3、报告涉及金额单位除特殊标注外，均默认为元（人民币）。

04

4、数据来源：网经社“电数宝”（DATA.100EC.CN）。

# 报告声明

05

**5、发布渠道：**（1）网经社WWW.100EC.CN数字经济门户网站及《电商周刊》《数字零售月刊》《跨境电商月刊》《移动出行月刊》数百万EDM订阅用户）；（2）网经社入驻自媒体平台（覆盖数千万数字经济相关群体）；（3）3000+实名认证的记者库媒体采用（覆盖数亿级数字经济用户受众）。

06

**6、联系我们：**B2C@netsun.com 。我们专注报道、研究、服务于数字经济，重点关注：**数字零售、数字产业、数字生活、数字贸易、数字教育**等细分领域，十六年如一日专注推动制造业、零售业、服务业、农业、物流业、进出口，推动新制造、新零售、新贸易、新服务、新物流、新农业、新消费等新型经济生态圈的建立。

欢迎各数字经济及相关机构，开展个性化定制，包括不限于：**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、用户体验、财务分析、投融资、行业影响力、用户满意度、用户体验评测、平台界面与功能服务评测**等细分维度平台大数据报告或行业报告。

# 网经社电子商务研究中心报告发布计划

| | 报告名称 |
|---|---|
| 投融资报告 | 2022年度中国**电子商务**投融资数据报告 |
| | 2022年度中国**数字教育**投融资数据报告 |
| | 2022年度中国**数字健康**投融资数据报告 |
| | 2022年度中国**跨境电商**投融资数据报告 |
| | 2022年度中国**产业电商**投融资数据报告 |
| | 2022年度中国**数字零售**投融资数据报告 |
| | 2022年度中国**物流科技**投融资数据报告 |
| | 2022年度中国**电商服务商**投融资数据报告 |

| | 报告名称 |
|---|---|
| 消费权益报告 | 2022年度中国**电子商务**用户体验与投诉数据报告 |
| | 2022年度中国**二手电商**消费投诉数据与典型案例报告 |
| | 2022年度中国**生鲜电商**消费投诉数据与典型案例报告 |
| | 2022年度中国**零售电商服务商**消费投诉数据与典型案例报告 |
| | 2022年度中国**社交电商**消费投诉数据与典型案例报告 |
| | 2022年度中国**跨境电商**投诉数据与典型案例报告 |
| | 2022年度中国**在线旅游**消费投诉数据与典型案例报告 |
| | 2022年度中国**女性**网络消费投诉数据与典型案例报告 |

| | 报告名称 |
|---|---|
| 行业数据报告 | 2022年度中国**电子商务**市场数据报告 |
| | 2022年度中国**产业电商**市场数据报告 |
| | 2022年度中国**跨境电商**市场数据报告 |
| | 2022年度中国**网络零售**市场数据报告 |
| | 2022年度中国**生鲜电商**市场数据报告 |
| | 2022年度中国**二手电商**市场数据报告 |
| | 2022年度中国**直播电商**市场数据报告 |
| | 2022年度中国**物流科技**市场数据报告 |
| | 2022年度中国**移动出行**市场数据报告 |
| | 2022年度中国**数字教育**市场数据报告 |
| | 2022年度中国**数字健康**市场数据报告 |

# 目录


- 整体数据
- 数字零售篇
- 数字生活篇
- 电商服务商篇
- 热点投诉
- 报告附录

# 一 整体数据

- 投诉数量增长趋势分布
- 投诉细分领域分布
- 投诉细分平台占比
- 投诉地区分布
- 投诉金额分布
- 投诉用户性别分布
- TOP20热点投诉问题

# 一、整体数据

## 1.1 投诉数量增长趋势分布：四年来首次正增长

据“电数宝”数据显示，2022年投诉案例呈现正增长，同比增长35.3%。此前，2019年-2021年受理的投诉案件数呈现负增长，2019年同比下降0.72%；2021年同比下降21.84%。可见，疫情影响收缩，消费回暖，网络消费投诉数量也有所增长。

2013-2018年全国网络消费投诉数量增长趋势，增速分别为4%、3.32%、3.27%、14.7%、48.02%、 38.36%。此外，2016、2017两年内受理的投诉案件持续上升，2017年增长率近似2016年增长率3倍，为六年来最大增长。

