

2024年5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06月05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

5月27日，中消协发布《中国消费者权益保护状况年度报告（2023）》。报告指出，直播电商、新型网络营销等的相关法律法规和标准规范有待健全，部分平台数据造假、低俗“带货”、诱导私下交易等问题需要加紧治理。

此外，“五一”旅游、餐饮、文娱强劲增长，新潮玩法涌现，下沉市场活跃。但景区运营、安全保障、文旅服务水平问题影响游客体验，投诉激增。

在此背景下，6月5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5月受理的全国85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5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5月网络消费投诉数据及《2024年5月数字零售十大典型投诉案例》《2024年5月数字生活十大典型投诉案例》和《2024年5月数字教育十大典型投诉案例》。

在报告公布的《2024年5月全国网络消费评级榜》中：获“**谨慎下单**”评级的有：抖音、京东、去哪儿、美团等4家；获“**不建议下单**”评级的有：飞猪、小红书、走着瞧旅行、分期乐、拼多多、速卖通等6家；获“**不予评级**”的有：大麦网、淘宝、闲鱼、潭州教育等4家。

二、整体数据

（一）投诉问题类型分布

据“电诉宝”显示，2024年5月全国网络消费投诉问题类型TOP10中，退款问题占比高达25.75%，其余问题类型依次为：冻结商家资金（8.78%）、网络欺诈（8.78%）、霸王条款（8.78%）、商品质量（7.98%）、售后服务（6.39%）、其他（4.39%）、网络售假（4.19%）、发货问题（3.99%）、恶意罚款（3.99%）、虚假促销（3.59%）、退店保证金不退还（2.40%）、退换货难（2.20%）、订单问题（2.00%）、信息泄露（1.60%）、货不对板（1.60%）、客服问题（1.20%）、物流问题（1.00%）、发票问题（0.80%）、高额退票费（0.60%）。

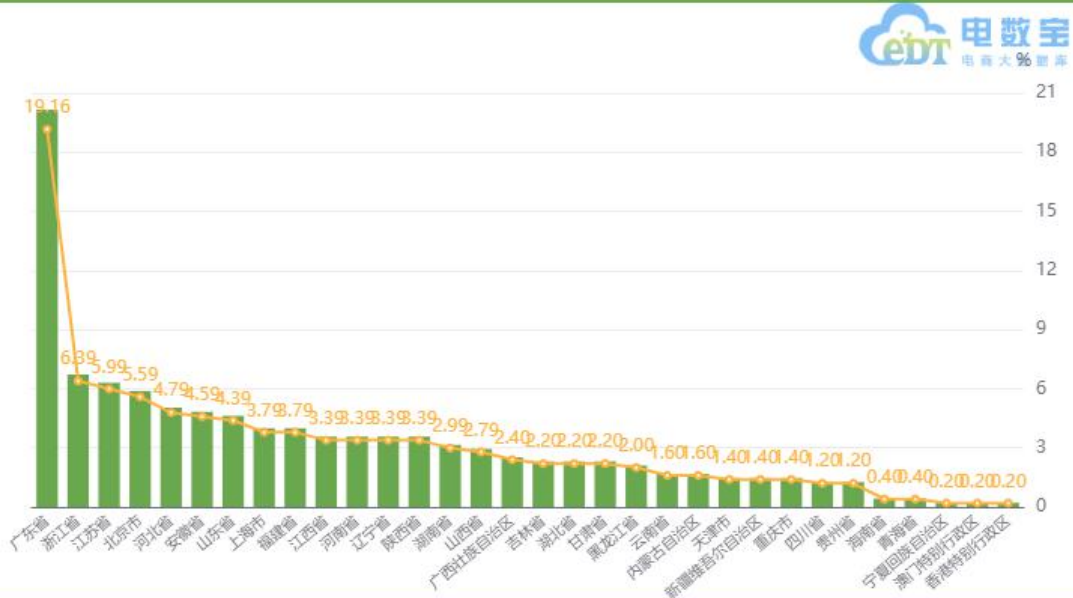


（二）投诉地区分布

5月“电诉宝”受理投诉用户聚集地区TOP10依次为广东省（19.16%）、浙江省（6.39%）、江苏省（6.00%）、北京市（5.59%）、河北省（4.79%）、安徽省（4.59%）、山东省（4.39%）、上海市（3.79%）、福建省（3.79%）、江西省

