

2022年“双11”期间 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：2022年11月18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	5
(三) 投诉用户性别分布	6
(四) 投诉金额区间分布	7
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	7
(二) 数字生活数据与十大典型案例	14
(三) 数字教育数据与十大典型案例	19
四、“双11”消费预警	26
(一) ①号预警	26
(二) ②号预警	30
(三) ③号预警	33
(四) ④号预警	37
(五) ⑤号预警	40
五、关于我们	44
(一) 关于电诉宝	44
(二) 关于网经社	46

一、报告摘要

网络消费年度盛宴“双11”已经落幕，“双11”期间，各家电商平台使出浑身解数，引发消费高潮，整点秒杀红包、大额消费券、爆款商品放送等“大招”让消费者招架不住。

在此期间，有人抓住时机囤积消耗品，有人趁势清空积攒已久的购物车，也有人在大促氛围下“无脑”下单，之后便已引起一系列后续问题。因此，浙江省消保委联合国内知名数字经济服务门户网经社发布双十系列消费提示，如①号消费提示：保价、低价、特价，“雾里看花”要当心，以及海淘消费提示等，提醒广大消费者远离消费陷阱。

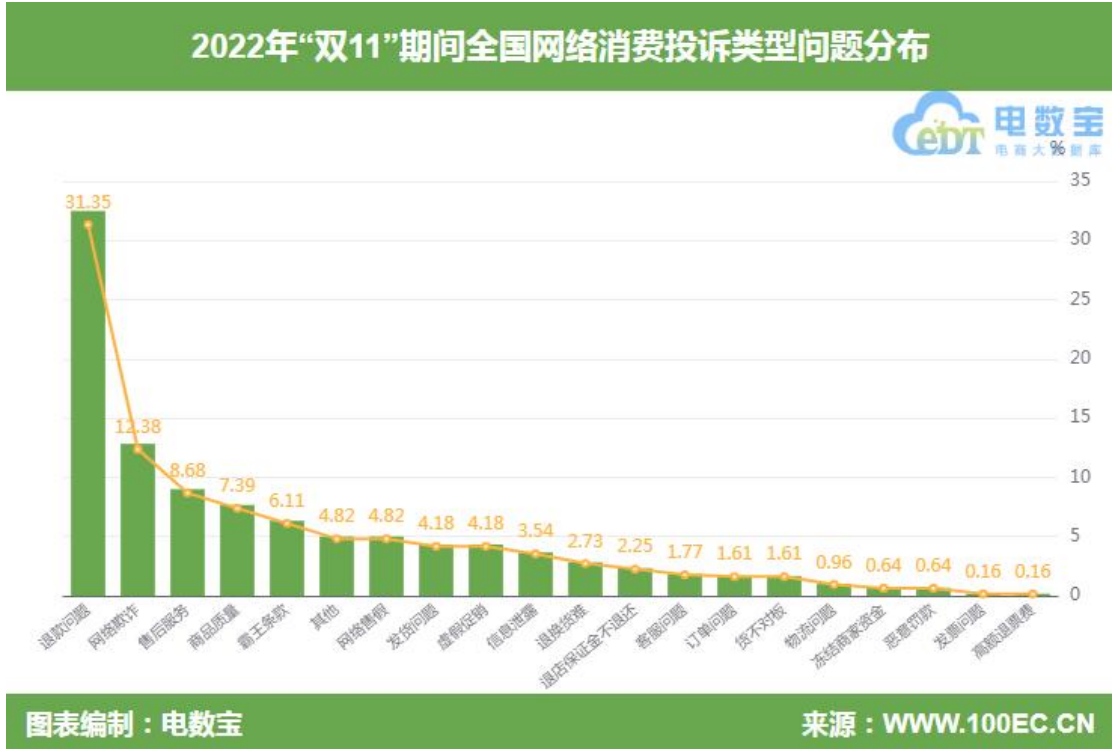
尽管如此，网络消费投诉依然不减，“双11”期间，退款问题、网络欺诈、售后服务问题成为消费者的热门投诉。

2022年11月18日，依据国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）2022年“双11”期间受理的全国113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《2022年“双11”期间电子商务用户体验与投诉数据报告》。（注：“双11”期间的样本采集时间为2022年10月20日至11月15日）。

报告涉及了数字零售（主要集中在**二手电商、生鲜电商**）、数字生活（主要集中在**生活服务、在线旅游**）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2022年“双11”网络消费投诉数据及《2022年双11数字零售十大典型投诉案例》《2022年双11数字生活十大典型投诉案例》和《2022年双11数字教育十大典型投诉案例》。