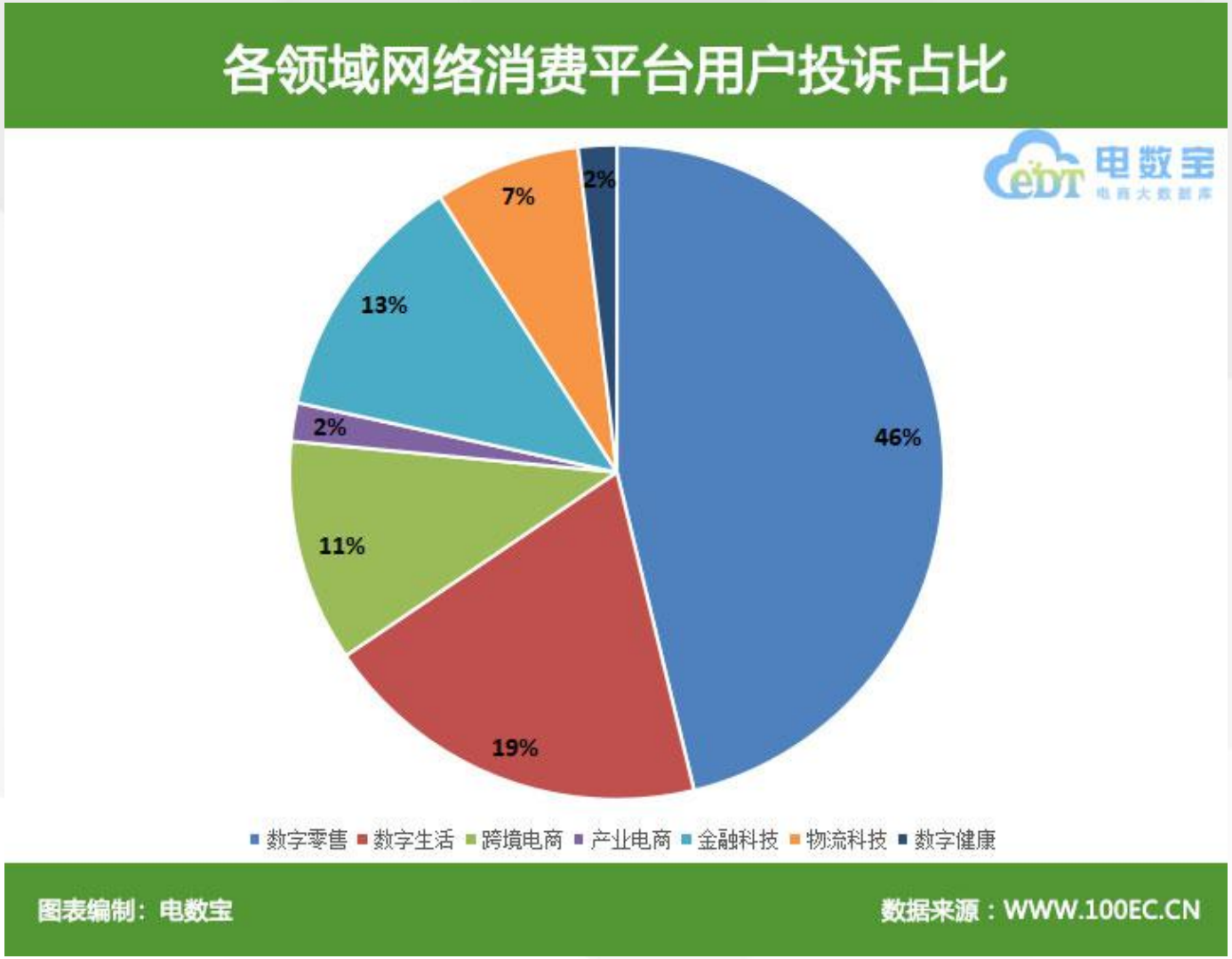
# 一、整体数据

## 1.2 投诉细分领域分布：国内网购占“半壁江山”

据“电数宝”数据显示， 2022全年，国内网购投诉占全部投诉42.78%，比例最高；此外，商家纠纷占比15.78%；跨境网购为6.07%，网络支付为5.05%，P2P网贷为4.92%，分期消费为4.47%，在线差旅为2.74%，网络传销为2.45%，物流快递为2.33%，网络订餐为0.55%；银行电商为0.24%，网络用车为0.21%，其他类投诉占比为12.4%。

# 一、整体数据

## 1.3 投诉细分平台占比：数字零售占比近五成




据“电数宝”数据显示， 2022年全年共计受理264家网络消费平台用户投诉。其中，数字零售有122家，占比最高，为46%；数字生活为51家；跨境电商29家；产业电商平台为5家；金融科技平台为33家；物流企科技平台为19家；数字健康平台为5家。