(3.93%)、河南省(3.93%)、辽宁省(3.93%)、陕西省(3.93%)。

2024年5月全国网络消费投诉地区分布



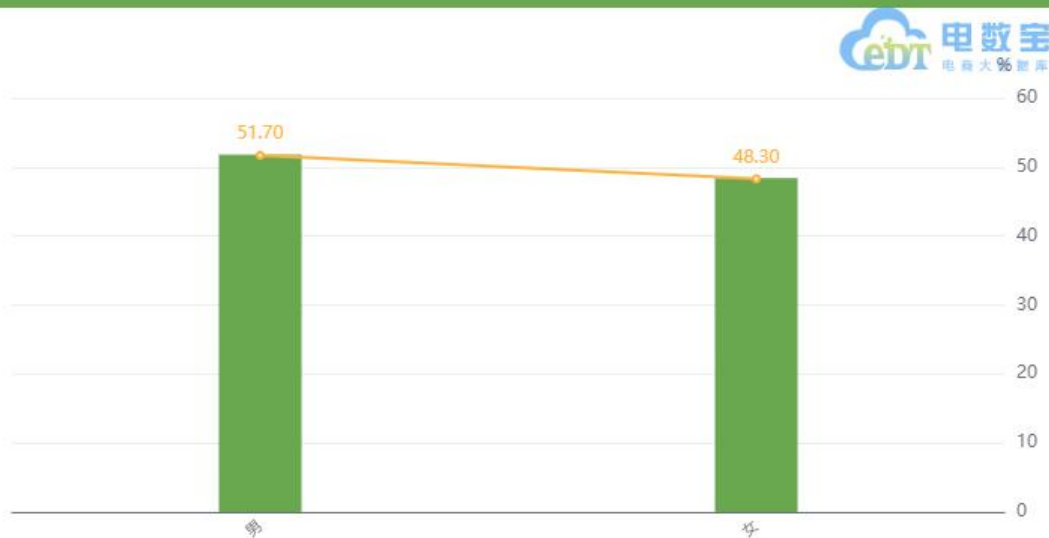
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

(三) 投诉用户性别分布

据“电诉宝”显示，5月男性用户投诉比例为51.70%，女性用户投诉比例为48.30%。

2024年5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，5月投诉金额分布主要集中在1000-5000元（18.76%）、100-500元（18.16%）、0-100元（13.37%）、5000-10000元（12.97%）、10000元以上（12.77%）、500-1000元（8.18%）、未选择金额（15.77%）。

2024年5月全国网络消费投诉金额分布



图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

三、评级数据与典型案例

在报告公布的《2024年5月全国网络消费评级榜》中：获“谨慎下单”评级的有：抖音、京东、去哪儿、美团等4家；获“不建议下单”评级的有：飞猪、小红书、走着瞧旅行、分期乐、拼多多、速卖通等6家；获“不予评级”的有：大麦网、淘宝、闲鱼、潭州教育等4家。

2024年5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	抖音	94.44%	0.650	2.000	0.727	谨慎下单
2	京东	81.25%	0.787	2.000	0.702	谨慎下单
3	去哪儿	100.00%	0.663	0.000	0.699	谨慎下单
4	美团	94.44%	0.300	0.000	0.562	谨慎下单
5	飞猪	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
5	大麦网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
5	小红书	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
5	走着瞧旅行	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
5	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
5	分期乐	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
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	潭州教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
5	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 $\in [0, 0.4)$ ，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5月全国数字零售评级榜中：获“谨慎下单”评级的有：抖音、京东等2家；获“不建议下单”的有：小红书、拼多多等2家；获“不予评级”

的有：淘宝、闲鱼等 2 家。

2024年5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	抖音	94.44%	0.650	2.000	0.727	谨慎下单
2	京东	81.25%	0.787	2.000	0.702	谨慎下单
3	小红书	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
3	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
3	拼多多	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
3	闲鱼	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		

数字零售上榜平台有 26 家：

投诉量 TOP10 依次为：拼多多、抖音、淘宝、京东、闲鱼、小红书、苏宁易购、快手、转转、微拍堂；

排在第 11-20 名的是：唯品会、交易猫、阿里巴巴、微店、拍机堂、天猫、有赞、孩子王、红布林、途虎养车；

排在第 21-26 名的是：二三良作、蜂享家、多多买菜、爱回收、孔夫子旧书网、花礼网。

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 5月

1	拼多多	2	抖音	3	淘宝	4	京东
5	闲鱼	6	小红书	7	苏宁易购	8	快手
9	转转	10	微拍堂	11	唯品会	12	交易猫
13	阿里巴巴	14	微店	15	拍机堂	16	天猫
17	有赞	18	孩子王	19	红布林	20	途虎养车
21	二三良作	22	蜂享家	23	多多买菜	24	爱回收
25	孔夫子旧书网	26	花礼网				

(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，涉及转转、识季、微拍堂、分期乐、微店、有赞、小红书、拍机堂、来分期、闲鱼。

2024年5月数字零售典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
5月1日	转转	售卖翻新机？“转转” 被指平台规则复杂 客服态度恶劣
5月7日	识季	LV衬衫成“烫手山芋”？ 用户投诉“识季”售卖商品得物鉴定为假
5月7日	微拍堂	店铺保证金变技术服务费？ 用户投诉“微拍堂”条款不一致
5月8日	分期乐	用户投诉“分期乐”暴力催收 严重影响其生活
5月14日	微店	用户投诉“微店”商家拒不发货 还索“跑单费”平台调解无果
5月14日	有赞	6800元打水漂？ 用户投诉“有赞”等待数月退款无果
5月14日	小红书	随意封号？用户投诉“小红书” 无明确原因封号 无法提供证据
5月15日	拍机堂	虚假检测？用户投诉“拍机堂” 商品问题单方面下定义 直接关闭售后系统
5月16日	来分期	用户投诉“来分期” 还款入口消失 寻求客服无人受理
5月22日	闲鱼	调包奢侈品？用户投诉“闲鱼” 袒护买手 维权专员不作为

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

【案例一】售卖翻新机？“转转”被指平台规则复杂 客服态度恶劣

5月1日，安徽省的李先生向“电诉宝”投诉称，其于4月通过转转平台购买了一款小米13u手机，但不久后发现手机存在进水问题。经过专业拆机检测，结果显示该手机为翻新机或返修机，其原有的防水功能已失效。李先生认为，转转平台售卖翻新机严重侵害了他作为消费者的合法权益。