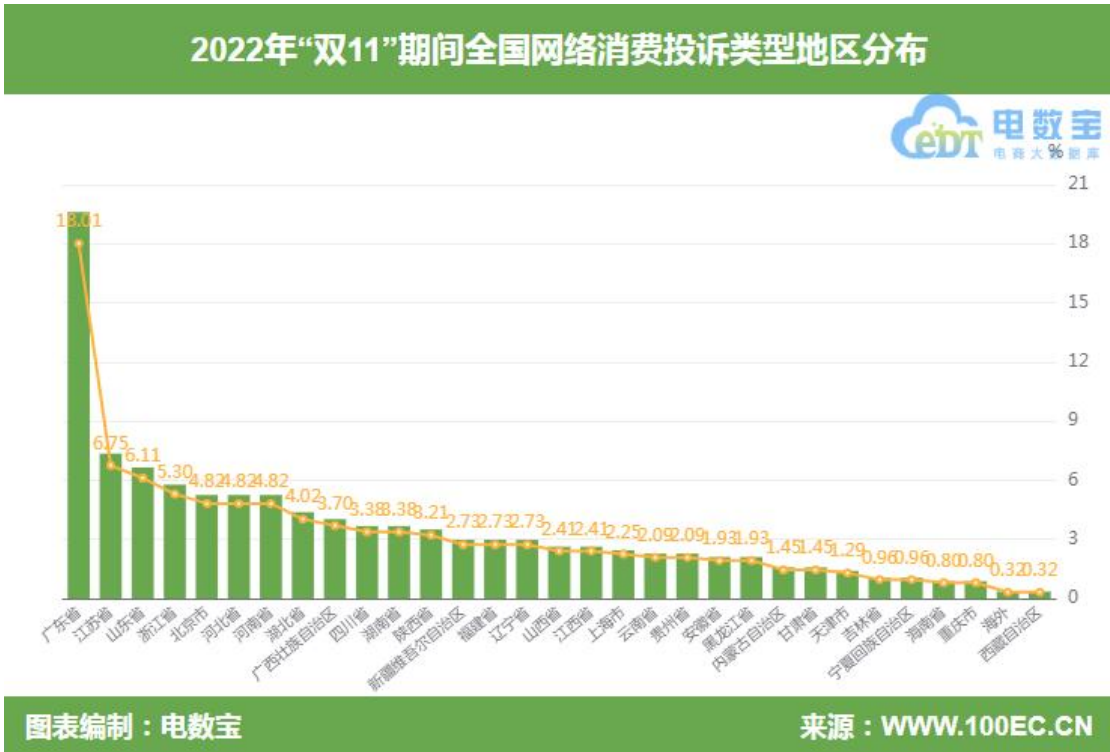
二、整体数据

(一) 投诉问题类型分布



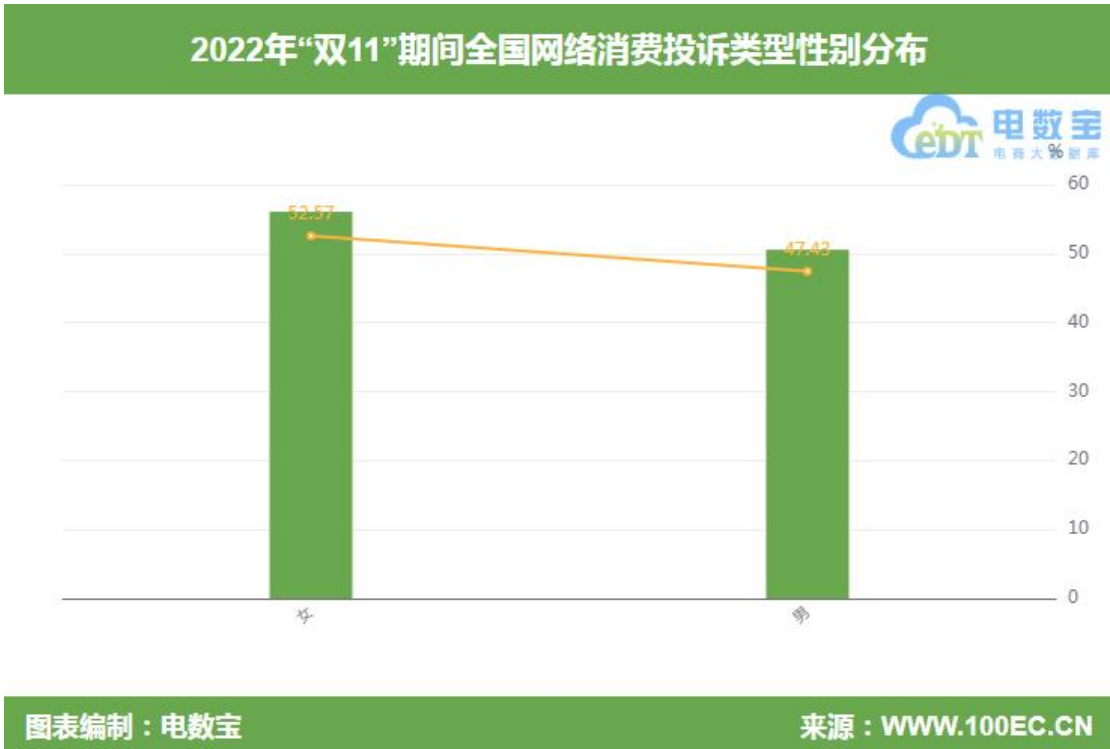
据“电诉宝”显示，2022年“双11”期间全国网络消费投诉问题类型中，退款问题占据首位，占比高达31.35%，其余问题类型依次为：网络欺诈（12.38%）、售后服务（8.68%）、商品质量（7.39%）、霸王条款（6.11%）、其他（4.82%）、网络售假（4.82%）、发货问题（4.18%）、虚假促销（4.18%）、信息泄露（3.54%）。

(二) 投诉地区分布



“双11”期间“电诉宝”受理投诉用户聚集地区TOP20依次为广东省（18.01%）、江苏省（6.75%）、山东省（6.11%）、浙江省（5.30%）、北京市（4.82%）、河北省（4.82%）、河南省（4.82%）、湖北省（4.02%）、广西壮族自治区（3.70%）、四川省（3.38%）、湖南省（3.38%）、陕西省（3.21%）、新疆维吾尔自治区（2.73%）、福建省（2.73%）、辽宁省（2.73%）、山西省（2.41%）、江西省（2.41%）、上海市（2.25%）、云南省（2.09%）、贵州省（2.09%）。

(三) 投诉用户性别分布



据“电诉宝”显示，“双11”期间女性用户投诉比例为52.57%，男性用户投诉比例为47.43%。

(四) 投诉金额区间分布



据“电诉宝”显示，“双11”期间投诉金额分布主要集中在1000-5000元（31.83%）、100-500元（16.56%）、5000-10000元（13.34%）、10000元以上（11.09%）、0-100元（10.45%）、500-1000元（7.56%）、未选择金额（9.16%）。

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，2022年“双11”期间全国网络消费评级榜中：获“建议下单”的有：有赞、苏宁易购；获“不建议下单”评级的有：寺库；获“不予评级”的有：淘宝、店宝宝、转转、快手等。

(一) 数字零售数据与十大典型案例

数字零售上榜平台有43家：



- 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
 - 农村电商
 - 生鲜电商
 - 奢侈品电商
 - 汽车电商
 - 母婴电商
 - 二手电商
 - 食品电商
 - 服装电商
 - 品牌电商
 - 电商服务商
 - 美妆电商
 - 酒水电商
 - 直播电商
 - 鲜花电商
 - 文玩电商
 - 数字藏品

筛选： 2022 ▼ 双11 ▼

1	淘宝	2	拼多多	3	京东	4	寺库
5	抖音	6	转转	7	苏宁易购	8	快手
9	有赞	10	店宝宝	11	交易猫	12	微店
13	淘特	14	当当	15	二三良作	16	天猫
17	找靓机	18	途虎养车	19	小米商城	20	闲鱼
21	美团优选	22	识季	23	千千惠生活	24	阿里巴巴
25	年丰大当家	26	唯品会	27	i百联	28	红布林
29	每日优鲜	30	多多买菜	31	猎趣	32	小红书
33	华硕商城	34	瓜子二手车	35	小年鱼	36	哔哩购
37	国美	38	孔夫子旧书网	39	叮咚买菜	40	盒马鲜生
41	贝贝（贝店）	42	屈臣氏	43	拍机堂		

投诉量 TOP10 依次为：淘宝、拼多多、京东、寺库、抖音、转转、苏宁易购、快手、有赞、店宝宝；

排在第 11-20 名的是：交易猫、微店、淘特、当当、二三良作、天猫、找靓机、途虎养车、小米商城、闲鱼；

排在第 21-43 名的是：美团优选、识季、千千惠生活、阿里巴巴、年丰大当家、唯品会、i 百联、红布林、每日优鲜、多多买菜、猎趣、小红书、华硕商城、

瓜子二手车、小年鱼、哔哩购、国美、孔夫子旧书网、叮咚买菜、盒马鲜生、贝贝（贝店）、屈臣氏、拍机堂。

在数字零售领域，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，涉及美团优选、找靓机、有赞、哔哩购、年丰大当家、小年鱼、转转、瓜子二手车、识季、二三良作。

2022年“双11”期间数字零售十大典型投诉案例		
投诉时间	投诉平台	投诉案例
10月20日	美团优选	“美团优选”被指商品无法送达没有任何通知 协商未果平台私自退款
10月22日	找靓机	“找靓机”被指因质量问题退回商品平台以开机密码为由拒绝退款
10月22日	有赞	“有赞”被指用户被传销式洗脑购买课程收了钱的商家竟失联
10月25日	哔哩购	B站旗下“哔哩购”被指不尊重消费者权益处理售后方式危险
10月27日	年丰大当家	礼券尚在有效期“年丰大当家”以时间过久为由不予退款？
10月29日	小年鱼	欺骗消费者已发货？用户投诉“小年鱼”寄回商品久不返还提供单号无物流信息
10月31日	转转	“转转”被指商家隐瞒商品瑕疵不予退换平台也驳回用户申请不理
10月31日	瓜子二手车	“瓜子二手车”被指故意隐瞒车辆故障平台不认账不处理
11月5日	识季	“识季”APP被指虚假宣传以次充好售卖二手瑕疵品
11月14日	二三良作	“二三良作”被指售卖“三无产品”商家为逃避责任竟拒接电话？

图表编制：电诉宝 数据来源：315.100EC.CN

【案例一】“美团优选”被指商品无法送达没有任何通知 协商未果平台私自退款

10月20日，广东省的王女士向“电诉宝”投诉称，2022年9月19日下午15点40分王女士在美团优选上下单，平台显示20号上午11点左右可以送达，等

了30多个小时，没收到任何通知，也没收到货。于是王女士找到平台，平台这才说要王女士申请退款。王女士肯定不愿意，没有货的情况没有第一时间通知王女士，最后还是王女士找平台，而且在协商不满意的情况下私自退款。

