

# 2024年3月 中国电子商务用户体验与投诉数据报告

数据来源： 电数宝  
电商大数据

案例来源： 电诉宝  
网络消费纠纷调解平台

发布时间：2024年04月01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.....	3
二、整体数据.....	4
（一）投诉问题类型分布.....	4
（二）投诉地区分布.....	4
（三）投诉用户性别分布.....	5
（四）投诉金额区间分布.....	6
三、评级数据与典型案例.....	7
（一）数字零售数据与十大典型案例.....	8
（二）数字生活数据与十大典型案例.....	15
（三）数字教育数据与十大典型案例.....	20
四、关于我们.....	27
（一）关于电诉宝.....	27
（二）关于网经社.....	29

## 一、报告摘要

3月份，随着春节热潮的逐渐退去，网络消费和旅游出行市场开始趋于平稳。同时，随着气温的逐渐回升，春季消费市场也逐渐活跃起来。各大电商平台和实体店纷纷推出春季新品和促销活动，吸引消费者前来选购。

针对消费者在交通出行、景区旅游、文化娱乐、消费服务等方面的投诉和吐槽，相关部门和企业开始积极采取措施，加强消费者权益保护，提升服务质量。

在此背景下，4月1日，依据国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）2024年3月受理的全国67家互联网消费平台纠纷大量案例数据，“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《2024年3月中国电子商务用户体验与投诉数据报告》。

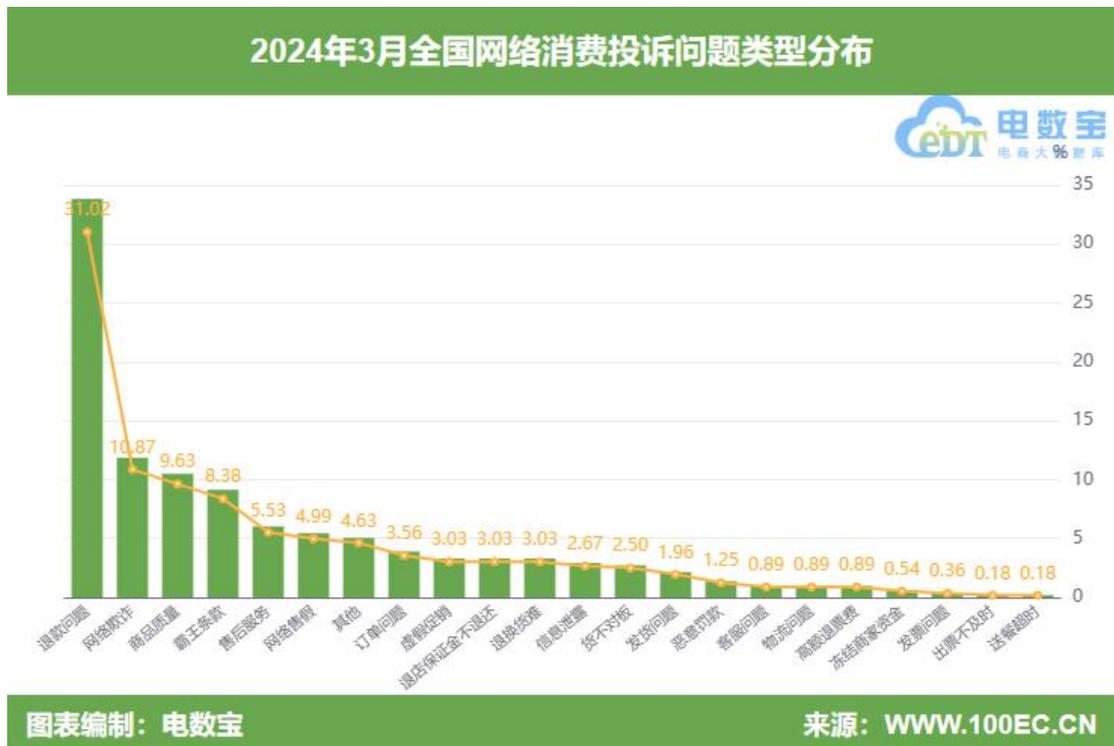
报告涉及了数字零售（主要集中在**生鲜电商、二手电商**）、数字生活（主要集中在**在线旅游、在线票务**）及数字教育、跨境电商、产业电商、金融科技、物流科技等领域。报告公布了2024年3月网络消费投诉数据及《2024年3月数字零售十大典型投诉案例》《2024年3月数字生活十大典型投诉案例》和《2024年3月数字教育十大典型投诉案例》。

在报告公布的《2024年3月全国网络消费评级榜》中：获“**建议下单**”评级的有：去哪儿、京东、苏宁易购、红布林等4家；获“**谨慎下单**”评级的有：抖音、BOSS直聘、美团等3家；获“**不建议下单**”评级的有：飞猪、走着瞧旅行、分期乐、一只船教育、中安建培、速卖通等7家；获“**不予评级**”的有：淘宝、闲鱼、美团优选、微店等4家。