李先生称在与转转公司客服沟通时，客服要求他提供相关证明。若李先生无法出具证明，转转方面将不会给出令他满意的检测结果，这一要求被李先生视为

带有威胁性质。经过进一步调查，李先生发现转转平台售卖翻新机以次充好的案例并非个例，使他感到在面对平台复杂的规则和霸王条款时显得势单力薄。

李先生提诉求是要求转转平台赔偿一款全新、无问题、无拆修的小米 13u 手机；其次，他要求转转平台对此次事件进行道歉，并下架所有坑害消费者的翻新机。

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，转转方反馈称：您向平台反馈的问题我们十分重视，经核实，客服已联系您提供对应解决方案并积极帮您沟通处理，很抱歉给您带来不好的体验，感谢您对平台的支持~

【案例二】LV 衬衫成“烫手山芋”？用户投诉“识季”售卖商品得物鉴定为假

5 月 7 日，江苏省彭女士向“电诉宝”投诉称自己于 2024 年 1 月 11 日在识季平台购买了一件 LV 衬衫，涉嫌售假。彭女士本来想在二手平台卖，在一月份得物鉴定为假，五月份得物鉴定又为假，实在没办法求助平台帮忙解决，东西在手上就是浪费资源。彭女士表示，由于得物平台的检测结果，自己的商品不被承认。自己只是想争取利益，不想花钱买假货。

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。

【案例三】店铺保证金变技术服务费？ 用户投诉“微拍堂”条款不一致

5 月 7 日，山东省杜先生向“电诉宝”投诉称，其于 2024 年 5 月 7 日，在微拍堂链接提示缴纳 1800 元店铺保证金开通店铺，杜先生看到的条款是说这个 1800 元店铺保证金随时可以退，缴纳后找微拍堂客服确认，客服告诉自己这个 1800 元是技术服务费，不能退。

杜先生表示看到的条款是这个 1800 元是店铺保证金，并没有看到客服说的还有技术服务费并且不能退的说法。如果有明确说交这个 1800 不能退，杜先生是不会交的。杜先生不知道为什么自己看到的跟客服说的不一样。店铺开通前后不到两分钟，也没接受任何技术服务，杜先生要求退款 1800 元。

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，微拍堂有关人员回复称：尊敬的微拍堂客官您好，关于您反馈的问题，我们已接收到您的问题，会尽快联系您处理。感谢您的支持，祝您生活愉快！

【案例四】用户投诉“分期乐”暴力催收 严重影响其生活

5月8日，贵州省丁先生向“电诉宝”投诉称分期乐频繁通过短信和电话对丁先生的朋友家人进行骚扰，严重影响了他的正常生活和工作。丁先生表示这种行为不仅令人反感，更是对消费者权益的严重侵犯。

丁先生称他们无视自己的意愿，不断地进行骚扰，给自己带来了极大的困扰。丁先生强烈要求分期乐立即停止这种骚扰行为，并对其进行严肃处理。丁先生希望相关部门能够重视此事，保障消费者的合法权益，还他们一个清静的生活环境。

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】用户投诉“微店”商家拒不发货还索“跑单费” 平台调解无果

5月14日，辽宁省沈女士向“电诉宝”投诉称其于2024年4月21日在微店拍下一个明星小卡，商家不发货，于是沈女士申请了退款，找到了商家说明情况。沈女士表示商家拒绝退款，并且声称退款需付跑单费，于是沈女士找到了微店平台咨询此事。沈女士称微店平台官方客服说该平台压根没有跑单费这一说，于是自己又根据平台要求积极配合专员进行投诉举证。

沈女士表示从4月21日至今，已半个多月之久，平台给她的答复是买家举证不足，商家无责，平台无法判定，需找商家私自协商。沈女士在购买一张小卡作为实物商品时，遇到了商家不发货的情况。

沈女士在多次尝试联系商家并寻求退款时，商家提出了不合理的退款要求，即要求沈女士支付全款的百分之三十五作为退款条件，并随后采取了不礼貌的骂人行为。沈女士尝试通过平台介入解决问题，但平台回复要求她直接与商家协商。协商失败后，沈女士发现商家的微信账号异常，电话也打不通，感觉平台在无故包庇商家，侵犯了她的消费者权益。因此，沈女士的诉求是要求商家进行全额退款。

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。

【案例六】6800 元打水漂？ 用户投诉“有赞”等待数月退款无果

5 月 14 日，浙江省卜先生向“电诉宝”投诉称自己于 2022 年 10 月 19 日接到有赞销售员电话说可以无条件入驻平台，之后购买了有赞微商 1 套价值 6800 元，购买后一直不能使用，微信视频号带货中心无法使用带货。

卜先生表示，有赞 20 号发公告带货中心停用了，销售员说该功能下架了，叫卜先生等一个月，联系客服说等 2 个月。卜先生要求退款，还是叫其等一下，等了 4-5 个月，还是不能用，联系处理无果，等到 2023 年 3 月还是不能用。平台一直不处理拖了几个月，联系售后说处理不了，客服说会处理的，一直拖到现在钱还没有退回来。