【案例二】“找靓机”被指因质量问题退回商品 平台以开机密码为由拒绝退款

10月22日，河南省的李先生向“电诉宝”反映称，2022年10月13日其在找靓机app够买了一部华硕游戏手机。手机到手没电，充好电过后发现无法开机。10月18号当天在找靓机平台提出7天无理由退货，然后在10月21日平台告知开机密码未解除让李先生填写。李先生表示自己都没开机，哪知道开机密码是多少？再说了平台售卖机器不应该是恢复正常设置吗？

【案例三】“有赞”被指用户被传销式洗脑购买课程 收了钱的商家竟失联

10月22日，新疆维吾尔自治区的李女士向“电诉宝”投诉称，2022年10月17日其在微信有赞小程序被湖南微查信息科技有限公司诱导骗取购买短视频新手小白速成，结果是虚假交易，没有任何内容视频，而且微信联系人也消失了。要求退钱，有赞一再拖延，后来又说让李女士和商家协商。李女士认为这摆明了就是一伙的，商家根本联系不上。

当时一个人推课给李女士，也不知道怎么，给李女士感觉就是传销式授课，一顿洗脑，说是一月粉丝十万，赚钱一万以上，结果好几个当时就购买，李女士也没忍住买了。李女士买完后那个课立马消失了，人也不见了，百度一查才发现所有人都在告有赞，告这个虚假骗人课，希望能追回，李女士买了两个共800元。

【案例四】B站旗下“哔哩购”被指不尊重消费者权益 处理售后方式危险

10月25日，浙江省的郑女士向“电诉宝”投诉称，自己于2022年2月25日在哔哩哔哩会员购购买一商品——BEMOE 风灵玉秀 设定集&周边 众筹计划，价值99元人民币。平台原定2022年4月下旬开始发货，虽未承诺具体发货时间，郑女士认为理论上不应超过一个月，但最终平台在2022年8月14日发货，并且订单页面无法修改发货地址。因为有发货地址修改的需求，根据平台复杂的规则，郑女士只能在快递发出后，联系平台客服进行修改地址。但当时快递已发出，平台客服说明有修改失败的风险，结果的确是修改失败，快递按照原地址寄送，造成快递拒收。

郑女士表示，平台方有不可推卸的责任，由于无法修改地址造成了顾客极大的不便和消费者的损失。不但如此，平台方在她发现快递被拒收并且已经退回仓库时，要求郑女士方支付8元人民币，并且是通过微信或支付宝付款码扫码的方式，这种第三方支付的不规范性和不安全性让郑女士感到不安。郑女士称，结合我国的互联网诈骗犯罪安全教育后，她深深地感到不安，郑女士认为哔哩哔哩会员购不仅没有尊重消费者权益，肆意地拖延发货时间导致商品迟迟无法发货，并且通过极其危险的方式进行售后环节，希望哔哩哔哩会员购加以整改。

【案例五】礼券尚在有效期 “年丰大当家”以时间过久为由不予退款？

10月27日，河南省的张女士向“电诉宝”投诉称，其于2019年9月6日在年丰大当家（原顺丰大当家）电商平台蟹乡渔舍专营店购买“当甄大闸蟹礼券 母蟹3两 8只”礼券1818型，商品总金额198元，实付款158元。2022年10月26日，张女士多次和平台客服沟通，客服告知因时间过久不予受理退款。张女士表示，该礼券尚在有效期内，另外，这属于礼券并非商品，不存在影响其二次销售的情况。张女士的诉求是该平台受理退款，退还她购买该礼券的费用158元。

【案例六】欺骗消费者已发货？用户投诉“小年鱼”寄回商品久不返还 提供单号无物流信息

10月29日，贵州省周先生向“电诉宝”投诉称自己于2022年10月16日在小年鱼平台电商品仓配饰专营店购买的一只卡西欧运动防水手表，收到货后感觉不合适要求退款，商家收到货后表示物品有损伤，影响二次销售，不愿退款，周先生便要求把货物寄回。

周先生联系平台客服要求把他的货物寄回来，但一直不见寄回，现在他们钱也不退，东西也不给。他们客服还欺骗周先生说已经发货了，结果周先生查了他们提供的快递单号，根本没有任何物流信息，联系他们客服问就一直回复会催仓库。

【案例七】“转转”被指商家隐瞒商品瑕疵 不予退换 平台也驳回用户申请不理

10月31日，山东省的沙先生向“电诉宝”反映称，2022年10月21日其在转转平台上的盛创 iPhone 数码优选购买了一部 iPhone12promax，买之前就咨询过商家，但商家并没有详细的描述清楚手机的情况。商家说手机已解锁，其实并没有解锁，导致沙先生现在用不了，并且沙先生发现还换过屏幕。

现在沙先生要求退货，商家却声称30天内非人为质量问题不退不换。找到转转平台，平台驳回沙先生的诉求。沙先生认为这侵犯了他知悉真情权和公平交易权。沙先生要求退货退款，卖家有义务为买家介绍商品的具体情况，并没有描述清楚。

【案例八】“瓜子二手车”被指故意隐瞒车辆故障 平台不认账不处理

10月31日，广东省的杨先生向“电诉宝”投诉称，2022年10月23号杨先生在瓜子二手车购买2018款领克01新能源一辆。第一，交车时APP检测报告显示发动机无漏油现象，收到车以后做保养发现该问题，平台对于此事概不认账，认为是故障，不予处理。第二，app资料显示车辆0过户，杨先生付款以后回家拿到绿本看才发现目前是过户了1次的车辆。杨先生表示自己可以提供相关证

明，瓜子二手车恶意出示与实际车况不符的检测报告，引导客户一步步上钩。

杨先生在购买车辆付款时不知道车辆过户次数已经发动机漏油情况，瓜子故意隐瞒。后续问题不予解决，销售不回信息，售后无人回复。现在维修网点需要杨先生支付修车款项，杨先生购买车辆的车况本身就与检测报告不符，瓜子应该负责。杨先生的诉求是进行维修更换，并且赔偿损失，过户次数属于严重欺诈。希望瓜子能得到相关部门的处罚。

【案例九】“识季”APP 被指虚假宣传 以次充好 售卖二手瑕疵品

11月5日，湖南省的李女士向“电诉宝”投诉称，2022年10月27日李女士在识季 app 上购买了一款 GUCCI 马衔扣 1955 系列迷你手袋，价值 5867 元。商品在质检过程中指出有明显的人为瑕疵问题，识季提出赔偿 1000 元作为补贴，李女士未同意，客服表示可以重新下单并承诺不会再出现瑕疵情况，并承诺全新正品可放心购买。

于是 2022 年 11 月 1 日李女士重新在识季 app 上再次购买同款类产品，价值 5978 元，并于 2022 年 11 月 4 日下午又收到了质检查出来的人为瑕疵。这很难不让人怀疑识季 app 根本售卖的不是全新正品，而是二手瑕疵品。该款购物软件主打的是海外直邮全新正品这几个字眼，现在却拿二手货品以次充好，过度虚假宣传，欺骗广大消费者，让李女士对他们的货品来源极其怀疑，并且李女士在与之尝试协调沟通解决问题下，不予理睬，拖延时间，客服搪塞敷衍，态度极其冷漠，辜负了李女士对他们的信任，而且耽误了李女士宝贵的时间，望相关部门解决处理。

【案例十】“二三良作”被指售卖“三无产品” 商家为逃避责任竟拒接电话？

11月14日，广东省的申女士向“电诉宝”投诉称，其于2022年11月6日在二三良作平台的“天天好物生活馆”，购买了打粉机，售价69元。申女士收到货物的时候，发现此物品为三无产品：没有品牌、没有售后、没有联系方式。且商

家连充电线都没有发，完全不能用。

申女士想跟平台申请退货打电话联系商家，发现电话已被拉黑。申女士认为，商家为逃避责任不接消费者电话。现在申女士想申请退货，结果运费还要自己支付，这侵害了消费者权益。申女士的诉求是：不退商品直接退款，或者先补偿运费，再把商品寄回。

（二）数字生活数据与十大典型案例

数字生活上榜平台有 21 家：

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”

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
家政服务 美业服务 共享经济 互联网家装 在线婚恋交友 互联网维修