# 一、整体数据

## 1.4 投诉地区分布：广东省连续五年第一

据“电数宝”数据显示，2022年“全国十大热点网络消费投诉地区”分别为：广东省（16.59%）、浙江省（6.80%）、江苏省（6.73%）、山东省（5.96%）、北京市（4.87%）、上海市（4.48%）、河南省（4.32%）、四川省（4.15%）、河北省（4.01%）、湖北省（3.59%）。

网络消费投诉主要集中地区为广东省、浙江省、江苏省等沿海城市，这与当地的网络购物热度及人口数量有直接关联。受经济实力、文化教育水平和社会文化的影响，各地消费者对于网络消费维权的态度也有所不同。

# 一、整体数据

## 1.5 投诉金额分布：5000元以下占比超六成

据“电数宝”数据显示，2022年全年，网络消费纠纷涉及金额在1000-5000元区间的占比最高，为26.86%；其次分别为100-500元（15.77%）；10000元以上（14.03%）、0-100元（13.06%）；5000-10000元（12.79%）；500-1000元（8.82%）；未选择金额（8.67%）。

多数用户网络消费纠纷涉及金额在1000-5000元之间，这也能够说明网络消费单笔金额在该区间的占多数，主要集中在大件物品、衣服饰品、家电、手机等客单价相对较高的品类上。10000以上的投诉多为购买3C数码、退店保证金等消费纠纷。 对此，电诉宝平台提醒广大网络消费用户，不论涉及金额多少，当遇到卖家侵权时，一定要勇于维护自己的合法权益。

# 一、整体数据

## 1.6 投诉用户性别分布：连续三年女性投诉占比高于男性

据“电数宝”数据显示，2022年女性用户投诉比例为53.05%，男性用户投诉比例为46.94%，与前一年相比相差不大。

2013年-2019年，男性用户投诉占比均超过女性用户，2020年女性用户投诉占比反超男性，不过双方差距不大，基本维持在50%左右。

# 一、整体数据

## 1.7 TOP20热点投诉问题：退款问题投诉高发

据“电数宝”数据显示，2022年，全国网络消费热点投诉问题主要为退款问题（34.02%）、网络欺诈（9.78%）、商品质量（7.26%）、售后服务（5.90%）、发货问题（5.59%）、霸王条款（4.82%）、虚假促销（4.58%）、网络售假（4.42%）、信息泄露（3.46%）、退店保证金不退还（2.78%）。

其中，退款问题、网络欺诈、商品质量是消费者最为关心的网购问题，位列热点投诉问题前三。此外，信息泄露也成为今年高发的投诉问题，可见在大数据时代，消费者个人信息安全问题十分重要。

# 二
# 数字零售

- 数字零售TOP10投诉问题类型
- 数字零售TOP40消费评级榜
- 跨境电商消费评级榜
- 生鲜电商消费投诉榜
- 社交电商消费投诉榜
- 二手电商消费评级榜
- 母婴电商消费投诉榜
- 品牌电商消费投诉榜
- 服装电商消费投诉榜

# 二、数字零售

## 2.1 数字零售TOP10投诉问题类型

据“电数宝”数据显示，2022数字零售投诉问题类型排名前十的分别是：退款问题、商品质量、网络欺诈、发货问题、售后服务、网络售假、虚假促销、退店保证金不退还、退换货难、货不对板。

其中，退款问题占比高达29.68%；其次是商品质量，占比11.79%；网络欺诈占比8.18%。

# 二、数字零售

## 2.2 数字零售TOP40消费评级榜

据“电数宝”数据显示，2022全年受理海量用户投诉涉及122家数字零售平台，报告披露了《2022年全国数字零售TOP40消费评级榜》，其中，途虎养车、红布林、当当、找靓机、微拍堂、苏宁易购、唯品会、有赞获 “建议下单”评级；孩子王APP、抖音、一品威客、玩物得志等平台获“谨慎下单”评级；小红书、网易严选、寺库、国美等平台获“不建议下单”评级；瓜子二手车、小米商城、淘宝、微盟、店宝宝、转转、天猫、闲鱼等获“不予评级”。