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，平台回复：您好，关于您所反馈的问题，前期已有工作人员回复您告知无法退款，感谢您对有赞的关注与支持。

【案例七】随意封号？用户投诉“小红书”无明确原因封号 无法提供证据

5 月 14 日，广东省高先生向电诉宝投诉称其个人在小红书的账号在没有明确原因的情况下被禁言。高先生表示，他在多次联系小红书的客服部门并详细说明情况后，客服人员告知高先生其账号存在违规行为。当高先生要求客服提供相关违规证明时，平台客服却无法提供任何具体的违规证据，这使得高先生对平台的处理方式和结果感到极度不满。

高先生认为，小红书平台这种随意封禁账号的行为已经严重侵犯了他的账号权益。他强烈要求平台立即解封其账号的禁言状态，并对此次事件进行道歉和说明情况。

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。

【案例八】虚假检测？用户投诉“拍机堂”商品问题单方面下定义 直接关闭售后系统

5 月 15 日，内蒙古自治区的王先生向“电诉宝”投诉称其于 5 月 5 日在拍机堂平台购买了一款型号为 6600xt 的显卡。在收到商品并进行测试后，发现该显卡存在质量问题，具体表现为软件测试时温度过高。由于对产品性能存在疑虑，王先生决定进行退货处理。在退货过程中，拍机堂要求他拍摄开箱视频并上传到其

系统，以证明商品在收到时的状态。即使王先生按照要求完成了这些步骤，他的退货申请仍然未能得到满意的解决。

王先生称在申请售后服务后，拍机堂进行了所谓的“检测”，但检测结果却显示产品没有问题。王先生对此表示质疑，因为检测时间极短，甚至不足以完成一个正常的驱动下载和安装过程。他怀疑拍机堂可能根本没有进行真正的检测，而是直接关闭了售后系统。

王先生表示在产品出现质量问题的情况下，拍机堂要求他承担来回运费，且拍机堂并未与他进行任何有效的沟通，而是单方面地定义了产品的状况和处理方式，他认为这不合理。

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，但截至发稿前尚未收到被投诉平台的任何有关处理回复。

【案例九】用户投诉“来分期”还款入口消失 寻求客服无人受理

5月16日，广东省廖先生向“电诉宝”投诉称其在使用来分期平台借款多年之后，现在希望进行还款操作，但却遇到了困难。廖先生无法在该平台上找到还款的入口。廖先生表示他原先绑定的手机号码已经停用，他可能无法及时接收到平台发送的还款通知或验证信息。廖先生尝试拨打来分期平台的客服电话，但始终无法接通，这让他无法从官方渠道获取还款的指导和帮助。

此外，廖先生还担心自己的债权可能已被转让给第三方，但他并不清楚具体的转让情况。廖先生还想知道自己目前还欠多少钱，并希望能够联系到来分期平台的客服，以便获取更准确的信息和解决方案。

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。

【案例十】调包奢侈品？用户投诉“闲鱼”袒护买手 维权专员不作为

5月22日，上海市刘女士向“电诉宝”投诉称其于2024年5月13日在闲鱼出售一对正品Gucci雏菊耳钉(虹桥机场柜台购买)，闲鱼平台认证的【奢侈品买手】拍下后拒收并在拒收快递的过程中掉包了刘女士的正品包装盒、保卡和耳钉。

刘女士表示，闲鱼维权专员不作为，自始至终站在【奢侈品买手】的立场，反复的要求刘女士补充一些所谓的凭证和资料。【奢侈品买手】拒收了快递，刘

女士也是验货后第一时间拒收了退回来的耳钉。刘女士认为闲鱼就是这样纵容为维权专员和买手，内外勾结，联合欺诈，为虎作伥，助纣为虐！谁来保障卖家的利益？自己的正品耳钉、包装盒和保卡应该向谁索赔呢？

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。

（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 5 月全国数字生活评级榜中：获“谨慎下单”评级的有：去哪儿、美团；获“不建议下单”的有：飞猪、走着瞧旅行；获“不予评级”的有：大麦网。

2024年5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%	0.663	0.000	0.699	谨慎下单
2	美团	94.44%	0.300	0.000	0.562	谨慎下单
3	飞猪	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
3	大麦网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
3	走着瞧旅行	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	

数字生活上榜平台有 17 家：

投诉量 TOP10 依次为：飞猪、去哪儿、美团、大麦网、走着瞧旅行、BOSS直聘、万师傅、智行、携程、啄木鸟维修；

排在第 11-17 名的是：饿了么、猫眼电影、T3 出行、高德、途家、大河票务网、有票 APP。



电诉宝
网络消费纠纷调解平台

2024第十三届网络消费315调查行动

[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

5月

1	飞猪	2	去哪儿	3	美团	4	大麦网
5	走着瞧旅行	6	BOSS直聘	7	万师傅	8	智行
9	携程	10	啄木鸟维修	11	饿了么	12	猫眼电影
13	T3出行	14	高德	15	途家	16	大河票务网
17	有票APP						

(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案例，涉及去哪儿、猫眼、啄木鸟家庭维修、万师傅、美团民宿、智行、BOSS直聘、高德打车、美团外卖、飞猪。