筛选： 2022 双11

1	美团	2	联联周边游	3	骑驴游	4	饿了么
5	飞猪	6	58同城	7	BOSS直聘	8	万师傅
9	鲁班到家	10	侠侣亲子游	11	去哪儿	12	同程旅行
13	百合网	14	京东到家	15	大麦网	16	联动云租车
17	哈啰出行	18	旅划算	19	携程	20	如程
21	大河票务网						

投诉量 TOP10 依次为：美团、联联周边游、骑驴游、饿了么、飞猪、58 同城、BOSS 直聘、万师傅、鲁班到家、侠侣亲子游；大众点评、携程、智行、走

着瞧旅行；

排在第 11-21 名的是：去哪儿、同程旅行、百合网、京东到家、大麦网、联动云租车、哈啰出行、旅划算、如程、大河票务网。

在数字生活领域，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，涉及大麦网、58 同城、如程、联联周边游、百合网、旅划算、饿了么、BOSS 直聘、万师傅、大河票务。

2022年“双11”期间数字生活十大典型投诉案例		
投诉时间	投诉平台	投诉案例
10月20日	大麦网	侵害自由选择权？用户投诉“大麦网”咨询客服提供多种证明仍不予退款
10月26日	58同城	用户投诉“58同城”套餐体验感极差客服“踢皮球”各种理由不处理退款
10月26日	如程	用户投诉按规定取消订单“如程”却仍未退款
10月30日	联联周边游	“联联周边游”被指订单显示已退款但迟迟不见到账客服更是联系不上
11月2日	百合网	前后不一？“百合网”被指疑似欺诈消费者缴费一个月后无法使用
11月3日	旅划算	霸王条款？“旅划算”被指购买页面无退款说明订单只能作废
11月5日	饿了么	“饿了么”被指平台与商家互相推卸责任导致造成用户损失
11月5日	BOSS直聘	“BOSS直聘”被指强行封号且无建设性意见
11月7日	万师傅	强制关闭平台？“万师傅”被指以联系不上为由直接让师傅赔钱
11月15日	大河票务	“大河票务”被指迟迟不退款客服一直敷衍

图表编制：电诉宝 数据来源：315.100EC.CN

【案例一】侵害自由选择权？用户投诉“大麦网”咨询客服 提供多种证明仍不予退款

10月20日，河北省桑女士向“电诉宝”投诉称其于2022年10月19日在大麦网购买预售票，因在医院工作没有办法去外地想要退票，桑女士咨询了客服，也提供证明，但是大麦网不予退款。桑女士表示，大麦网的行为侵害她的消费自由选择的权利。

【案例二】用户投诉“58同城”套餐体验感极差 客服“踢皮球”各种理由不处理退款

10月26日，四川省的任先生向“电诉宝”投诉称在2022年10月14号58同城联系自己让办理推销招聘套餐没有办，之后10月22号在线上办理了3980元的活动套餐，在25号体验一天，效果不好，体验感极差，且有频繁骚扰电话打入，之后联系要求退费不予处理。

任先生表示之后联系官方，客服踢皮球，期间各种理由借口不给退，没有使用，没有产生费用，合法合规退费，58霸王条款，期间服务态度与催单成交时态度天壤之别，态度恶劣，并且已经联系诉求两天了一直得不到处理，完全就是骗子公司。

【案例三】用户投诉按规定取消订单“如程”却仍未退款

10月26日，浙江省的高女士向“电诉宝”投诉称其于2021年9月，2022年1月分别在如程平台预定了民宿计划入住，后因临时计划变更，按照平台规定时间范围，将21年9月份的订单进行了取消，22年1月的订单办理了入住，这两笔订单按照规则，均应该第一时间退还消费者，但是到现在为止，无收到任何退款，距离第一笔款项支付时间已经超过一年时间。

【案例四】“联联周边游”被指订单显示已退款但迟迟不见到账 客服更是联系不上

10月30日，上海市的戎先生向“电诉宝”投诉称自己于2022年10月23日在联联周边游平台购买了MLB的包，收货后发现质量问题要求退款，但商家的二维码购物链接已无法打开，遂联系联联人工客服要求退款并承担退货运费，双方达成一致。

戎先生称10月30日收到微信退款12元（运费），但货款98元未收到，遂线上查看，当初购货的二维码已无法打开，上联联查看，订单显示已退款，再点击进去显示数据错误，已无法查询。联系线上联联人工客服，从上午联系到下午，一直显示排队二十几个人等候，到要轮到时候就自动弹出，周而复始，永远没有人工客服接待，现要求回复98元货款何时到账，购买链接为何关闭。

【案例五】前后不一？“百合网”被指疑似欺诈消费者 缴费一个月后无法使用

11月2日，湖北省石先生向“电诉宝”反映称自己于2022年9月29日接到百合网客服电话，说其长期关注他们相亲网，长期消费38元套餐，并且在2022年9月27日又缴费了388元水晶会员，9月29号中午12点之前再办价值1299元的套餐就能享受一对一人工服务。

石先生表示，之前说得各种好听，可以单独为他筛选当地县的女会员推荐给他，保证每天推荐2-3人，并且都是近期登录的女会员而不是系统几年前的。石先生称其用了不到一个月就用不了，在这期间他们一共就给石先生连线了一个会员，只推荐了一个微信，现举报投诉他们欺诈消费者。

【案例六】霸王条款？“旅划算”被指购买页面无退款说明 订单只能作废

11月3日，四川省苏女士向“电诉宝”投诉称其于2022年2月6日在旅划算购买了绵阳的绵州温泉酒店2个订单，现在绵阳全面封控，成都疫情也不断新增。打电话咨询回复说酒店已经暂停营业了，眼看快超过有效期，申请退款，客户只回复苏女士一句酒店暂停营业，申请退款，就不理苏女士了。苏女士表示，该项

目的购买页没有说明不能退款，要购买之后才能在预定页面看到下面的霸王条款，不能退只能过期作废。

【案例七】“饿了么”被指平台与商家互相推卸责任 导致造成用户损失

11月5日，陕西省的陈女士向“电诉宝”投诉称自己于2022年11月4日在饿了么平台胖哥俩肉蟹煲店购买了肉蟹煲，因为疫情原因拿不了，在平台提交退款申请，商家驳回，于是申请客服介入，客服说商家同意把餐品退还，于是联系商家，商家说商品已经丢弃，联系平台赔付。

陈女士称于是便联系客服，客服那边说是自身的原因不给予退款说商家也要承担损失，到头来出了钱还没拿到商品。客服跟商家来回踢皮球，导致损失196元，侵害了消费者权益，陈女士的诉求是给予退款并道歉。

【案例八】“BOSS直聘”被指强行封号且无建设性意见

11月5日，山东省的张女士向电诉宝投诉称，其于本月初购买boss直聘会员，且一直正常发布使用中也没给出发布职位不通过的提示，前几日突然给公司账号封号，称发布内容有违规，不能正常使用，被冻结，而且申诉无果。官方客服不告知解决方法且突然进行封号操作，没有给出企业任何建设性意见。张女士表示希望平台帮助解决问题，目前vip购买金额也在锁定账户里，严重影响了企业的利益，急需BOSS直聘软件官方给出合理的解决方案。

【案例九】强制关闭平台？“万师傅”被指以联系不上为由直接让师傅赔钱

11月7日，湖北省石先生向“电诉宝”投诉称自己于10月29日在万师傅平台上接了一个安装2个推拉门的活，工价是150元，安装好了现场业主也签收了。11月2日做门窗的联系石先生说客户嫌拉门有声音，安装时有瓷砖打裂了，石先生在下午上万师傅平台找业主电话准备沟通时发现平台已经关闭了联系方式，