**2022年全国数字零售TOP40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 | 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 | 途虎养车 | 100.00% | 0.947 | 9.600 | 0.976 | 建议下单 | 17 | 店宝宝 | 0.00% | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级 |
| 2 | 红布林 | 100.00% | 1.000 | 6.000 | 0.930 | 建议下单 | 17 | 国美 | 0.00% | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不建议下单 |
| 3 | 当当 | 100.00% | 0.900 | 6.000 | 0.900 | 建议下单 | 17 | 拼多多 | 0.00% | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不建议下单 |
| 4 | 找靓机 | 100.00% | 0.896 | 5.500 | 0.889 | 建议下单 | 17 | 交易猫 | 0.00% | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级 |
| 5 | 微拍堂 | 100.00% | 0.894 | 4.286 | 0.868 | 建议下单 | 17 | 转转 | 0.00% | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级 |
| 6 | 苏宁易购 | 100.00% | 0.946 | 2.960 | 0.861 | 建议下单 | 17 | 天猫 | 0.00% | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级 |
| 7 | 唯品会 | 100.00% | 0.710 | 6.000 | 0.843 | 建议下单 | 17 | 闲鱼 | 0.00% | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级 |
| 8 | 有赞 | 98.94% | 0.951 | 2.000 | 0.840 | 建议下单 | 17 | 天天鉴宝 | 0.00% | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不建议下单 |
| 9 | 孩子王APP | 100.00% | 0.450 | 0.000 | 0.635 | 谨慎下单 | 17 | 盒马鲜生 | 0.00% | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级 |
| 10 | 抖音 | 68.97% | 0.377 | 3.882 | 0.550 | 谨慎下单 | 17 | 叮咚买菜 | 0.00% | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级 |
| 11 | 一品威客 | 100.00% | 0.000 | 0.000 | 0.500 | 谨慎下单 | 17 | 艺狐在线 | 0.00% | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不建议下单 |
| 11 | 玩物得志 | 100.00% | 0.000 | 0.000 | 0.500 | 谨慎下单 | 17 | 孔夫子旧书网 | 0.00% | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级 |
| 13 | 京东 | 74.50% | 0.105 | 3.474 | 0.489 | 谨慎下单 | 17 | 快手 | 0.00% | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级 |
| 14 | 小红书 | 37.14% | 0.371 | 2.000 | 0.357 | 不建议下单 | 17 | 拍机堂 | 0.00% | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级 |
| 15 | 网易严选 | 38.46% | 0.308 | 0.000 | 0.285 | 不建议下单 | 17 | 小年鱼 | 0.00% | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级 |
| 16 | 寺库 | 25.35% | 0.123 | 2.000 | 0.224 | 不建议下单 | 17 | 千千惠生活 | 0.00% | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级 |
| 17 | 瓜子二手车 | 0.00% | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级 | 17 | 阿里巴巴 | 0.00% | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级 |
| 17 | 小米商城 | 0.00% | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级 | 17 | 美团优选 | 0.00% | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级 |
| 17 | 淘宝 | 0.00% | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级 | 17 | 淘特 | 0.00% | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级 |
| 17 | 微盟 | 0.00% | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级 | 17 | 微店 | 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∈[0,0.4)，谨慎下单∈[0.4,0.75)，建议下单∈[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网络消费平台上述行为，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

# 二、数字零售

## 2.3 跨境电商消费评级榜

据“电数宝”数据显示，在《2022年全国跨境电商消费评级榜》中，获“建议下单”的有熊猫生活；获“谨慎下单”的有洋码头；获“不建议下单”的有考拉海购；获“不予评级”的有海带宝、天猫国际、别样、识季、全球速卖通、中免日上。

此外，德国BA保镖商城、海狐海淘、86华人商城、闪亮时刻海淘、中邮海外购、羊贝比海淘、洋葱、剁手帮、冰冰购、Bonpont、行云货仓、海淘1号、86mall等也入选投诉榜。

**2022年全国跨境电商消费评级榜**

| 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 | 熊猫生活 | 100.00% | 0.600 | 6.000 | 0.810 | 建议下单 |
| 2 | 洋码头 | 86.32% | 0.141 | 3.000 | 0.551 | 谨慎下单 |
| 3 | 海带宝 | 0.00% | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级 |
| 3 | 天猫国际 | 0.00% | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级 |
| 3 | 考拉海购 | 0.00% | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不建议下单 |
| 3 | 别样 | 0.00% | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级 |
| 3 | 识季 | 0.00% | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级 |
| 3 | 全球速卖通 | 0.00% | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级 |
| 3 | 中免日上 | 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∈[0,0.4)，谨慎下单∈[0.4,0.75)，建议下单∈[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网络消费平台上述行为，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

# 二、数字零售

## 2.4 生鲜电商消费投诉榜

据“电数宝”数据显示，2022年入选生鲜电商消费投诉榜的依次为：美团优选、叮咚买菜、盒马鲜生、多点、每日优鲜、本来生活、朴朴超市、年丰大当家、美菜网、永辉超市。此前，我厨、大润发优鲜、利淘网等生鲜电商平台也遭遇过类似投诉。其中，盒马鲜生、叮咚买菜、美团优选均获“不予评级”。