2024年5月数字生活典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
5月3日	去哪儿	“去哪儿”被指下单后不可退款 疑似霸王条款
5月3日	猫眼	消费者误买电影票 “猫眼”客服仅赔偿优惠券
5月6日	啄木鸟家庭维修	通下水管道5分钟收费336元 “啄木鸟家庭维修”天价服务引争议
5月6日	万师傅	用户称遭“万师傅”客户辱骂 平台仅对自己处罚 回应：已协商
5月7日	美团民宿	地址错误无法入住？ 用户投诉“美团民宿”处理售后不及时
5月9日	智行	提前售出高价机票？用户投诉 “智行”欺诈消费者 人工客服难以联系
5月10日	BOSS直聘	恶意封号？用户投诉 “BOSS直聘”霸王条款 无证据单方面封号
5月11日	高德打车	用户投诉“高德打车” 司机未经询问临时更改路线 未送达目的地
5月22日	美团外卖	玫瑰变月季？ 用户投诉“美团外卖”商家虚假宣传
5月28日	飞猪	“飞猪”被指取消候补仍获票 平台抢票机制引争议

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

【案例一】“去哪儿”被指下单后不可退款 疑似霸王条款

5月3日，刘女士向“电诉宝”投诉称其计划带着小孩在5月3日至5日前往某海岛度假，并提前在3月22日预订了两晚的酒店住宿。在准备出行的当天发现当地天气状况不佳，出于对孩子和家人的安全考虑，刘女士临时决定更改行程并返回北京。她随即联系了酒店方面，希望取消原本的住宿预订并退回已支付的款项。然而，酒店方面却以“下单后不可退款”为由，拒绝了她的退房退款请求。

刘女士认为，酒店方面的这一规定属于“霸王条款”，不仅违反了公平交易的

原则，也剥夺了消费者在特殊情况下维护自身权益的权利。她表示，自己在预订时并未看到有关不可退款的规定，而且这样的规定显然是不合理的。

接到用户投诉后，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。

【案例二】 消费者误买电影票 “猫眼”客服仅赔偿优惠券

5月3日，江西省的陈女士向“电诉宝”投诉称其于2024年5月3日在宜春润达大地影院误购了电影票，实际上她原本打算购买的是宜春万达影院的票。陈女士发现错误后，立即拨打了猫眼电影的客服电话，详细说明了情况并请求对方进行退款处理。

陈女士表示猫眼电影的客服回应称不支持退款，并提出作为补偿，给予陈女士几张价值5元的优惠券。但陈女士对此并不满意，她认为猫眼电影的行为侵犯了消费者的权益，因此坚持要求对方进行全额退款。

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。

【案例三】 通下水管道5分钟收费336元 “啄木鸟家庭维修”天价服务引争议

5月6日，广东省的谭先生向“电诉宝”投诉称其于2024年5月6号预约了通下水管道服务，事前师傅未出于任何收费标准公示，前后5分钟时间简单把头发出取出，告知要收费336元。

谭先生表示这价格完全是乱开价乱收费，事后还私下向自己索取10元说是工具费用，要求退款处理并给合理解释。谭先生称平台没收一套收费标准公示，安装师傅胡乱开价，此平台在315已被公开点名，没想到乱象不改。

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，尚未收到啄木鸟家庭维修的工作人员回复。

【案例四】 用户称遭“万师傅”客户辱骂 平台仅对自己处罚 回应：已协

商

5月6日，甘肃省的仇先生向“电诉宝”投诉称商家多次辱骂安装工人。仇先生表示2024年4月29日，在安装柜子期间，柜体由主柜，顶柜和侧柜组成，但是没有任何安装图纸和安装教程。仇先生称咨询商家，有没有安装图纸或者视频教程，他需要看一下柜子里面框架图。然后商家就说自己脑子有病，他雇人是给他安装柜子的，不是给他找麻烦的。

在仇先生再三问之下，又给自己发了一个别人家柜子的效果图。因为客户说这是别人家柜子的图，不是她们购买的这个柜子的图，没有别的办法。仇先生表示在他摸索装完柜子的时候，发现少发一副铰链。然后商家要求他补发，让仇先生把固定铰链的螺丝孔打开就可以了。

仇先生咨询客户意见之下，需要二次上门。因为拉固柜子的3公分螺丝一个也没派，包括膨胀螺丝之内的，所以，更加需要二次上门。过了几天，仇先生询问商家二次上门是否有服务费，然后商家对自己又进行了辱骂，气的他挂了电话。然后商家不依不饶，又打过电话来对自己辱骂。仇先生一气之下拉黑了对方。然后商家向平台对自己进行了投诉。仇先生称平台对自己最后进行了20元安装费的扣除。对商家没有任何处理。仇先生表示自己做为底层劳动者，对平台和商家表示怀疑。

接到该用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台，万师傅工作人员向“电诉宝”发来反馈称：家具|安装-柜类-鞋柜*1个，师傅反馈不满订单处理结果，经平台介入核实，师傅未安装完商品，故部分退款20元退回用户，经平台沟通协调，已告知师傅针对用户辱骂行为，会监管用户账号，后续仍存在此行为会进行相应处理，考虑目前情况特殊申请补偿3000积分，师傅认可无异议。

【案例五】地址错误无法入住？ 用户投诉“美团民宿”处理售后不及时

5月7日，湖南省的石女士向“电诉宝”投诉称其于2024年4月30日通过美团平台预定了一家民宿，然而，由于一系列问题，她的住宿体验极为不愉快。首先，她发现美团上提供的房源地址是错误的，导致她前往了错误的地点，并在那里发现已经有其他客人入住。