## 二、整体数据

### （一）投诉问题类型分布

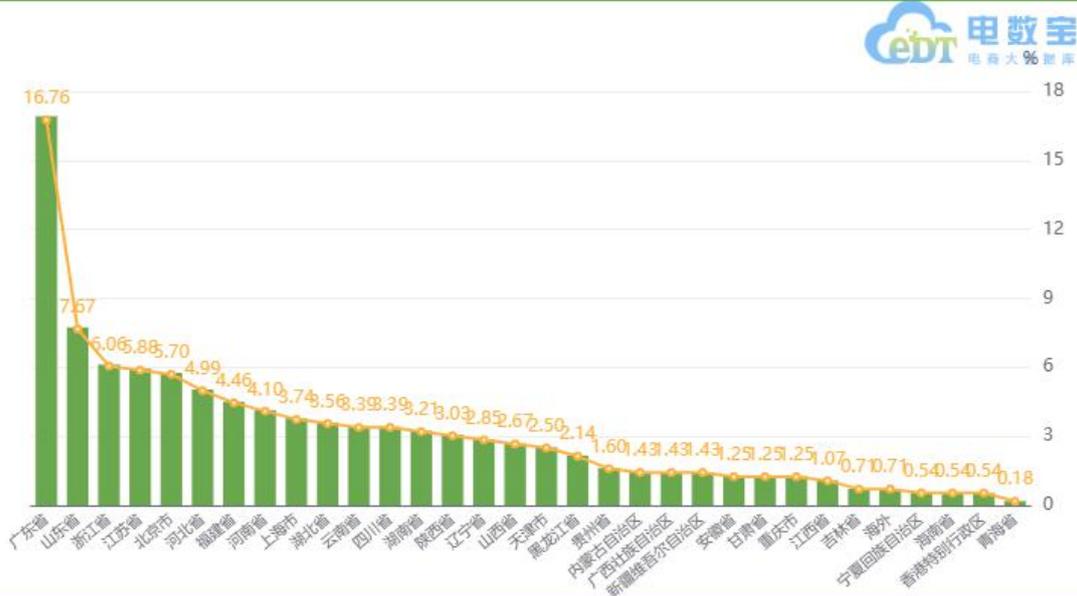
据“电诉宝”显示，2024年3月全国网络消费投诉问题类型TOP10中，退款问题占比高达31.02%，其余问题类型依次为：网络欺诈（10.87%）、商品质量（9.63%）、霸王条款（8.38%）、售后服务（5.53%）、网络售假（4.99%）、订单问题（3.56%）、虚假促销（3.03%）、退店保证金不还（3.03%）、退换货难（3.03%）。



### （二）投诉地区分布

3月“电诉宝”受理投诉用户聚集地区TOP10依次为广东省（16.76%）、山东省（7.67%）、浙江省（6.06%）、江苏省（5.88%）、北京市（5.70%）、河北省（4.99%）、福建省（4.46%）、河南省（4.10%）、上海市（3.74%）、湖北省（3.57%）。

### 2024年3月全国网络消费投诉地区分布



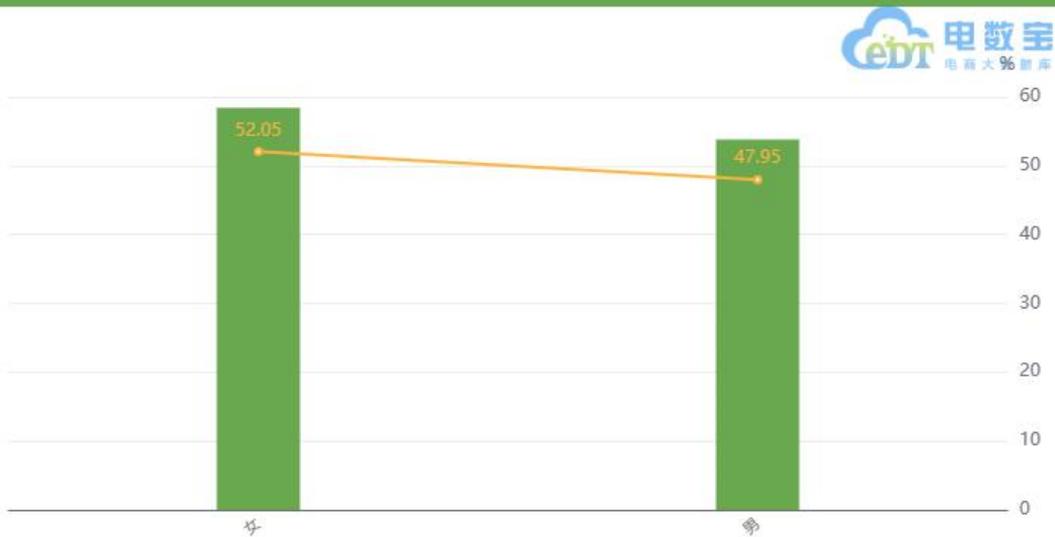
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

### (三) 投诉用户性别分布

据“电诉宝”显示，3月男性用户投诉比例为47.95%，女性用户投诉比例为52.05%。

### 2024年3月全国网络消费投诉性别分布



图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

#### （四）投诉金额区间分布

据“电诉宝”显示，3月投诉金额分布主要集中在1000-5000元（22.82%）、100-500元（16.76%）、0-100元（14.79%）、500-1000元（11.77%）、5000-10000元（11.77%）、10000元以上（11.41%）、未选择金额（10.70%）。



### 三、评级数据与典型案例

此外，据“电数宝”电商大数据库（DATA.100EC.CN）显示，2024年3月全国网络消费评级榜中：获“建议下单”评级的有：去哪儿、京东、苏宁易购、红布林等4家；获“谨慎下单”评级的有：抖音、BOSS直聘、美团等3家；获“不建议下单”评级的有：飞猪、走着瞧旅行、分期乐、一只船教育、中安建培、速卖通等7家；获“不予评级”的有：淘宝、闲鱼、美团优选、微店等4家。

## 2024年3月全国全部消费评级榜

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	去哪儿	100.00%	0.769	5.000	0.841	建议下单
2	京东	100.00%	0.900	2.000	0.830	建议下单
3	苏宁易购	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
3	红布林	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
5	抖音	73.68%	0.526	10.000	0.726	谨慎下单
6	BOSS直聘	85.71%	0.857	0.000	0.686	谨慎下单
7	美团	93.75%	0.467	0.000	0.640	谨慎下单
8	飞猪	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
8	走着瞧旅行	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
8	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
8	分期乐	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
8	拼多多	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
8	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
8	一只船教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
8	美团优选	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
8	中安建培	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
8	微店	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
8	速卖通	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

**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

## （一）数字零售数据与十大典型案例

### 数字零售消费评级榜：

在 2024 年 3 月全国数字零售评级榜中：获“**建议下单**”评级的有：京东、苏宁易购、红布林等 3 家；获“**谨慎下单**”评级的有：抖音等 1 家；获“**不予评级**”的有：淘宝、闲鱼、美团优选、微店等 4 家。

2024年3月全国数字零售消费评级榜						
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	京东	100.00%	0.900	2.000	0.830	建议下单
2	苏宁易购	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2	红布林	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
4	抖音	73.68%	0.526	10.000	0.726	谨慎下单
5	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
5	拼多多	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
5	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
5	美团优选	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
5	微店	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