联系做门窗的告诉说到时候会有平台投诉专员和石先生联系。

11月5号石先生收到万师傅平台短信说联系不上他，并说在下午什么时间再次联系，石先生下午也一直沒接到任何平台电话。7号上午石先生又收到万师傅平台短信，告知他在下午5点前仍无法联系将直接仲裁，并让他联系人工客服。石先生立即联系人工客服，客服提醒他是不是拦截了，石先生查了手机没有任何拦截。

并且又告诉人工客服自己的手机号和媳妇手机号，问客服要处理专员电话，但客服说没有，让石先生等专员打电话给自己。但下午也仍没有任何人和石先生联系。5点左右收到平台短信说因联系不上石先生，直接赔偿，并且关闭了石先生的平台。

【案例十】“大河票务”被指迟迟不退款 客服一直敷衍

11月15日，黑龙江省的李先生向“电诉宝”投诉称，其于2022年8月3日在大河票务买了2张演唱会门票，因为疫情问题去不了，第二天退款了，现在已经3个多月了，迟迟不退款，客服一直敷衍，李先生表示已经没有耐心了。

(三) 数字教育数据与十大典型案例

数字教育上榜平台有33家：



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 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：
 2022 双11

1 大鹏教育	2 一只船教育	3 湖南亿起学	4 帮考网
5 中公教育	6 潭州课堂	7 腾讯课堂	8 对啊网
9 开课吧	10 学慧网	11 兴为教育	12 潭州教育
13 嗨学网	14 深海教育	15 尚德机构	16 环球网校
17 小叶子陪练	18 常青藤爸爸	19 聚师网	20 有道精品课
21 中华会计网校	22 VIPKID	23 武汉思维时代教育	24 大塘小鱼
25 中职通	26 河小象	27 掌门1对1	28 高顿教育
29 英孚教育	30 众趣教育	31 升学教育	32 51Talk
33 青雨教育			

投诉量 TOP10 依次为：大鹏教育、一只船教育、湖南亿起学、帮考网、中公教育、潭州课堂、腾讯课堂、对啊网、开课吧、学慧网；

排在第 11-20 名的是：兴为教育、潭州教育、嗨学网、深海教育、尚德机构、小叶子陪练、常青藤爸爸、聚师网、有道精品课；

排在第 21-33 名的是：VIPKID、武汉思维时代教育、大塘小鱼、中职通、河小象、掌门 1 对 1、高顿教育、英孚教育、众趣教育、升学教育、51Talk、青雨教育。

数字教育领域，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 VIPKID、兴为教育、深海教育、有道精品课、大鹏教育、潭州教育、一只船教育、常青藤爸爸、小叶子智能陪练、掌门 1 对 1。

2022年“双11”期间数字教育十大典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
10月21日	VIPKID	“VIPKID”被指多次联系客服只表示已提交申请具体退款期限仍不明
10月25日	兴为教育	“兴为教育”被指强制要求学员报班后竟不理睬联系客服态度极差不处理
10月27日	深海教育	交钱没完没了？“深海教育”被指诱骗学员缴费考试期限至今未知
10月29日	有道精品课	“有道精品课”被指在不知情情况下扣除礼包费用多次沟通无果
10月31日	大鹏教育	诱导分期？用户投诉“大鹏教育”拖欠近5000元不予退费询问客服置之不理
11月1日	潭州教育	用户投诉“潭州教育”老师诱导网贷消费反应过来后索要定金无果
11月1日	一只船教育	交白卷才给退款？学员投诉“一只船教育”多次诱导缴费联系售后不回复
11月3日	常青藤爸爸	等到何时？“常青藤爸爸”被指申请返现近一年还在排队联系客服只让等待
11月4日	小叶子智能陪练	用户投诉“小叶子智能陪练”拒绝退还未使用年卡多次沟通无果
11月14日	掌门1对1	用户投诉“掌门1对1”拖延退款处理速度及慢且态度消极

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

【案例一】“VIPKID”被指多次联系客服只表示已提交申请 具体退款期限仍不明

10月21日，山西省的王女士向“电诉宝”投诉称自己于2022年8月15日在vipkid成都育迪科技有限公司购买了vipkid主修智学体系60课时课程。几周以后感觉孩子学习效果不好，于9月23日联系客服申请退费。

王女士表示客服帮助提交申请，并告知在3至5个工作日内完成退费。可直到今天（10月21日），将近一个月过去了，费用依然没有退还，中间又数次联系客服，每次客服都说已提交申请，但具体什么时候能退下来又做不出明确的答复，只是让耐心等待。无奈之下，选择了投诉。

【案例二】“兴为教育”被指强制要求学员报班后竟不理睬 联系客服态度极差不处理

10月25日，河南省的梁先生向“电诉宝”投诉称，2022年9月1日其在兴为教育购买国考课程，出现欺骗，强行消费问题，梁先生申请退款。梁先生咨询国考，他们说梁先生可以考让其报班，后又强制性报特训班包过，报完后就对学员置之不理了。现在国考报名了，说不让梁先生报国考，还说没梁先生的岗位，还说国家改革了。

当时说好好的，现在又找国家改革的借口，打电话给客服，客服服务态度更差，很不情愿梁先生说话，就把电话挂断了，自己也报不了考试有耽误梁先生这么久的时间。梁先生认为兴为教育存在欺骗消费，强制消费等一系列问题，而又对学员不闻不问。内部特长班已缴费，发票没显示。

【案例三】交钱没完没了？“深海教育”被指诱骗学员缴费 考试期限至今未知

10月27日，河北省的刘先生向“电诉宝”投诉称自己于2021年5月31日，在刷抖音时无意刷到深海教育机构有关报考健康管理师，因之前一直想考，就填写了信息，后有人电话联系诱导说月末了，抓紧报名就能赶上最近一次7月份考试，说学习2个月通过考试，可以领取国家2000元补贴，宗师就业班还可以帮挂证一年挣好几万，诱导骗着交了报名费3788元加600元。

刘先生表示交了费后，才发现不符合所在地的报考要求，没交够社保，之前电话联系的那个人也联系不上了，一问客服说是辞职了，又给换了个地区，交了650元考试费，后因为疫情迟迟没有考试消息，就问老家能考吗，她说可以，说让补交150元考试费，为了考试又交了。

刘先生称因为疫情推了好几个月，一直都考不了试，直到今年4月份了，和另一个考试重叠时间了，课程快到期了，说可以关闭课程，后又说11月有考试，

又开了课程，现在又说需要等待相关通知，这就是个骗子机构，看别人都说考过了也不给证，或者证是假的，更别说挂靠挣钱了，现在就要求退！

【案例四】“有道精品课”被指在不知情情况下扣除礼包费用 多次沟通无果

10月29日，吉林省的程女士向“电诉宝”反映称其在2022年8月28日通过微信朋友圈看到网易有道12.9元少儿围棋体验课购买并加微信好友，后经过销售人员多番电话及微信推销，另外于2022年9月3日在有道销售人员微信发送给的链接中，以2699元的价格购买“网易有道味哒少儿围棋启蒙课70节”，并承诺开课28天内可无理由全额退款，并沟通课程附件“赠品礼包”不需邮寄，体验课附赠礼包正常邮寄。

程女士表示，由于孩子学习时间原因9月份曾多次要求退费，销售人员一拖再拖，最后于2022年10月14日退回2570元。无故被扣掉129元，经询问得知扣除的是课程附件“礼包”费用。经核实12.9体验课附赠礼包商家并未邮寄，误把正课附赠礼包邮寄，在不知情的情况，退费时扣除礼包费用。程女士提出可以退还礼包时商家以收到包裹已拆封为由拒绝退款，多次沟通无果。程女士的诉求是归还129元礼包扣费，并对其内部加强管理避免类似事情困扰其他消费者。

【案例五】诱导分期？用户投诉“大鹏教育”拖欠近5000元不予退费 询问客服置之不理

10月31日，浙江省杨先生向“电诉宝”投诉称自己于2022年10月17日被大鹏老师诱导分期购买价值5399元课程，付款以后老师不管不问，杨先生自己也不想学了于是联系班主任退款。杨先生表示，退款金额已经答成了一致，大鹏教育退4870.96元，申请已经提交。对方承诺退款于7个工作日内原路退回，现在已经过去了半个月了，给班主任现在发消息也不回根本不管，客服也一样，打电话没接过一直不予处理。