其次，石女士即使按照美团上显示的地址找到了另一处可能的房源，尝试输入的入住密码也是错误的，无法进入房间。此外，石女士尝试与房东取得联系，但房东始终未回复她的消息，没有给予任何解决问题的帮助。

石女士表示由于地址错误和无法进入房间的问题，不得不在各个地点之间辗转，浪费了宝贵的一个小时时间，尤其是在凌晨两三点，她的身心疲惫达到了极点。

石女士称更让感到不满的是，美团平台在接到她的投诉后，并未给予及时和有效的处理，而是直接让她进行投诉，却没有收到房东或平台关于解决问题的正面回应。石女士的诉求是请求按照房费价格 10 倍赔偿给自己。

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，截至发稿前尚未收到该平台工作人员的回复。

【案例六】提前售出高价机票？用户投诉“智行”欺诈消费者 人工客服难以联系

5 月 9 日，陕西省的相女士向“电诉宝”投诉称其于智行平台上购买了两张从西安飞往宁波的飞机票，总共支付了 2031.8 元，其中包括了两张成人票的费用，每张成人票的价格为 996 元，其中机票费用为 876 元，机场建设费 50 元，燃油附加费 70 元。然而，当她在机场打印出行程单时，发现每张机票的实际费用仅为 665 元，两张机票的行程单合计金额为 1570 元，与她在智行平台上支付的金额相比少了 461.8 元。

相女士认为智行平台存在欺诈行为，通过提前售出高价机票的方式欺骗消费者。她要求智行平台退还这 461.8 元的差额。在接下来的几天里，她积极与平台进行沟通，但发现人工服务难以联系，而电子客服的处理方式也让她感到不满。

相女士表示电子客服在前期处理中仅通过邮箱发送了一张 79.8 元的电子发票，并要求她邮寄全额纸质发票，为此她还支付了 20 元的邮寄费。然而，她的邮寄请求竟然被退回，不予处理，导致她现在无法进行单位报销。如果只能使用现有的行程单进行报销，她将损失 461.8 元。

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，智行的工作人员向“电诉宝”发来反馈称：您好，关于您反馈的机票事宜，关注到主管已电话联系您沟通处理，后续有任何问题可以随时联系我们，感谢您的反馈。

【案例七】恶意封号？用户投诉“BOSS 直聘”霸王条款 无证据单方面封号

5月10日，内蒙古自治区的包先生向“电诉宝”投诉称其于5月9日在Boss直聘平台上发布招聘信息并支付了45元的费用。然而，不久后他的账号被平台直接封禁，平台给出的理由是有人举报了他的账号，但并未向他提供任何违规的证据。包先生对此表示不解，认为平台在没有充分证据的情况下单方面封禁他的账号是不合理的。

包先生表示，他的公司主要从事产品供应链业务，需要招聘销售类岗位以及合伙人模式的人才。为了扩大招聘范围，他注册了三个账号并发布了招聘信息。然而，第一个账号在发布信息后就被封禁，他以为是自己的问题，于是重新注册了新账号，但结果依然是封禁。他连续付费发布了四次招聘信息，但所有账号均被封禁。

包先生认为，这明显是Boss直聘平台单方面的霸王条款，他对此表示强烈不满，并希望相关部门能够介入解决。他要求平台提供明确的违规证据，或者给出合理解释，并解除对他账号的封禁。

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。

【案例八】用户投诉“高德打车”司机未经询问临时更改路线 未送达目的地

5月11日，湖北省的王先生向“电诉宝”投诉称其于5月11日上午11点左右计划使用高德打车前往附近的一家商场。在司机到达后，司机却临时改变了原

定的行程路线，没有按照导航规划的路径行驶，而是根据个人喜好选择了另一条路线。

王先生表示，在司机改变路线的过程中，他并没有收到任何关于此事的通知或询问，导致他无法及时表达自己的意见或选择。更让他不满的是，司机选择的路线并没有将他送达商场的常用入口（1号门），而是接近了7号门，这给他在暴雨天气下的出行带来了极大的不便。

王先生尝试通过高德 app 小程序客服和 400 客服电话与平台沟通，但是他并没有得到任何有意义的回应或解决方案。更为糟糕的是，由于系统原因，他在接下来的三个小时内都无法再次使用高德打车开启新的行程。王先生的诉求是他希望能够获得退款，并额外获得 80 元的优惠券作为赔偿。

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】玫瑰变月季？ 用户投诉“美团外卖”商家虚假宣传

5月22日，广东省的王先生向“电诉宝”反映称其于2024年5月20日在美团外卖下单购买弗洛依德鲜花，但最后收到的却是月季，商家商品售假，虚假宣传，侵害消费者权益，欺诈消费者。王先生的述求是按照相关规定退一赔三，不满500，赔500。

王先生表示5月20日跟商家沟通，商家竟然连弗洛依德是什么都不知道，辩称弗洛依德就是普通玫瑰拒不退款。王先生称后向平台方申请退款及介入，但是5.21平台方说平台不能直接退款，向自己赔偿20元解决该问题，不同意，后说要升级专员处理，至今未处理。