备注：

- 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。
  - 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。
  - 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。
  - 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。
- 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”。
- 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。
- 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

### 数字零售上榜平台有 29 家：

投诉量 TOP10 依次为：拼多多、淘宝、闲鱼、京东、抖音、苏宁易购、微店、红布林、美团优选、快手；

排在第 11-20 名的是：小红书、唯品会、店宝宝、有赞、拍机堂、国美、天猫、朴朴超市、交易猫、网易严选；

排在第 21-29 名的是：小米有品、转转、孔夫子旧书网、阿里巴巴、花礼网、微盟、二三良作、蝉妈妈、瓜子二手车。

当前位置 > 投诉榜

领域: 总榜 **数字零售** 数字生活 数字健康 数字教育 跨境电商  
产业电商 物流科技 金融科技 其他

行业: **全部** 综合电商 社交电商 社区团购 生鲜电商 奢侈品电商  
汽车电商 母婴电商 二手电商 导购电商 服装电商 品牌电商  
电商服务商 美妆电商 直播电商 文玩电商

筛选: 2024 3月

1	拼多多	2	淘宝	3	闲鱼	4	京东
5	抖音	6	苏宁易购	7	微店	8	红布林
9	美团优选	10	快手	11	小红书	12	唯品会
13	店宝宝	14	有赞	15	拍机堂	16	国美
17	天猫	18	朴朴超市	19	交易猫	20	网易严选
21	小米有品	22	转转	23	孔夫子旧书网	24	阿里巴巴
25	花礼网	26	微盟	27	二三良作	28	蝉妈妈
29	瓜子二手车						

(以上为投诉量排行榜)

在数字零售消费领域，据“电诉宝”受理用户维权案例，我们从中选取十大典型投诉案例，涉及分期乐、有赞、闲鱼、店宝宝、拍机堂、小红书、红布林、美团优选、快手、转转。

## 2024年3月数字零售典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
3月1日	<b>分期乐</b>	网贷逾期遭“分期乐”暴力催收与个人信息泄露 呼吁相关部门重视
3月3日	<b>有赞</b>	用户投诉“有赞”购买商品遇纠纷 退货退款遭拒
3月9日	<b>闲鱼</b>	拒绝退货退款 用户投诉“闲鱼”商品描述与实物不符 退钱难
3月11日	<b>店宝宝</b>	欺骗消费者权益？ 用户投诉“店宝宝”缴费后不教学也不退费
3月12日	<b>拍机堂</b>	验机报告存疑？“拍机堂”判定规则引不满
3月17日	<b>小红书</b>	用户投诉“小红书”商家销售三无产品 影响消费者健康
3月18日	<b>红布林</b>	货不对板？用户投诉“红布林”防伪标破损拒绝退货 强行寄回商品
3月23日	<b>美团优选</b>	用户投诉“美团优选”售卖过期食品 应予以赔偿
3月25日	<b>快手</b>	用户投诉“快手”直播间中奖以退款为由拒绝兑奖 商家敷衍了事
3月25日	<b>转转</b>	多次拒绝退货退款？用户投诉“转转”商家进行人身攻击 语气态度恶劣

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

### 【案例一】网贷逾期遭“分期乐”暴力催收与个人信息泄露 呼吁相关部门重视

3月1日，山东省苏先生向“电诉宝”投诉称，其2024年2月份因过年工资晚发，导致分期乐欠款逾期，一天内接到十几个催收电话（本人没接）逾期第二天收到宜分期的短信已在本人所在辖区法院起诉；第三天17时11分手机收到50条莫名的验证信息，本人认为这种形式的催收已经涉及到暴力催收，也涉及到个人信息的泄露。本人拨打深圳市金融管理部门075582538004的号码，工作

人员表示催收方式合不合理不归本部门处理（全程录音），希望相关部门可以对此重视一下。

### **【案例二】用户投诉“有赞”购买商品遇纠纷 退货退款遭拒**

3月3日，广东省的s女士向“电诉宝”投诉称，其于2024年2月14日在有赞平台商家吻玩kisstoy，购买商品，该商品包含配件底座后经与商家协商，为了更好的使用商品，加价30元升级换购了绑腿带配件，通过有赞平台邮政补差价的链接付款。收到后，经拆封发现升级购买的配件绑腿带的尺寸和主机严重不符，商家虚假宣传商品小巧轻量也与商品实际情况不符，于是在15日提交退货退款申请。商家以商品私密货品拆封不退换为由拒绝售后，经有赞平台售后服务介入，有赞售后维权不看证据，要s女士提供与商家自行协商的证据才肯售后，拒绝她的退货退款申请。

### **【案例三】拒绝退货退款 用户投诉“闲鱼”商品描述与实物不符 退钱难**

3月9日，江苏省曾先生向“电诉宝”投诉称其于2024年2月14日购买的砚台，因商家描述不符申请退货，平台给了地址退货。曾先生称买前问过卖家有3处修补，但是收到实物砚台周边大小大概有16处修补。买前问过是否有裂，卖家说没有，但收到实物侧面有裂线，卖家描述成石纹线。买前问过凹堂深不深，卖家说2mm（毫米），实物量了有15mm（毫米）。曾先生自己主动承担并转给卖家寄货的邮费，卖家收下钱，却不予理会和处理！根据物流信息，退货2月27日就到达了退货地。但卖家始终不予签收，退款始终不能退给买家。

### **【案例四】欺骗消费者权益？用户投诉“店宝宝”缴费后不教学也不退费**

3月11日，江苏省卢先生向“电诉宝”投诉称自己于2023年10月26号在电商平台店宝宝交学费，1000元人民币，培训学习，现在学费不给退款，也不给教学，导致卢先生现在学习也没有学，还让其看视频，就没有人主动说，或者联系学习的事情。