【案例六】用户投诉“潭州教育”老师诱导网贷消费 反应过来后索要定金无果

11月1日，浙江省的陈女士向“电诉宝”投诉称自己于2022年8月4日在游戏原画插画教程公众号听一元课后深入了解其课程，加上对方微信后，对方不依不饶诱导消费甚至诱导网贷，幸亏是未成年，京东白条驳回了要求。

陈女士表示仍然心动于可以挣外快的绘画课程，交了定金100元。之后反应过来自己不会去报后续课程，索要定金，对方并不回应。然后发现交款的公司IP属地是海南而游戏原画插画教程IP属地是湖南，感觉是一个骗局，还追不回自己所花的100元，特此投诉，希望能追回定金。

【案例七】交白卷才给退款？学员投诉“一只船教育”多次诱导缴费 联系售后不回复

11月1日，安徽省的蔡女士向“电诉宝”投诉称自己于2020年5月19日咨询一只船教育李老师，被诱导三千多元进去学习，第二年又开始诱导升级，加6千多元，没钱可以用花呗，分期都行，后面又打电话告知好消息，挂靠单位找到了，不用担心挂靠不到单位，三年挂靠50万，加1万，进密训班百分之百过，不过全部退费。

蔡女士表示之前的时候也是说不过退费，售后微信回复会给退款，前提是考三年，三年考试都交白卷才算退费全额19800元，现在售后微信不回复，班主任信息回复不知道售后，售后部电话打不通。请帮我移交警察处理！

【案例八】等到何时？“常青藤爸爸”被指申请返现近一年还在排队 联系客服只让等待

11月3日，广东省的白女士向“电诉宝”投诉称自己在2021年8月2日在习惯熊平台购买了打卡0元学《常爸字源高效识字课L1》。根据要求打卡并且完成了打卡。在申请返现之后，常青藤爸爸app一直显示在处理中。排队排到了一

万多号。联系客服，永远都是说在排队，请耐心等待。

白女士表示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。目前过去近一年，还在排队中，还是一万多号。白女士的诉求是，常青藤爸爸将学费按照约定尽快返还。希望所有的父母家长都能在最基本的权益保障里养育自己的孩子。希望对于这种欺诈消费者行为，有关部门能够严惩不贷。

【案例九】用户投诉“小叶子智能陪练”拒绝退还未使用年卡 多次沟通无果

11月4日，苗女士向“电诉宝”投诉称自己于2021年12月6号购买了小叶子智能陪练的2年卡，因为孩子现在不再学习钢琴，于2022年10月31日微信跟客服提出要求把剩余时限未使用的年卡退费。多次催促后，小叶客服于2022年11月4日电话回复，然而小叶子客服电话回复声称年卡会员不能退费，让自行消化。

苗女士表示该条款并未事先声明，还说购买日期不对，现在不能给退费，多次沟通后无果，而且对方与消费者权益法完全相悖。希望贵平台能帮忙责成商家维护应有权益，把剩余时限退费。

【案例十】用户投诉“掌门1对1”拖延退款 处理速度及慢且态度消极

11月14日，内蒙古自治区的尹女士向“电诉宝”投诉称自己于2020年11月9号在掌门一对一教育官网。购买120节课，店家承诺可以对未上完的课时进行退费。

尹女士于2022年4月8号提交退费申请，在退费过程中，出现对退款确认的不及时，迟迟不给退款的问题。自己从官网上查询退款进度来看，商家大约一周才处理一天的进度，处理速度极慢，态度极其不积极，等待时间过长，并且查询时显示不接受其他情况的加急退款，只能排队等。并且当前舆论状态不良好，多数人反映退款未实现，大多数人都进行在金额确认那一项，退款未实施。

尹女士表示确认退款金额之后至今，商家曾打电话想让以更低价格将课程进行转卖，损害了应有的消费者权益。尹女士的诉求是：将余下的 90 课时。对应的学费 10858.31 元（商家确认过的信息），请尽快全部退款！！

四、“双 11”消费预警

（一）①号预警

浙江省消保委联合网经社发布双 11①号消费提示：保价 低价 特价 “雾里看花”要当心

年度网络消费盛宴“双十一”迎来第十四个年头，10月下旬以来，天猫、京东、拼多多、唯品会等平台纷纷开启“双 11”预售，抖音、快手、小红书、B 站等平台陆续跟进，李佳琦、罗永浩等“头部主播”直播间氛围火热。

不同于以往铺天盖地的宣传，今年“双十一”，平台和商家有了新规则、新玩法，消费者有了新期待。各大电商平台不仅推出了满减优惠、购物红包等优惠活动，也出台了许多切实保障消费者权益的措施。如天猫、京东、苏宁易购等电商平台纷纷升级“保价”服务，若在价保期内同一商品出现降价，即可申请退补差价，让消费者能够安心购物。

今年“双十一”仍然存在不少“陷阱”，需要消费者警惕。在此背景下，11月 1 日，“浙江省消保委媒体智库咨询会”在网经社杭州总部网盛大厦召开。

会上，浙江省消保委联合国内知名数字经济服务门户网经社发布双十一①号消费提示：保价、低价、特价，“雾里看花”要当心：

一、“保价”可能被商家“钻空子”

有不少消费者反映，部分商家通过“同款商品不同链接”等设置，有意绕开“价格保护”，或者虽然商品标价没变，但是商家通过发优惠券等方式变相降价，以此规避平台设置的保价服务。

对此，浙江省消保委提醒广大消费者，“保价”及“退差价”产生争议的主

要原因是各家平台保价和退差价的规则不一，同时又因为规则较为复杂，所以导致其适用起来较为困难。

针对“保价”及“退差价”难，网经社电子商务研究中心特约研究员、上海汉盛律师事务所高级合伙人李旻律师提醒消费者需要注意，一是需要仔细阅读平台规则，注意其保价时间及价格构成，例如，保价时间是7天还是15天，其价格构成是否包含店铺优惠券或者平台优惠券，二是在发生保价事由后及时向平台或商家申请退差价，避免时效经过。

附典型案例：“蜜芽”上买奶粉 货未到已涨 退差价被拒

福建省的薛女士向网络消费纠纷调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）投诉称：自己于2021年11月16日晚上，在母婴电商“蜜芽”平台购买一箱六罐爱他美奶粉，支付价格829。

两天后，薛女士买的奶粉还在运输路上，平台就降价到769，薛女士联系客服申请退差价，客服不执行7天保价，薛女士讲述想要拒收奶粉重新购买，客服以“跨境商品不支持7天无理由退换货”为由拒绝。

二、直播间“低价”商品可能是“套路”

直播购物时消费者容易受主播情绪和库存紧张氛围影响，面对铺天盖地的“低价”标签更加容易“冲动消费”。然而根据往年“双十一”投诉分析，某些“低价”商品容易被商家作为“引流”的利器，吸引消费者到直播间驻足观看，但实际上“低价”商品却一拖再拖，链接迟迟不上，还有的商家额外向消费者索要高额运费，甚至在消费者拍下链接后拒绝发货，态度强硬只肯退款不愿发货。

对此，浙江省消保委提醒，消费者在直播购物时要尽量选择信誉高、口碑好的商家进行交易。主播及商家应该以诚信为本，如实、全面地介绍商品，拒绝虚假宣传和欺诈。直播平台也应该完善大促期间的平台规则，约束、监督主播和商家的行为。

网经社电子商务研究中心特约研究员、上海融孚律师事务所程亮律师提醒，直播带货的一个重要特点是，消费者容易受到主播的情绪影响、库存紧张氛围，

而“冲动消费”非理性购物，特别是一些知名的娱乐明星、企业家等加入到直播间中，消费者基于对他们的推崇、信任，更容易冲动。所有要保持理性消费，避免盲目消费。直播平台的主播们以及加入到直播中的娱乐明星、企业家，应该以诚信为本，如实、全面的介绍商品，拒绝虚假宣传，拒绝欺诈，以诚信获得消费者的青睐。