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。

【案例十】“飞猪”被指取消候补仍获票 平台抢票机制引争议

5月28日，湖北省的刘女士向“电诉宝”投诉称其原本打算购买某趟火车的直达票，但在发现车票售罄后，她选择了候补购票的功能。出于行程安排的考虑，

她决定同时购买一张转乘的车票，以确保能够顺利出行。

在购买了转乘车票后，刘女士认为既然已经选择了其他出行方式，便取消了之前的候补订单。随后她发现，尽管取消了候补订单，飞猪平台仍然为她成功抢到了原先直达车的车票。

刘女士认为，飞猪平台在界面设计上没有明确区分候补订单和抢票订单，导致她误以为取消候补就是取消了所有的购票尝试。她因此遭受了经济损失，并希望飞猪平台能够承担这一损失。然而，飞猪平台方面一直表示无法承担这一责任，让刘女士感到十分无奈。

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。

（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 5 月全国数字教育评级榜中：获“不予评级”的有潭州教育。

2024年5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	潭州教育	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		

数字教育上榜平台有 23 家：

投诉量 TOP10 依次为：潭州教育、中公教育、中职通、赛优教育、一只船教育、小叶子陪练、帮考网、网易云课堂、深海教育；

排在第 11-23 名的是：高教通、帮考教育、嗨学网、聚师网、聚狮在线教育、VIPKID、中安建培、尚德机构、对啊网、沪江网校、高顿教育、掌门 1 对 1、恒企教育。



电诉宝
网络消费纠纷调解平台



电诉宝
网络消费纠纷调解平台

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](#)

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 5月

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，涉及对啊网、VIPKID、小叶子陪练、赛优教育、掌门 1 对 1、帮考网、高顿教育、沪江网校、深海教育、潭州教育。

2024年5月数字教育典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
5月1日	对啊网	万元学费打水漂？“对啊网”被指中学教师编协议班不过包退款难退
5月3日	VIPKID	用户投诉“VIPKID”申请退费两月无果 多次联系无人处理
5月5日	小叶子陪练	年卡到期不告知？用户要求“小叶子陪练”按课时退款
5月8日	赛优教育	“赛优教育”疑似考试未通过全额退费诱导下单 以商品下架为由拒绝退单？
5月11日	掌门1对1	未操作账号却提示安全隐患“掌门1对1”被指注销帐号难
5月13日	帮考网	购买后无人售后“帮考网”被指退款难 回复：在协商处理中
5月14日	高顿教育	VIP班考试保过？用户投诉“高顿教育”涉嫌虚假宣传
5月14日	沪江网校	“1V1强化”变“零服务”？“沪江网校”被指课程未完遭拒学
5月27日	深海教育	用户投诉“深海教育”录播课程失效 五千元报考费退款无门
5月28日	潭州教育	诱导分期消费？学员投诉“潭州教育”承诺永久免费却变卦

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

【案例一】万元学费打水漂？“对啊网”被指中学教师编协议班不过包退款难退

5月1日，河北省的邱女士向“电诉宝”投诉称其于2022年7月26日下单对啊网初中语文教师编课程话费12350元，承诺笔试不过就退钱。事后联系平台说必须要未入围名单才给退，但是当地并没有未入围名单。

邱女士表示，尚未进行面试课程预约要求将面试课程费用退回，跟教务老师联系过了，只要退面试课程也行。该老师不同意，现在课程也没有更新，教课

的老师也已经离职了，退费也没人搭理。

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。

【案例二】用户投诉“VIPKID”申请退费两月无果 多次联系无人处理

5月3日，湖北省陈女士向“电诉宝”投诉称自己于2023年10月通过微信报名参加VIPKID的课程，付款9300元。陈女士给孩子报名的是一对一英语课程，自己孩子上了17节课后觉得不适合。陈女士在2024年2月29提出退费申请，老师同意退费，但至今过去两个多月了，没有一人来处理此事。陈女士期间通过电话微信多次联系，每次告知会有人处理，但是至今为止没有一个来联系陈女士。

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，截至发稿前尚未收到该平台工作人员的回复。

【案例三】年卡到期不告知？ 用户要求“小叶子陪练”按课时退款

5月5日，福建省的陈女士向“电诉宝”投诉称其于2022年在小叶子钢琴app购买了小叶子钢琴app课程后，客服只告知金叶子可以兑换练习时长，没告知金叶子兑换练习时长的有效期。陈女士表示等自己要兑换时才告知课包已经过了有效期，但自己的app明明还显示有效期到今天。

陈女士称才发现之前的金叶子从去年开始就陆续到期，客服从来没有电话提醒过，说需要她自己去查。陈女士表示哪有这种道理，对方没说自己怎么会知道要到期了。陈女士要求退还过期的金叶子，并给予兑换时长，或者直接给予退款。谢谢！

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。

【案例四】“赛优教育”疑似考试未通过全额退费诱导下单 以商品下架为由拒绝退单？

5月8日，吉林省代女士向“电诉宝”投诉称其于2021年4月25日报名参加赛优教育的教师资格证考试培训课程时，商家明确承诺如考试未通过则全额退

费。然而，当代女士未能通过考试并申请退费时，却遭遇了商家的拒绝。

据代女士描述，购买课程时，商家明确表示若考试未通过，将提供全额退费服务。然而，当她实际申请退费时，商家却以商品下架、聊天记录丢失等理由拒绝退费。

代女士表示，她曾尝试联系以前为她服务的赛优教育相关老师，但均被告知已离职，无法提供帮助。代女士认为商家的行为违反了先前的承诺。对于商家的拒绝退费行为，代女士表示非常不满。