卢先生表示自己是一名退役人员，现在被他们骗了，就没有地方说理或者处理这个问题的地方，卢先生感觉这个事情，可大可小，谁挣钱都是不容易的，现

在他们就是坏良心，他们店宝宝也不给处理现在的问题，现在哪里能够给处理这个，退款的问题的事情。

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。

### **【案例五】验机报告存疑？“拍机堂”判定规则引不满**

3月12日，河北省的赵先生向“电诉宝”投诉称其于3月2日在拍机堂平台购买的华为mate40pro白色手机，验机报告里没有写明小修。赵先生表示3月7日收到货没有拆除平台的密封袋，直接返回平台二次售卖验机，结果出现的验机报告里写明手机小修。赵先生跟客服要了拆机视频，视频里手机的防拆标都没有动过，只因为是金属屏蔽罩上有个浅显的小坑就判定为小修机器。客服说他们平台的标准就是有小坑就算小修，赵先生认为根本不符合逻辑，是霸王条款。赵先生的诉求是修改验机报告或退还购机款。

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，但截至发稿前尚未收到被投诉平台的任何有关处理回复。

### **【案例六】用户投诉“小红书”商家销售三无产品 影响消费者健康**

3月17日，浙江省陈女士向电诉宝投诉称自己于2024年3月8日在小红书购物平台店铺（新会格调陈皮的店）购买了2005年的新会陈皮，收到后，试了一小片，喝了胃疼，陈皮有股难闻的气味，就退货给商家，但是商家不同意，平台还让自己补缴商品的全部金额，告知陈女士影响了店铺的二次销售。

陈女士表示这个陈皮没有质量合格证，且为了卖高价虚报年份，不知道添加了什么不良成分，喝了胃疼，是手工作坊的三无产品，随意包装的。小红书平台完全不顾消费者权益，催自己补缴金额，否则降低信用等级，自己作为消费者，非常委屈。

接到该用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台，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。

### **【案例七】货不对板？用户投诉“红布林”防伪标破损拒绝退货 强行寄回**

## 商品

3月18日，张女士向“电诉宝”投诉称其于2024年3月15日在红布林购买了二手LV邮差包，收到货后发现有很多瑕疵在详情描述里未体现，申请退款并按照平台要求上传了防伪标和瑕疵细节图。

张女士称自己收到货后一小时内，联系快递退货，并保证没有动过防伪标，顺丰取件员也拍照留存。次日平台收到货后以防伪标被损或拆除为由拒绝退货，并将商品强行邮寄回来，在此期间并未联系自己，也在售后页面没有任何显示，直接关闭退货窗口。侵害了自己的正当权益，张女士要求平台立即退款，并把快递退回。

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，红布林方反馈称：用户问题平台收到后第一时间联系用户处理，正在为用户核实处理中，后续过程有任何问题，可随时联系客服处理。

### 【案例八】用户投诉“美团优选”售卖过期食品 应予以赔偿

3月23日，河南省的赵先生向“电诉宝”投诉称其于2024年3月9日在美团优选购买了一袋三全小笼包，2024年3月10日收到货发现已过期三个月，现要求商家按照食品安全法第一百四十八条规定：消费者因不符合食品安全标准的食品受到损害的，可以向经营者要求赔偿损失，也可以向生产者要求赔偿损失。接到消费者赔偿要求的生产经营者，应当实行首负责制，先行赔付，不得推诿。

赵先生表示生产不符合食品安全标准的食品或者经营明知是不符合食品安全标准的食品，消费者除要求赔偿损失外，还可以向生产者或者经营者要求支付价款十倍或者损失三倍的赔偿金；增加赔偿的金额不足一千元，为一千元。

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人员，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。

### 【案例九】用户投诉“快手”直播间中奖以退款为由拒绝兑奖 商家敷衍了事

3月25日，宁夏回族自治区的马女士向“电诉宝”投诉称，其于2024年2月8日在快手“谷雨美妆旗舰店”参与抽奖活动并中奖，奖品为价值999的谷雨产品，

结果只收到封面显示的两小袋泥膜。马女士称自己和商家沟通，理由因为是自己下单后退款了，就不予兑奖。马女士表示自己看到的是参与成功并中奖，商家也没有提前告知下单后不能退款，在现以退款为由拒绝兑奖。

马女士表示后因自己在快手平台举报，商家只是发了奖品封面展示的两袋泥膜，每袋6克，敷衍了事。多次联系也是同样的理由，现申请[维权](#)，商家存在严重的[欺诈](#)行为，个人觉得抽奖也是商家在操作。

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人员，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。

### **【案例十】多次拒绝退货退款？用户投诉“转转”商家进行人身攻击 语气态度恶劣**

3月25日，江苏省叶女士向“电诉宝”投诉称，其于2024年3月25日，在转转平台购买一个颈霜，后因为父母不同意起了争执，之后父母强烈要求自己退货退款。

叶女士称自己与商家协商，但商家语气恶劣，以无法拦截快递为由三次拒绝退货退款，并人身攻击，以没有人发货之后要求退货退款为由进行强买强卖，之后多次进行人身攻击。

叶女士认为无论自己退货的理由是什么，商家拒绝退货退款，还签收退货快递并收取款项就是不对，侵害了消费者的自主选择权。叶女士的诉求是退款。

接到该用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台，转转工作人员向“电诉宝”发来反馈称：您的反馈的问题已受理，我们将在48小时内联系您处理，复杂问题，不排除回复时间延长，但是，也会尽全力第一时间解决，请您保持手机畅通，注意接听010开头的电话，耐心等待回复。

## **（二）数字生活数据与十大典型案例**

### **数字生活消费评级榜：**

在 2024 年 3 月全国数字生活评级榜中：获“建议下单”评级的有：去哪儿；获“谨慎下单”评级的有：美团、BOSS 直聘；获“不建议下单”的有：飞猪、走着瞧旅行。

2024年3月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	去哪儿	100.00%	0.769	5.000	0.841	建议下单
2	BOSS直聘	85.71%	0.857	0.000	0.686	谨慎下单
3	美团	93.75%	0.467	0.000	0.640	谨慎下单
4	飞猪	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
4	走着瞧旅行	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

备注：

- 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。
  - 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。
  - 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。
  - 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。
- 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”。
- 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。
- 本榜单所有数据均由系统后台根据各网络消费平台上上述行为，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

## 数字生活上榜平台有 17 家：

投诉量 TOP10 依次为：飞猪、美团、去哪儿、BOSS 直聘、走着瞧旅行、猫眼电影、万师傅、大麦网、联联周边游、携程；

排在第 11-17 名的是：智行、智联招聘、58 同城、饿了么、鲁班到家、黄河票务、滴滴出行。

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 数字零售 数字生活 数字健康 数字教育 跨境电商  
产业电商 物流科技 金融科技 其他