网经社电子商务研究中心特约研究员、浙江泽大律师事务所马恺浓律师提醒，由于直播的即时性，可能出现直播的广告描述与实际情况不符、消费者实际收到的货物与主播讲解的货物货不对品等情况。消费者应理智甄别，不要冲动消费，购物前查看下店铺的评分和商品的评价，这些都能最大程度上避免消费者被“坑”。

附典型案例：趣店抖音直播间超低价引流 0.01 元 0.99 元秒杀“套路”满满

今年 7 月，趣店创始人兼 CEO 罗敏在抖音直播间卖起了一分钱酸菜鱼，单场直播共卖出上百万份，这引起了一波预制菜消费热潮。然而，8 月 1 日，有顾客在社交媒体上称，半个月前在趣店下单的低价预制菜，迟迟未发货。客服称，可退款重新下单。另一位有相同遭遇的顾客认为，趣店之前便宜的预制菜不给发货，是想等着让其退款。

而双 11 期间，直播间更加火热，很多商品标注“0.01 元”“0.99 元”，等消费者准备下单后，发现商品 10 元起送，或是运费需 10 元。此外，还有“一元秒杀”等活动，真正能秒杀到商品的用户寥寥无几。因其价格实惠、赠品多、宣传独特等因素直播带货也受到越来越多消费者的青睐，但直播“翻车”现象屡见不鲜。

三、“特价”限购商品可能和原价一样

往年双十一期间，为了营造火热的购物气氛，部分商家推出特价限购、秒杀送礼等活动，如前 10000 名下单用户可享半价，前 15 分钟支付定金者可获精美赠品等。然而，活动结束后有的商家却并不公布获奖名单，待消费者询问时，商家便以未中奖为由搪塞消费者。有的虽写着“特价”、“限时限量”，但其实和

日常售价没有区别。

对此，网经社电子商务研究中心特约研究员程亮指出，“全网最低”、“原价”等表述，一般是需要有真实的数据支持和依据的，如果没有依据，胡乱标注，商家可能构成价格欺诈。有些商家标注“前XX名下单享半价”，但如果符合条件的消费者却不能享受半价，那么商家的行为涉嫌虚假宣传，可能需要承担相关法律责任。

附典型案例：“走着瞧旅行”被指特价卡为商家推销噱头 价格两年无变动

10月8日，河南省胡女士向“电诉宝”投诉称自己于2020年9月在微信公众号“闲时花开”广告里购买了两张价值599元的云南时光旅游卡，收款方为江苏滇联国际旅行社，卡使用有效期为两年，卡标为走着瞧科技有限公司，并有走着瞧公众号。

因为疫情的关系，胡女士直到今年6月底计划带孩子旅行，商家后声明孩子使用该卡将不能和大人享用同等的权利，但售卖时并没有体现，后本人自认倒霉，要求退货退卡，但遭受了商家拒绝。商家声称是特价卡不予退款，如果退款要扣除60%的费用。

胡女士认为商家理由不予成立：1、自己曾联系客服多买两张云南旅游卡，链接打开后价格还是599元，说明这个价格经过两年后并无变动，只是商家推销噱头。2、购买旅行卡所支付的费用为全额的预付款，旅游并未成行，未产生任何费用，商家借此扣除费用，明显不合理。

另据网络消费纠纷调解平台电诉宝（315.100EC.CN）历年用户投诉情况统计显示：“双11”电商大促期间容易出现消费者投诉“爆发式”增长情况，其问题集中表现为：先涨后降、虚假宣传、质量参差不齐、定金不退、发货迟缓、退换货受限、售后不佳、消费欺诈、快递延误等。

(二) ②号预警

浙江省消保委联合网经社发布双 11 海淘消费提示：看清商品有效期 高额运费要注意

目前，正值年度网购消费盛宴“双十一”大促之际，除了天猫、京东、拼多多、唯品会等国内零售电商平台纷纷开启“双 11”大促外，各大平台跨境电商板块例如：天猫国际、京东国际、亚马逊海外购等也纷纷跟进。

对此，浙江省消保委联合“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双十一跨境电商消费提示：

一、看清商品有效期限

有不少消费者反映，购买的海淘商品距离产品本身的有效期非常短，很多都属于临期商品。消费者购买后，实际使用的时间较短，如化妆品等存在实际商品还没用完，就已经要过期的现象。双 11 大促成为一部分海淘平台及商家甩货的好时机，一些临期商品成为其重要备货，尤其是食品、保健品等。由于海淘物流时间相对较长，有些临期商品到手可能已经成为过期商品。

对此，浙江省消保委提醒广大消费者，消费者在跨境海淘的同时，要仔细查看商品介绍页面关于商品生产日期和保质期的说明，对于保健品等使用周期较长的商品，要提前了解功能、适用人群等基本信息，并且计算好食用日期，以免购买到的商品未食用完就过期。

附典型案例：

“亚马逊中国”出售只剩 51 天过期化妆品 申请退款拒不处理

浙江省钱女士向网络消费纠纷调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）投诉称：自己 8 月 21 日，通过亚马逊 APP 购买倩碧 72 小时自我修护水嫩保湿霜，支付价格 1052.5 元。

9 月 9 日，收到后发现生产日期是 2019 年 11 月 1 日，保质期是 36 个月，11 月 1 日为保质期。离过期只剩 51 天，亚马逊回复因是海外购产品，不能退换，钱女士现要求退款。

二、留意海淘物流时效

时效慢是跨境海淘消费者投诉的主要问题之一，不少消费者反映，在海淘平台上购物后，下单后可能数月都未收到货，甚至下单半年都未能收到货，特别是在像“双11”这种大促时，物流配送周期长大大降低了海淘消费者的购物体验。

对此，网经社电子商务研究中心 B2B 与跨境电商部高级分析师张周平提醒，海淘物流配送慢问题由来已久，特别是在大促期间表现尤为突出。消费者在选择海淘商品时，可以倾向选择那些备货在国内保税仓的商家，这类配送时效较快。而如果选择海外直邮模式的物流配送方式，由于跨境物流链条较长，海关清关等需要时间，则将导致收货时效较慢。

附典型案例：

“铭宣海淘”清关半年 百般推诿 借口不断

9月25日，天津市的徐先生向“电诉宝”投诉称，其于今年4月通过海淘转运公司“铭宣海淘”转运发货2件商品，到9月已清关6个月，客服多次利用疫情、查验等原因敷衍消费者，到现在没有准确的送达时间。

购买时间4月9日，到达天津海关5月5日，然后以疫情、查验、清关进度缓慢为由无法发出货物，曾多次索要清关号无果，完全不能提供任何可以加快解决的办法，每次询问就是疫情等方式，完全没有与消费者解决问题的诚意。

三、了解海淘退换货规则

在日常购物中，消费者购买到不合心意的商品时选择退换货是非常正常的消费行为。但在海淘中，却出现了购买到不合心意的跨境商品，相关平台或商家存在退货流程繁琐，制定的退换货规则复杂等现象，使得消费者选择退换货要面对繁琐的流程和不菲的运费，需要较长的时间才能完成，消费者往往“进退两难”。

对此，浙江省消保委提醒广大消费者，“双11”期间海淘消费者下单前应仔细了解平台及商品的退换货规则，在商品页面标注不支持退换货的商品，一定要三思再下单。对于《中华人民共和国消费者权益保护法》规定的生鲜易腐、定制等商品以及商家明确规定不能退换货的商品，谨慎下单。

附典型案例：

“闪亮时刻”商品货不对款 被指售后退换货难

3月29日，广东省王先生向“电诉宝”投诉称自己于2022年2月12日在时尚海淘搜索引擎“闪亮时刻”APP上购买一件商品，收到的腰带与所拍商品不是一款产品，和客服沟通一周多，每次都是在推诿扯皮，严重侵害了王先生的权益。