此外，商品质量、退款问题、发货问题是2022年全国生鲜电商用户投诉前三大问题类型。

# 二、数字零售

## 2.5 社交电商消费投诉榜

据“电数宝”数据显示，2022年入选社交电商投诉榜的依次为：小红书、达令家、一直娱、淘粉吧、云集、nice、蜂雷、斑马会员、甩甩卖、实惠喵。此前，萌推、贝仓、淘集集、美逛科技等社交电商平台也遭遇过类似投诉。其中，小红书获“不建议评级”。

此外，退款问题、发货问题、网络欺诈是2022年全国社交电商用户投诉前三大问题类型。

# 二、数字零售

## 2.6 二手电商消费评级榜

据“电数宝”数据显示，2022年入选二手投诉榜的依次为：闲鱼、转转、红布林、拍机堂、找靓机、孔夫子旧书网、95分球鞋交易平台、拍拍二手、猎趣、爱回收。

其中，红布林、找靓机获“建议下单”评级；转转、闲鱼、孔夫子旧书网、拍机堂获“不予评级”。

此外，退款问题、商品质量、网络欺诈是2022年全国二手电商用户投诉前三大问题类型。

**2022年全国二手电商消费评级榜**

| 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 | 红布林 | 100.00% | 1.000 | 6.000 | 0.930 | 建议下单 |
| 2 | 找靓机 | 100.00% | 0.896 | 5.500 | 0.889 | 建议下单 |
| 3 | 转转 | 0.00% | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级 |
| 3 | 闲鱼 | 0.00% | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级 |
| 3 | 孔夫子旧书网 | 0.00% | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级 |
| 3 | 拍机堂 | 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∈[0,0.4)，谨慎下单∈[0.4,0.75)，建议下单∈[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网络消费平台上述行为，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

# 二、数字零售

## 2.7 母婴电商消费投诉榜

据“电数宝”数据显示，2022年入选母婴电商投诉榜的依次为：孩子王、贝贝（贝店）、妈妈购、美囤妈妈（宝宝树旗下）、爱婴室。此前，蜜芽、飞鹤官方商城、母婴之家、乐友孕婴童、好贝乐网、妈妈帮、麦乐购等母婴电商也遭遇过类似投诉。

此外，发货问题、退款问题、网络欺诈是2022年全国母婴电商用户投诉前三大问题类型。

# 二、数字零售

## 2.8 品牌电商消费投诉榜

据“电数宝”数据显示，2022年入选品牌电商投诉榜的依次为：网易严选、小米商城、华硕商城、华为商城、小米有品、屈臣氏、苹果、三星网上商城、vivo官方售后、戴尔、元气玛特、荣耀商城、哈啰好物。

此外，前三大用户投诉问题类型为：退款问题、商品质量、虚假促销等。

# 二、数字零售

## 2.9 服装电商消费投诉榜

据“电数宝”数据显示，2022年入选服装电商投诉榜的依次为：优衣库、特步、乐淘、百丽优购、H&M官网、NIKE商城、醒购商城。此前，邦购网、伊芙丽、哎呦有型、可得眼镜网、梦芭莎、波司登等也遭遇过类似投诉。

此外，前三大用户投诉问题类型为：退款问题、发货问题、售后服务。

# 三
# 数字生活

- 数字生活TOP10投诉问题类型
- 数字生活消费评级榜
- 在线旅游消费评级榜
- 餐饮外卖消费评级榜
- 移动出行消费投诉榜

# 三、数字生活

## 3.1 数字生活TOP10投诉问题类型

据“电数宝”数据显示，2022数字生活投诉问题类型排名前十的分别是：退款问题、霸王条款、网络欺诈、售后服务、订单问题、恶意罚款、客服问题、商品质量、高额退票费、网络售假。

其中，退款问题占比高达40.13%；其次是霸王条款，占比11.31%；网络欺诈占比6.37%。

# 三、数字生活

## 3.2 数字生活消费评级榜

据“电数宝”数据显示，2022全年受理海量用户投诉涉及51家数字生活平台。报告披露了《2022年全国数字生活消费评级榜》，其中，同程旅行、万师傅获 “建议下单”评级；BOSS直聘、去哪儿、飞猪、携程、联联周边游等平台获“谨慎下单”评级；美团、旅划算、马蜂窝、走着瞧旅行、鲁班到家等获“不建议下单”评级；饿了么、大麦网、58同城、如程、骑驴游、大众点评、青芒果旅行网等获“不予评级”。