行业: 全部 在线旅游 社区服务 在线票务 移动出行 餐饮外卖  
共享经济

筛选: 2024 3月

1	飞猪	2	美团	3	去哪儿	4	BOSS直聘
5	走着瞧旅行	6	猫眼电影	7	万师傅	8	大麦网
9	联联周边游	10	携程	11	智行	12	智联招聘
13	58同城	14	饿了么	15	鲁班到家	16	黄河票务
17	滴滴出行						

(以上为投诉量排行榜)

在数字生活消费领域，据“电诉宝”受理用户维权案例，我们从中选取十大典型投诉案例，涉及智联招聘、58同城、美团、走着瞧旅行、智行、BOSS直聘、大麦网、飞猪、猫眼、万师傅。

## 2024年3月数字生活典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
3月2日	<b>智联招聘</b>	用户投诉“智联招聘”问题频发 企业要求全额退款遭拒
3月6日	<b>58同城</b>	“58同城”被指极速租服务退款难 消费者权益受损
3月10日	<b>美团</b>	用户投诉“美团”货不对板 商家拒绝退款
3月13日	<b>走着瞧旅行</b>	未消费订单“走着瞧旅行”退费仅退70%引不满
3月14日	<b>智行</b>	“智行”被指显示错误致乘客航班受阻 投诉无果引不满
3月14日	<b>Boss直聘</b>	无故封禁?“Boss直聘”被指店大欺客 客服态度恶劣
3月15日	<b>大麦网</b>	“大麦网”被指退款难 消费者未观赛要求全额退款遭拒
3月19日	<b>飞猪</b>	“飞猪”平台退款机制遭质疑 消费者多次上传凭证仍无果
3月20日	<b>猫眼</b>	“猫眼”系统问题发生跳票 2分钟退款竟遭扣50%服务费?
3月30日	<b>万师傅</b>	“万师傅”被指拖延近十年退款 用户诉求返还本金及利息

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

### 【案例一】用户投诉“智联招聘”问题频发 企业要求全额退款遭拒

3月2日，山东省张女士向“电诉宝”投诉称其公司与武汉智联招聘签订一年的招职合同，费用5180元，用于公司在全国范围招聘员工，合同中也明确说明，在使用产品功能出现问题，24小时内全额退款，全国100个免费招聘职位，在帐号开通不到一天时间，分别出现帐号限制，主辅帐号不能同步在线问题，申请退款，智联为了不退款，并且人为操作在后台，让企业帐号不断升级为风险公司，无任何诚信公司。其公司的诉求是终止与其合作，全额退款。

## 【案例二】“58同城”被指极速租服务退款难 消费者权益受损

3月6日，山东省孙女士向“电诉宝”投诉称于2024年3月3日在58同城平台花费188元购买了一年期的极速租服务，旨在获得信息发布的便利。然而，在购买后才发现该服务仅限于一条信息的发布，若信息有误或误删，服务即告结束。消费者在当晚尝试修改信息时遭遇障碍，并险些误删，随即联系客服寻求帮助。

次日一早，消费者再次致电客服反映问题，要求退款。客服表示退款无法直接进行，只能尝试修改信息，并强调若消费者自行删除信息，将无法恢复。消费者对此表示不满，认为对于消费者而言，误删的可能性很高，特别是在有孩子的家庭环境下。消费者多次请求退款，强调服务刚开始不足一天，但客服及领导均坚决拒绝，并表示会向上级反映。

当时，客服承诺在三天内回电，但至今仍未兑现承诺，使消费者感到被忽视和躲藏。消费者认为58同城平台在处理此事时态度消极，不愿正面解决问题，希望相关部门能够介入协调，保障消费者权益。

## 【案例三】用户投诉“美团”货不对板 商家拒绝退款

3月10日，安徽省的胡女士向“电诉宝”投诉称，她于2024年3月16日通过美团外卖平台在环球壹号超市（静安寺店）购买玉兰油新生臻粹超红瓶3件套，但商家给配货发来为OLAY新生塑颜臻粹水霜买2享3礼盒装。

胡女士称商家在配货期间，并未与自己联系告知商品缺货或商品活动结束无赠品，是否选择继续购买或是退款，而是直接配送了不一样的过来，且价格高于玉兰油官方标价。

胡女士表示现商家拒绝退货退款，商家违反了《中华人民共和国消费者权益保护法》第五十条，现要求商家退货退款并给予一定金额赔偿，按照法律法规处罚商家。

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人员，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。

## 【案例四】未消费订单“走着瞧旅行”退费仅退70%引不满

3月13日，河南省杜女士向“电诉宝”投诉称其于2023年6月18日在走着瞧微信公众号购买北京5天4晚的旅行服务，直播间客服说的是两年之内如果不预约可以全额退款，但是截止到现在还没过一年，杜女士未预约，也不想去了，想申请退款，他们说更换路线，如果退款只能退70%，不能全额退，涉嫌欺骗消费者。杜女士的诉求是：全额退款。

### 【案例五】“智行”被指显示错误致乘客航班受阻 投诉无果引不满

3月14日，山东省郭女士向“电诉宝”投诉称自己于2024年3月9日乘坐在智行app上购买的山东航空机票从兰州中川机场前往济南遥墙机场的途中，执行app一直显示航班取消。在前往机场办理改签得知没有取消航班，但app上仍显示航班取消，在机场工作人员帮助下才办理了行李托运找到登机口。下飞机之后仍显示航班取消，没有显示行李口，耽误许久时间，才拿到行李。郭女士向智行的工作人员投诉称自己未买理赔无法赔偿，一直说他们的软件在参考携程，参考数值也没有。

### 【案例六】无故封禁？“Boss直聘”被指店大欺客 客服态度恶劣

3月14日，广东省练女士向“电诉宝”投诉称BOSS直聘把自己公司的招聘机会罢免，原因竟然是因为公司的员工曾经在一家有问题的公司上过班。练女士称该员工离职后这家公司才出的问题，而且自己这里提供离职证明以及考勤证明。BOSS直聘又改口告知自己公司的岗位地址和这家有问题的公司高度重合，有风险。