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】未操作账号却提示安全隐患 “掌门1对1”被指注销帐号难

5月11日，安徽省的张先生向“电诉宝”投诉称其在一周前注册了掌门1对1的账号，进去后未做任何操作，只是浏览了一下。张先生觉得不合心意便申请注销，谁知竟然提示存在安全隐患，不让注销。

张先生表示联系客服，就是说无法注销。张先生称掌门1对1现在天天打骚扰电话，烦不胜烦。张先生认为平台的行为太过霸道。

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。

【案例六】购买后无人售后 “帮考网”被指退款难 回复：在协商处理中

5月13日，陕西省的刘女士向“电诉宝”投诉称其于2024年在重庆帮考网平台购买了会计课程，推销老师孙超凡，打着考前冲刺的幌子推课，卖课。刘女士表示购买后无法退课，还没有开通，什么助教老师，根本没人管，没人理会。

刘女士表示卖课的时候每天很多老师联系，发信息，售后没有人理会，打了公司售后，助教老师电话，都没有任何回应，卖课老师说在哪买的联系助教老师，根本就是推辞。

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，平台反馈称：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。

【案例七】VIP 班考试保过？用户投诉“高顿教育”涉嫌虚假宣传

5 月 14 日，浙江省张女士向“电诉宝”投诉称自己于 2023 年 2 月 20 日在高顿教育购买注册会计师 CPA VIP 网络课程，当时购买课程时销售说 VIP 保过，不过全额退款。张女士表示自己没日没夜学了 1 年，报考三科都没有过 60 分线，且有两科只考了 20 分左右，其中还很大部分选择题。

张女士表示自己研究生学历，当时销售老师说普通人都是可以考出，由此说明高顿 VIP 保过班虚假宣传成份很高，侵害了本人的权益，张女士的诉求是退 23200 元（总计付 34800/6 门课*4 门课程退费=23200 元，其中开课三科，有一科考了 40 分，协议中过 40 分可全额退款）。

因高顿 VIP 保过班虚假宣传成份很高，具有欺骗性质，张女士就联系招生老师说要退课，对方一直不同意，说课程开通了就不给退。张女士表示，真不知道这样的教育机构是为了让教育回归教育本身，还是只是为了打着教育的名义赚钱？

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。

【案例八】“1v1 强化”变“零服务”？“沪江网校”被指课程未完遭拒学

5 月 14 日，广东省的黎女士向“电诉宝”投诉称其在沪江网校小程序上购买一份<西语零起点至生活会话 1v1 强化>课程，含录播课和 1v1 直播课，上了一段时间效果不算很好没有约直播课，后来工作太忙，最近不忙想继续上课，沪江拒绝提供课程，原因是课程时间 2024 年 5 月 13 日已截止。

黎女士表示，沟通后沪江依然不提供课程培训服务，订购课程前售前电话种曾提到关于课程没上完时间中止，售前告知可以沟通延长，售后却直接不允许上课，对于尚未提供的课程培训服务，损害了自己的合法权益，要求沪江拒绝退还剩余课程款项。

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。

【案例九】用户投诉“深海教育”录播课程失效 五千元报考费退款无门

5月27日，广东省覃女士向“电诉宝”投诉称自己于2021年9月28日在某平台查看【人力资源中级证书】考证信息，便与客服深度沟通，但由于在职状态中未能及时响应深海教育每一节直播课，错过了2022年的、2023年的考试，目前2024年希望可以参加考试。

但覃女士点开深海教育APP，发现之前所有的录播课程已无法查看，考试真题也无法打开，由于尚未参加考试，所以希望本次报考费用，5980元可全款退款。目前深海教育已无法联系上，不知道是否已破产与注销。

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。

【案例十】诱导分期消费？学员投诉“潭州教育”承诺永久免费却变卦

5月28日，黑龙江省赵女士向“电诉宝”投诉称自己于2021年10月6日通过一元购参加了潭州教育的播音主持公开课，通过公开课购买了播音主持课程7280元，因为赵女士收入低被老师诱导可以通过12期免息进行分期付款，当时承诺课程永久免费，结业后给分配接单任务。

赵女士才买的课程，当时学完第一个课程的时候觉得没有什么收获，与其他时间也发生了冲突，就和之前办理入学的老师联系把后面课程进行退费，老师说已经学了一个阶段，这个课程退不了，但可以办理休学，什么时候有时间什么时候复学。

2024年5月28日赵女士登录VIP伴学APP发现一直登录失败，想联系潭州的相关老师，发现之前的老师都已离职，后面联系到了两个老师，他们告知赵女士只是在学期内永久免费。赵女士表示当时买课的时候说的就是永久免费，没有说学期内问题，包括之前说的分配接单任务也没有。

现在潭州官方客服电话也打不通，联系的老师也不给解决问题只是一味的把

责任推到赵女士身上，潭州教育这是诱导消费者分期消费，承诺与实际严重不符，不经本人允许注销学员的账号，这属于欺诈行为。

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。

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）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*

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
网络消费纠纷调解平台

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)等一系列子品牌/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5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 6 月 5 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)

电诉宝 (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)