**2022年全国数字生活消费评级榜**

| 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 | 同程旅行 | 100.00% | 0.833 | 5.000 | 0.860 | 建议下单 |
| 2 | 万师傅 | 97.78% | 0.809 | 3.778 | 0.823 | 建议下单 |
| 3 | BOSS直聘 | 100.00% | 0.692 | 0.000 | 0.708 | 谨慎下单 |
| 4 | 去哪儿 | 95.00% | 0.530 | 2.000 | 0.694 | 谨慎下单 |
| 5 | 飞猪 | 86.84% | 0.584 | 2.000 | 0.669 | 谨慎下单 |
| 6 | 携程 | 72.00% | 0.448 | 7.500 | 0.649 | 谨慎下单 |
| 7 | 联联周边游 | 65.00% | 0.443 | 3.600 | 0.546 | 谨慎下单 |
| 8 | 美团 | 22.86% | 0.031 | 10.000 | 0.324 | 不建议下单 |
| 9 | 旅划算 | 60.00% | 0.000 | 0.000 | 0.300 | 不建议下单 |
| 10 | 马蜂窝 | 28.57% | 0.143 | 0.000 | 0.186 | 不建议下单 |
| 11 | 走着瞧旅行 | 6.25% | 0.050 | 2.000 | 0.106 | 不建议下单 |
| 12 | 饿了么 | 0.00% | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级 |
| 12 | 大麦网 | 0.00% | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级 |
| 12 | 58同城 | 0.00% | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级 |
| 12 | 智行 | 0.00% | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级 |
| 12 | 鲁班到家 | 0.00% | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不建议下单 |
| 12 | 如程 | 0.00% | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级 |
| 12 | 骑驴游 | 0.00% | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级 |
| 12 | 大众点评 | 0.00% | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级 |
| 12 | 青芒果旅行网 | 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∈[0,0.4)，谨慎下单∈[0.4,0.75)，建议下单∈[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网络消费平台上述行为，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

# 三、数字生活

## 3.3 在线旅游消费评级榜

据“电数宝”数据显示，在2022年全国在线旅游消费评级榜其中，同程旅行获 “建议下单”评级；去哪儿、飞猪、携程、联联周边游等平台获“谨慎下单”评级；旅划算、马蜂窝、走着瞧旅行、鲁班到家等获“不建议下单”评级；如程、骑驴游、青芒果旅行网等获“不予评级”。

此外，彩贝壳、侠侣亲子游、123微旅行、爱订不订、微旅、发现旅行、途家、景程荟玩、蝌蚪亲子等也入选在线旅游投诉榜。

**2022年全国在线旅游消费评级榜**

| 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 | 同程旅行 | 100.00% | 0.833 | 5.000 | 0.860 | 建议下单 |
| 2 | 去哪儿 | 95.00% | 0.530 | 2.000 | 0.694 | 谨慎下单 |
| 3 | 飞猪 | 86.84% | 0.584 | 2.000 | 0.669 | 谨慎下单 |
| 4 | 携程 | 72.00% | 0.448 | 7.500 | 0.649 | 谨慎下单 |
| 5 | 联联周边游 | 65.00% | 0.443 | 3.600 | 0.546 | 谨慎下单 |
| 6 | 旅划算 | 60.00% | 0.000 | 0.000 | 0.300 | 不建议下单 |
| 7 | 马蜂窝 | 28.57% | 0.143 | 0.000 | 0.186 | 不建议下单 |
| 8 | 走着瞧旅行 | 6.25% | 0.050 | 2.000 | 0.106 | 不建议下单 |
| 9 | 如程 | 0.00% | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级 |
| 9 | 骑驴游 | 0.00% | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级 |
| 9 | 青芒果旅行网 | 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∈[0,0.4)，谨慎下单∈[0.4,0.75)，建议下单∈[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网络消费平台上述行为，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

# 三、数字生活

## 3.4 餐饮外卖消费评级榜

据“电数宝”数据显示，在2022年全国餐饮外卖消费评级榜其中，美团获“不建议下单”评级；饿了么、大众点评等获“不予评级”。此外，京东到家等也入选餐饮外卖投诉榜。

### 2022年全国餐饮外卖消费评级榜

| 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 | 美团 | 22.86% | 0.031 | 10.000 | 0.324 | 不建议下单 |
| 2 | 饿了么 | 0.00% | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级 |
| 2 | 大众点评 | 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∈[0,0.4)，谨慎下单∈[0.4,0.75)，建议下单∈[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网络消费平台上述行为，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