练女士表示这家有问题的公司已经搬离自己公司所在的写字楼，而且公司所在的写字楼是市区的中心，在这里什么公司都有，BOSS直聘这种做法实在让人生气，前前后后沟通好几次，客服服务态度参差不齐，有些态度很不好，有些态度好，但是根本就不解决问题。

练女士认为从封号到现在已经有半个月，太耽误公司的招聘进度，导致公司业务不能正常进行，他人过错为何要我们承担。

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，BOSS直聘方反馈称：您好，平台非常重视您的问题，小编已

经将您的信息反馈给相关工作人员跟进，稍后工作人员将为您致电沟通，请您保持手机畅通哦。

### **【案例七】“大麦网”被指退款难 消费者未观赛要求全额退款遭拒**

3月15日，新疆维吾尔自治区李先生向“电诉宝”投诉称自己于2024年3月11日，在大麦网小程序购买南京12号的篮球赛，因有急事要赶赴山东所以说没有看成，当天中午就联系客服要办理退款。可是小程序里面没有退款的入口，人工客服一直没有打通，直到事后15日，李先生再联系客服解决这件事儿，人工客服电话也是打不通，在线联系客服给李先生回复，无法退票。在李先生未享受到篮球赛的精彩比赛，客服无法全额退款。侵占他人财产未享受本场篮球赛，李先生的诉求就是给我全额退款。

### **【案例八】“飞猪”平台退款机制遭质疑 消费者多次上传凭证仍无果**

3月19日，四川省的周女士向“电诉宝”投诉称其在2004年2月29号在飞猪旗舰店被刷单诱骗购买了一张香港迪士尼门票，之后并没有把票号告诉任何人，目前这张票仅仅出票，并没有使用。之后去找飞猪客服进行协商退款，同时也报警。之后飞猪平台让上传报警回执和票号，同时让等待15个工作日之内会告诉结果。

周女士表示15个工作日之后，并没有收到任何消息，于是又重新去找飞猪人工客服，此时已经很难联系上他了，在订单当中去找，根本找不到，全是智能语音客服，无法解决问题。于是只能通过酒店客服或租车，等客服通过转接来找到景点客服。并且两次客服都告诉，并没有专人受理自己的情况，要求重新上传，如此反复，已经有三次了，飞猪一直推卸责任，根本没有受理退款诉求。

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，尚未收到相关平台工作人员的反馈。

### **【案例九】“猫眼”系统问题发生跳票 2分钟退款竟遭扣50%服务费？**

3月20日，江苏省的赵先生向“电诉宝”投诉称其于阴历2024年3月19日在猫眼app软件购买5月25日-26日林俊杰苏州演唱会，猫眼系统出现问题发

生跳票（跳转其他选项）导致抢票购买到4月6日李克勤苏州演唱会，随后发现购错票后，即使退票中间间隔2分钟左右，平台则扣取了50%的服务费。

赵先生表示，根据国家法律规定，任何物品购买都有7天无理由退货的选择和肯定。赵先生认为这款软件的这种做法是对我个人消费者权益保护法的藐视和无视，希望给予解决方法。

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人员处理，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。

### 【案例十】“万师傅”被指拖延近十年退款 用户诉求返还本金及利息

3月30日，江西省陈先生向“电诉宝”投诉称其于2015年的一笔预约师傅上门安装服务的订单，平台承诺24小时处理售后退款金额，但是直到今年2024年3月30日才退回，快十年了，因为金额较小，陈先生自己都忘记了，重点退款金额还不能提现，万师傅平台这点做的太不好了，希望改善，这样套着对于企业来说在平台就出现了一个数字，真正的钱还在平台手中用着，根本就不算客户自己的这算什么事。陈先生要求平台尽快处理我的退款，算上这9年多的利息给自己，通过他这个事能够让平台更好的提升服务质量，完善服务内容。

## （三）数字教育数据与十大典型案例

### 数字教育消费评级榜：

在2024年3月全国数字教育评级榜中：获“不建议下单”的有一只船教育、中安建培。

## 2024年3月全国数字教育消费评级榜

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	一只船教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
1	中安建培	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

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

### 数字教育上榜平台有 22 家：

**投诉量 TOP10 依次为：**一只船教育、中安建培、中职通、尚德机构、帮考网、嗨学网、小叶子陪练、常青藤爸爸、深海教育、高教通；

**排在第 11-22 名的是：**中公教育、网易云课堂、中华会计网校、VIPKID、赛优教育、中国会计网、对啊网、学慧网、高顿教育、恒企教育、阿卡索外教网。



营造公平环境 激发消费活力

- 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 数字零售 数字生活 数字健康 **数字教育** 跨境电商  
产业电商 物流科技 金融科技 其他
- 行业：  
**全部** 综合类 知识付费 职业教育 早教 语言类  
老年教育 教育服务商 高等教育 steam教育 K12 AI教育

筛选：  
**2024** 3月

1 一只船教育	2 中安建培	3 中职通	4 尚德机构
5 帮考网	6 嗨学网	7 小叶子陪练	8 常青藤爸爸
9 深海教育	10 高教通	11 中公教育	12 网易云课堂
13 环球网校	14 中华会计网校	15 VIPKID	16 赛优教育
17 中国会计网	18 对啊网	19 学慧网	20 高顿教育
21 恒企教育	22 阿卡索外教网		

(以上为投诉量排行榜)

在数字教育消费领域，据“电诉宝”受理用户维权案例，我们从中选取十大典型案例，涉及尚德机构、一只船教育、高教通、深海教育、中安建培、常青藤爸爸、中公教育、赛优教育、潭州教育、恒企教育。