# 三、数字生活

## 3.5 移动出行消费投诉榜

据“电数宝”数据显示，入选2022年移动出行投诉榜的有：智行、高德、滴滴出行、哈啰出行、联动云租车、哈啰租车、首约汽车、一喂直达。

前三大投诉问题类型为退款问题、发货问题、网络欺诈。

# 四
# 电商服务商

- 电商服务商TOP10投诉问题类型
- 零售电商服务商消费评级榜
- 物流科技消费投诉榜
- 金融科技消费投诉榜

# 四、电商服务商

## 4.1 电商服务商TOP10投诉问题类型

据“电数宝”数据显示，2022电商服务商投诉问题类型排名前十的分别是：退款问题、网络欺诈、虚假促销、霸王条款、冻结商家资金、网络售假、退换货难、退店保证金不退还、发货问题、售后服务。

其中，退款问题占比高达44.30%；其次是网络欺诈占比18.89%；虚假促销占比8.14%；。

# 四、电商服务商

## 4.2 零售电商服务商消费评级榜

据“电数宝”数据显示，2022年入选零售电商服务商投诉榜的依次为：店宝宝、有赞、微店、一品威客、微盟、蝉妈妈、海豚知道、恒翎电商、企立方、小鹅通、商掌柜、高汇通。

在“2022年全国电商服务商消费评级榜”中，有赞获“建议下单”，一品威客获“谨慎下单”，微盟、店宝宝、微店均获“不予评级”。

此外，退款问题、网络欺诈、虚假促销是2022年全国零售电商服务商用户投诉前三大问题类型。

### 2022年全国零售电商服务商消费评级榜

| 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 | 有赞 | 98.94% | 0.951 | 2.000 | 0.840 | 建议下单 |
| 2 | 一品威客 | 100.00% | 0.000 | 0.000 | 0.500 | 谨慎下单 |
| 3 | 微盟 | 0.00% | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级 |
| 3 | 店宝宝 | 0.00% | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 不予评级 |
| 3 | 微店 | 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∈[0,0.4)，谨慎下单∈[0.4,0.75)，建议下单∈[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网络消费平台上述行为，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

# 四、电商服务商

## 4.3 物流科技消费投诉榜

据“电数宝”数据显示，2022年入选物流科技投诉榜的依次为：韵达快递、京东物流、顺丰速运、铭宣海淘、圆通、转运国际、中通快递、递四方、壹品仓、中环转运、吉祥邮、货拉拉、百世、闪送、申通快递、59转运、德邦物流、快鸟转运、极兔速递。

此外，前三大用户投诉问题类型主要包括：物流问题、发货问题、订单问题。

# 四、电商服务商

## 4.4 金融科技消费投诉榜

据“电数宝”数据显示，2022年入选金融科技投诉榜的有：分期乐、微薄利、来分期、拍拍贷、你我贷、有钱花、支付宝、京东金融、还呗、捷信金融、度小满有钱花、省呗、58好借、苏宁金融、360借条、豆豆钱、携程金融、天星金融、海尔消费金融、爱用商城、融易优选等。

此外，前三大用户投诉问题类型主要包括：信息泄露、霸王条款、网络欺诈。

# 五
# 热点投诉

- 电商平台退款问题现状
- 电商平台退款问题解决建议
- “315”网络消费维权十大舆情热点

# 五、热点投诉

## 5.1 电商平台退款问题现状

**现状一：**
**退款问题居高不下**

“电诉宝”在2022年收到的投诉案例中，涉及退款问题的案例占总数的34%，这说明电商平台在消费者退款方面仍存在很多问题。去年双11期间，退款话题冲上热搜，这也证明了大众对该问题的重视。

**现状二：**
**用户体验差 商家处理方式敷衍**

根据“电诉宝”受理的消费投诉案例显示，消费者在申请退款或退货时，基本都遭到拒绝，有些商家敷衍塞责，有些则杳无音讯，这些处理方式都欠妥当，商家应给消费者一个合理的解决方式。

**现状三：**
**平台不作为 消费者维权难**

消费者寻求电商平台客服处理退款时，也无法得到很好的解决，因此会寻求其他渠道进行维权。因此，维权平台曝出的退款问题越多，越反映出平台的不作为。

# 五、热点投诉

## 5.2 电商平台退款问题解决建议

**建议一：减少退款审核流程**

平台在出现订单未发货（非特殊类目商品）情况时，系统可以直接退款；买家申请退款时已发货，72小时内若无物流信息，系统可执行退款，若已有物流信息，官方客服可以直接介入审核处理。

**建议二：完善售后服务体系**

平台应建立一套完善的售后服务体系，在平台规则管理健全的基础上，更好地解决消费者所遇到的消 费纠纷问题，为用户带来极致的售后服务体验，从而提高企业的信任度和社会形象。

**建议三：开通投诉绿色通道**

电商平台应认识到客服的重要性，加大对产品售后服务的投入力度。认识到客服的服务质量关系到用户对企业的产品体验的反馈； 其次，有可能会导致紧急人身安全事故的服务业务，应该交由公司相关服务部门做客服，随时保持警惕处理一切安全事故；此外，企业还可以和如中消协、12315、电诉宝等第三方平台合作，多一份保障。