## 2024年3月数字教育典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
3月13日	<b>尚德机构</b>	虚假宣传？“尚德机构”被指诱导消费 客服态度嚣张
3月15日	<b>一只船教育</b>	诱导消费？“一只船教育”被指夸大宣传 不按协议退费
3月18日	<b>高教通</b>	用户投诉“高教通”多次协商退款无果 遭搪塞后不回信息
3月19日	<b>深海教育</b>	“深海教育”被指购课难退费 经营情况引质疑
3月14日	<b>中安建培</b>	不过包退？“中安建培”被指诱导学员报名 售后无人处理
3月14日	<b>常青藤爸爸</b>	霸王条款？“常青藤爸爸”被指讹诈消费者资金 返现拖延不予兑现
3月18日	<b>中公教育</b>	退费难？用户投诉“中公教育”不按期退款 客服对投诉电话熟视无睹
3月23日	<b>赛优教育</b>	用户投诉“赛优教育”虚假宣传 诱导消费者二次缴费
3月29日	<b>潭州教育</b>	用户投诉“潭州教育”课程质量低劣且机构无教育资质
3月30日	<b>恒企教育</b>	“恒企教育”被指合同签下后冷落用户 课程质量与承诺大相径庭

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

### 【案例一】虚假宣传？“尚德机构”被指诱导消费 客服态度嚣张

3月13日，新疆维吾尔自治区的谭女士向“电诉宝”投诉称其于2019年2月份通过网络虚假宣传诱导，因提高学历心切，通过百度度小满贷款13440元分期教育贷，没有办理任何合同。办理了汉语言文学专本连读黄金班，保证3年之内麻烦专本连读的毕业证。

谭女士称因新疆疫情防控严格，一直要求退费，班主任各种诱导转班，强烈不同意才给冻结课程。今年想起来还有费用没有退，于是打电话，尚德机构通过

手机号码联系告知自己无费用可以退，态度非常嚣张。

谭女士的诉求是退费，自己在尚德只学习了两个学期百分之十的课程。专科还有百分之九十的课程没有学习，本科都没有到学习的阶段，他们涉嫌欺诈勒索、合同罪、虚假宣传等。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。

### **【案例二】诱导消费？“一只船教育”被指夸大宣传 不按协议退费**

3月15日，福建省李女士向“电诉宝”投诉称其于2021年4月通过电话营销方式一只船的工作人员向自己推销消防工程师资格考试。推销过程中工作人员夸大宣传，使用话术，宣称高收入、稳定就业、过后可安排挂靠公司为诱饵并承诺不过给李女士退费，诱导李女士缴纳了500元消防报考初审费。后补交7480元报了一级VIP无忧班同时签订了合同。

2021年6月又经工作人员劝说，李女士补交12000元升班到一级三师私塾班，合计19980元。并签署了相关培训协议。自报班给李女士开通账号，在一只船APP上李女士都认真听课，21年-23年都参加了考试。24年开始一直没收到开课通知，相关微信群已被解散。经查得知一只船APP我的账号被禁用。查了网络上关于一只船的信息，发现已有多人反馈其存在欺诈行为。并且该公司相关的消防会员资质已被取消，后电话联系客服我要求按协议退费。

李女士表示，售后要求自己提供3次考试成绩单，和指定样式的每年直播出勤率60%截图等一系列我无法提供的条件。（经查一只船APP上只能查当年的出勤率，就没有以前的记录）。找售后说他们没权限要找班主任要，班主任已经拉黑李女士微信，找学服说他们和班主任都查不到出勤率只能查到听课时长，明显故意推脱不予处理。

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，尚未收到一只船教育工作人员回复。

### **【案例三】用户投诉“高教通”多次协商退款无果 遭搪塞后不回信息**

3月18日，广东省李先生向“电诉宝”投诉称其通过广告（与政府合作免费提升学历）吸引，报名了高教通本科学历证，报名时招生办的陈老师，没有告知自己退费问题中的霸王条款，只是让李先生登录以后缴费，只叫李先生看视频当初答应的承诺都没有。李先生打电话问他，对方说自己不在那里做了，叫他退费说安排人和李先生对接，但所谓班主任告知不可以退款。

2023年期间，李先生多次申请协商退款，并且想联系高教通领导对方拿所有学员在报名前都是有协议的，这个是必须本人确认后才会报名成功的搪塞李先生，所谓协议李先生根本就不知道，也没有签字。李先生2023年多次提出协商退款，班主任一直搪塞自己，后来直接不回复信息。

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，但截至发稿前尚未收到高教通工作人员的回复。

#### **【案例四】“深海教育”被指购课难退费 经营情况引质疑**

3月19日，新疆维吾尔自治区的吴女士向“电诉宝”投诉称深海教育，一个自称为中级师培训机构的组织，通过电话向吴女士推销课程。吴女士信以为真，并报名购买了相关课程。然而，在付款后，吴女士并未真正使用这些课程，当她尝试提出退费请求时，却遭到了拒绝。她试图联系卖课的销售人员，但被告知对方已离职；向客服和公众号求助也无人回应。

经过网上搜索，吴女士发现深海教育存在大量负面评价和投诉，甚至涉嫌诈骗，许多消费者都遇到了类似的退费难题。此外，吴女士下载的深海教育APP也无法正常使用，显示乱码或错误，这可能意味着平台已经关闭了相关交易。面对这种情况，消费者既希望追回自己的报名费，也希望这个机构能够受到法律的制裁。目前，深海教育的真实经营情况仍然不明，但其行为已引发广泛质疑和关注。

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。

#### **【案例五】不过包退？“中安建培”被指诱导学员报名 售后无人处理**

3月14日，天津市刘先生向“电诉宝”投诉称自己于2022年5月向中安建培咨询注册安全工程师考试，后被诱导支付登记费500元，培训费6740元，期间还在诱导参加线下集训，提高培训费用。合同中规定两年考试未通过可进行退费，每科1000元，四科共4000元。

自23年成绩公布后，刘先生向相关客服提出退费要求进行相关退费事项，微信联系客服一直提示售后在处理，但无人联系，无人理会，一直推脱没有任何进度。没有电话客服可联系，也没有投诉渠道，目前网站已被禁止登录，无法查询订单等信息。

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，尚未收到中安建培的工作人员回复。

### **【案例六】霸王条款？“常青藤爸爸”被指讹诈消费者资金 返现拖延不予兑现**

3月14日，江苏省周女士向“电诉宝”投诉称其在2021年10月份购买常青藤爸爸的英语打卡课程，商家称是打卡结束后会返现课程费用。周女士于2021年12月10日正式提出提现申请，中间也与客服协商过几次，一直以在排队的理由搪塞拖延，2021年12月至今已经2年4个月，排队还在14526，遥遥无期，商家明显霸王条款，讹诈消费者资金。

周女士的诉求是将学费按照约定尽快返还。如此大的一个教育平台是怎么做到枉顾消费者的合法权益，不守诚信，欺瞒大众，不予处理，不退不理。主动权全部在他们身上，消费者就只能做冤大头。希望对于这种欺诈消费者行为，有关部门能够严惩不贷。

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。

### **【案例七】退费难？用户投诉“中公教育”不按期退款 客服对投诉电话熟视无睹**

3月18日，宋先生向“电诉宝”投诉称其于2022年与中公教育签订教育培

训协议，协议承诺不过费用全退。自己于 2022 年 10 月申请退费，中公教育开始各种拖延，后期更是说没钱。

宋先生无奈选择分期退款，中公教育承诺十个月退还，但从第三月开始就经常拖三四个月退一次，从分期退款到现在十一个月，才退了一半。宋先生表示现在打中公教育电话不是打不通就是让等。中公教育对于学生的电话永远打不进去，对于投诉视若无睹，以学生维权成本高逼迫接受分期后又不按期退款。

### 【案例八】用户投诉“赛优教育”虚假宣传 诱导消费者二次缴费

3 月 23 日，福建省潘女士向“电诉宝”投诉称自己于 2023 年 10 月 17 日在赛优教育购买了心理咨询师课程，通过淘宝购买课程 3680 元，当时承诺 3680 元一直服务到拿到证，后续无需任何费用。

但后来告知需要另付 470 元考试费，与之前提到的后续无需任何费用的言辞不符，第一：这明显是虚假宣传，第二：昨天突然通知今天要参加模拟考试，并且分数要达到 90 分及格。

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。

### 【案例九】用户投诉“潭州教育”课程质量低劣且机构无教育资质

3 月 29 日，广东省吴先生向“电诉宝”投诉称其于 2022 年 4 月 25 日，购买了一门板绘课程，期望通过此课程提升自己的绘画技能。然而，在学习过程中，吴先生发现课程内容质量低劣，实际教学效果与预期相差甚远。

经过进一步了解，吴先生发现该机构并无教育资质，所提供的画作竟是国外搬运而来，课程形式也仅为录播，与机构宣传的“专业、高质量”大相径庭。这种情况严重损害了吴先生的合法权益，让吴先生感到极度不满和失望。

面对这种情况，吴先生提出了明确的诉求：要求机构退还已支付的课程费用。吴先生认为，自己购买的是一项服务，而机构提供的服务却存在严重问题，因此有权要求退款。

## 【案例十】“恒企教育”被指合同签下后冷落用户 课程质量与承诺大相径庭

3月30日，广东省黄先生向“电诉宝”投诉称恒企教育工作人员以各种承诺吸引黄先生报名某课程，并强调课程质量高，无需再交额外费用，甚至连报名考试都由他们负责。招生人员还自称是学校的老师，专门负责招生工作，并以国家号召为幌子，推销所谓的优惠助学贷款。

然而，合同签订后，招生人员的态度却急转直下，对黄先生的问题不再积极回应，甚至不再理会。黄先生发现，课程的实际质量与招生人员的承诺相去甚远，很多费用仍需自己承担，连报名考试也需要自己操心。此外，招生人员之前承诺的英语课程也并未兑现，而且课程中还包含了许多黄先生并不需要的科目。

更让黄先生感到不安的是，招生人员所推荐的助学贷款实际上是来自重庆小雨点的贷款合同。在贷款审核过程中，招生人员表现得十分紧张，而贷款通过后则态度大变，显得异常开心。

## 四、关于我们

### （一）关于电诉宝

国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）运行10余年来，与全国近千家网络消费平台建立对接，影响1亿+网络消费用户，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、评价体系、法律求助、大数据分析等诸多功能。目前，平台“绿色通道”服务向广大网络消费平台开放，各平台可自主申请入驻，实时受理、反馈和查询用户满意度评价。为了更好地营造公开、透明、健康的网络消费投诉环境，“电诉宝”公开版已正式上线，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、投诉榜（依据投诉量排行）等模块，让投诉过程透明化，一手掌握信息动态。

“电诉宝”（网络消费纠纷调解平台；[315.100EC.CN](http://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。



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 <input type="text"/>	年龄* <input type="text"/>	性别* <input type="text"/>
所在地*	<input type="text"/>	邮箱* <input type="text" value="example@qq.com"/>	投诉对象* <input type="text" value="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 17 年历史，旗下运营：网经社(数字经济新媒体)、网经社电子商务研究中心(智库)、“电数宝”(大数据)、“投融资中心”(FA)、“电诉宝”(C 端)、网盛消费品电商供应链金融服务中心(金融)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，并致力于打造大数据驱动的“领先的数字经济服务商”。

网经社网站(WWW.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。

2022年11月23日，国内领先的数字经济服务商“浙江网经社信息科技有限公司”宣布成立“消费品电商供应链金融服务中心”，并发布消费品电商供应链金融解决方案，此举旨在破解消费品流通企业融资难题。



具体服务包括：向平台企业基于网经社数字经济门户、自媒体&社群矩阵、媒公宝（3000人记者库）提供媒体传播业务为核心的品牌服务；向政府机构基于互联网行业内唯一一家国家发改委认定的“一带一路”TOP10影响力社会智库“网经社电子商务研究中心”提供研究资讯为核心的智库服务；向消费品供应链企业基于“网盛消费品电商供应链金融服务中心”提供供应链金融解决方案；向创业公司基于“网经社投融资中心”20000+投资者库提供FA服务。

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。



### 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《2024 年 3 月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：2024年4月1日**

官方公众号 ID: i100EC

网购投诉平台 ID: DSWQ315

(近 40 万电商人都在看!)

(在线网购投诉)



电数宝 ([DATA.100EC.CN](http://DATA.100EC.CN))

电诉宝 ([315.100EC.CN](http://315.100EC.CN))

(16 年沉淀 100 万+条数据覆盖 4000+平台)

(我要投诉)



视频号 (视频号搜网经社)

抖音号 (抖音搜网经社)



网经社小程序码 (微信小程序搜网经社)