# 五、热点投诉

## 5.3 “315”网络消费维权十大舆情热点

“315”来临前，电诉宝发布“315”网络消费维权十大舆情热点，包括：价格“刺客”、直播售假、价保内卷、大数据“杀熟”、店大欺客、低价引流翻车、分期付款实则更贵、退换货难、信息泄露、海淘高额运费陷阱等常见问题，提醒消费者擦亮双眼，理性消费，避免掉入陷阱。

# 六、报告附录

## 6.1 关于我们

浙江网经社信息科技公司拥有15年历史，提供媒体平台、专业智库以及金融/融资三大服务，致力于打造大数据驱动的“中国领先的数字经济服务商”。

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，实力雄厚，是我国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。

# 6.2 发展战略

网经社
网经社“平台+智库+融资”三大发展战略
战略
服务
平台资源
客户群体
平台
媒体传播业务
为核心的品牌营销服务
网经社
WWW.100EC.CN
数字经济服务商
网经社数字经济门户
自媒体矩阵
媒公宝（3000人记者库）
平台企业
智库
基于大数据的研究咨询
为核心的智库服务
网经社电子商务研究中心
ECRC
“一带一路”TOP10影响力社会智库
电数宝
电商大数据库
政府/机构
融资
供应链金融服务
网盛消费品电商
供应链金融服务中心
消费品供应链企业
FA服务
电融宝
数字经济投融资平台
20000+投资者库
创业公司

# 6.3 产品服务

扫描二维码
下载网经社产品服务资源书

# 6.4 数据服务

扫描二维码
查看100万+数据

# 6.5 投融资服务

扫描二维码
进入网经社“电融宝”
瓜分6万亿资金

# 6.6 法律权益服务体系

网经社电商法律权益服务体系
法律
数据
报告
评级
榜单
顾问
调查
投诉
电诉宝
长按维权

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、

# 6.7 2023年第十二届网络消费315调查行动

2023年，中消协公布消费维权年主题为“提振消费信心”。为帮助消费者辨别类似网络消费平台，国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”，携手“一带一路”TOP10影响力社会智库网经社电子商务研究中心，联动各地消保委，发起“2023第十二届网络消费315调查行动”。

行动通过：1）系列数据报告发布，辨别“刺客”平台；2）发起主题调查行动，看清网络消费“雷区”；3）联合浙江省消保委发布315消费预警 避免雾里看花；4）电诉宝“云315”平台联动千家网络公司，为用户“保驾护航”；5）典型案例曝光，避免“重蹈覆辙”；6）全国近3000媒体记者舆论监督倒逼行业健康发展等六大方式，推动网络经济持续、健康发展，为再塑清朗网络消费环境贡献绵薄之力。

# 6.8 联系我们

01 报告审定

**曹磊**

国内一线知名数字经济专家、电商互联网“意见领袖”。国内数字经济门户与智库“网经社”创始人、总编辑，和旗下国家发改委国家信息中心认定的 “一带一路”TOP10影响力社会智库——网经社电子商务研究中心主任。

近20年专注电商互联网洞察，擅长电商、互联网和数字经济领域政府规划、战略布局、投资并购、业务规划、项目诊断、行业观察、数据洞察、商业模式、产品策略、用户体验、风险评估、品牌建设、危机处理、营销策划等领域。

曾出席参加江南会电子商务投融资沙龙、中金投资论坛、中国风险投资论坛、浙大科技园创业电商投融资沙龙等会议，是我国电商领域屈指可数的融理论、实践一体的务实专家，具有较大业内影响力。

【专栏】： http://www.100ec.cn/zt/expert_caolei/

【电话】：0571-87756579

【E-mail】：CaoLei@NetSun.com

# 6.8 联系我们


**报告主编**

**莫岱青**
**网经社电子商务研究中心网络零售部主任、高级分析师**

**【研究领域】：**实物消费品数字零售领域，包括综合电商、直播电商、农村电商、社交电商、生鲜电商、汽车电商、母婴电商、二手电商、导购电商、美妆电商、酒水电商、电商服务商

**【专栏】：**www.100ec.cn/expert--527.html

**【电话】：**0571-88218286　**【E-mail】：**B2C@NetSun.com

**执行主编**

**网经社电子商务研究中心网络零售部 吴夏雪**

**扫描二维码联系分析师（备注姓名、公司、职位、目的）**

中国电子商务之都—杭州
感恩相伴 携手并进
北京
广州
成都
武汉
上海