四、注意高额运费陷阱

有不少消费者反映，在海淘平台上购物后，需要支付高额甚至是天价的转运费，很多运费的价格甚至已经超过所购买的商品总价。有些商家为了隐藏高额的运费，事先不告知运费的金额，在付款商品款项后才显示需要支付高额运费。很多公司还存在玩“文字游戏”，在首重和续重的单位上做小技巧，给消费者造成混淆。

对此，网经社电子商务研究中心网络零售部高级分析师莫岱青提醒，海淘高运费问题在采取保税仓模式的主流跨境网购平台和商家中较少，更多出现于采用海外直邮模式的平台和商家中，在该类平台上购物时，消费者一定要注意高额运费的陷阱，在支付货款前提前询问可能产生的物流费用。这样才能做到对费用心中有数，一定要平衡好商品价值和物流费用的问题，对远超商品价值的天价物流费用需格外注意。

附典型案例：

“熊猫生活”宣传与实际不符 天价邮费且不发货

重庆市阚先生向“电诉宝”投诉称，自己于3月16日于熊猫生活APP店铺的全国正品数码城购买OPPO REN07手机一台，收取天价邮费800元，中途不能退款和取消。同时截至4月25日依旧显示打包制单中，已经一个多月了，依然没有发货，要求退货退款并将退款按照原路径返回支付宝账户。

阚先生认为该平台宣传的邮费低，发货快等口号全是虚假宣传，欺骗消费者，同时提交订单之后买家不能进行任何退货退款相关操作，属于网络欺诈，严重侵

害了消费者的合法权益。

（三）③号预警

网经社发布双 11 在线教育消费提示：警惕诱导下单、贷款、分期连环套

10 月 31 日晚 8 点，2022 年双 11 第一波正式开卖。“双 11”年度购物狂欢也吸引了教培机构前来参与。和往年一样，不少教培机构纷纷开启了双 11 活动预热。

对于教培机构而言，参加双 11 是一个全面接触消费者的最佳机会。基于淘宝、京东等平台的数据算法和流量优势，教培机构能够找到更精准的用户，降低营销成本和获客成本。2021 年双 11 相关数据显示，在第一波开卖期间，职业教育一路领跑教育板块，职业技能培训消费增幅近 300%。

据网经社“电诉宝”不完全统计，包括嗨学网、帮考网、高顿教育、慕课网、51CTO、优路教育等均放出了活动信息，发起了预售、秒杀、抽奖、限时折扣等活动。在这些琳琅满目的优惠信息仍然存在不少“陷阱”，需要消费者警惕。（详见网经社专题：教育企业也来“凑满减” “双 11”消费前这些常见陷阱要严防 <https://www.100ec.cn/zt/s11jyqy/>）

预警一：名师、包过等虚假宣传防不胜防

在消费过程中，一些教育机构的销售人员为了业绩往往会夸大其词，声称名师授课并对课程服务等内容放大宣传，不签书面协议，只做口头承诺。而一旦发生纠纷，其口头承诺并无文字记载不具备法律效力，消费者往往只能“哑巴吃黄连”，有苦难说。

对此，网经社电子商务研究中心数字教育分析师陈礼腾提醒，《消费者权益保护法》中明确提供真实、全面信息的义务，经营者向消费者提供有关商品或者服务的质量、性能、用途、有效期限等信息，应当真实、全面，不得作虚假或者引人误解的宣传。

陈礼腾建议，对于认为涉嫌虚假宣传的教育机构，消费者可对未取得培训许

可证的培训机构及时向当地教育局、人社局投诉举报，对未取得营业执照、广告虚假宣传的培训机构及时向当地市场监管部门投诉举报，涉及价格违法违规行为的，向当地物价部门投诉举报。

如发生纠纷时，可通过以下措施进行消费维权：首先与经营者直接交涉，尽可能避免扩大损失，其次注意保留或搜集证据，便于事后维权；此外，消费者维权是注意选择正规有效的维权渠道，能大大提高维权效率。

附典型案例：

完成课程就能返现？“开课吧”被指虚假宣传 以教育为由骗取学员的钱

10月25日，内蒙古自治区的郭女士向“电诉宝”投诉称开课吧虚假宣传，以教育为由骗取学生的钱，2022年2月21日交了学费14800元，后说升级班型3月30日再交3000元成奖学金班，课上完成60%每月就可以月底返现，共返6个月返现17800元。当时那个开课吧的老师再三承诺是真的，让办了分期。

郭女士提供郭女士表示到4月份，又告知返不了钱了，给两种选择，一是八月底一起返现，二是还按一起月返，但具体什么时候给钱，就不确定了。之前就看过很多投诉开课吧的案例，说故意拖欠钱不给退，所以交钱的时候再三确认，开课吧员工也保证不会拖欠，暗示给返现，结果还是套路。到5月份，开课吧的老师陆续跑路。到后期已经没人负责，也没法学习。

预警二：网课售价高 当心限时优惠、名额有限迷心智

双11大促活动，大额优惠是刺激消费者消费的重要驱动力之一。尤其对于教育课程这类价格较高的产品来说，以大额满减、限时秒杀等名义，很容易驱使潜在消费者下单，不少平台甚至还以无息贷款、不过包退等作为诱饵诱导消费者冲动下单。

对此，网经社电子商务研究中心数字教育分析师陈礼腾提醒，教育不同于网络购物，教育产品的决策周期长、涉及金额高以及回报周期都较长。在双11各种优惠刺激下，消费者难免冲动消费。价格只能作为消费者参考的第一步，消费者要更为关注平台口碑及教学效果。消费者务必理性分析判断培训机构发布的宣

传信息，综合考虑多方面因素，可申请先体验一下培训课程，切勿冲动报名。此外，在对线上教育机构进行选择时，要留意查看培训机构证照是否齐全、有效。

附典型案例：

直播变录播 “赛优教育”以限时降价优惠为理由诱导报名

9月3日，四川省的张女士向“电诉宝”投诉称自己于2022年6月24日和2022年8月18日在“赛优教育”购买心理咨询师上岗定制班课程，出现了退款问题，虚假销售问题。销售时说考试包过，且包过需要另买2800的VIP课程，当时却没有提到。诱导信用卡分期付款诱导忽悠学生进行消费，以限时降价优惠券元红包为理由诱导他人进行课程的购买报名。说过是直播课，之后发现很大一部分录播课。要求退费，承诺三日内处理，如今仍然冷处理，不回复消息。

预警三：当心“学费贷”“培训贷”身负欠款或成“失信人”

教育产品消费金额普遍较高，消费群体大多又是学生或者是刚毕业人群，经济能力有限，不少消费者很难一下子付清。为此，不少家培机构和金融机构合作，推出类似的“赊账服务”，同时为鼓励消费者使用消费金融付款，给出了更多的优惠。然而，不少平台利用销售“话术”和技巧淡化还贷压力，让消费者背负过高的还贷压力，更有消费者迫于无奈多机构贷款，拆东墙补西墙，债务越来越高。

对此，陈礼腾提醒，消费者在选择教育产品时，有了解清楚报名费、课时费、资料费等收费情况。对于培训机构推出的“学费贷”、“培训贷”等金融产品，不要轻信其说辞。确有需要贷款的，应当选择正规的金融机构，并充分了解金融产品的详细情况和相关风险，明确约定还款时间、还款利率、手续费、解约条件等。

附典型案例：

“大鹏教育”频频诱导学员贷款

11月2日，河南省的崔同学向“电诉宝”投诉称，北京知金大鹏教育机构当初以学习20天PS就能接单、每月挣钱保底3000的虚假信息为由，诱导自己用“倍好付”贷款消费。在10月18日买的课程，10月24日上了一节体验课之

后，后来得知他们根本就不提供什么所谓的兼职根本没有，向他们提出退款，机构电话打不通，班主任也不回消息。

崔同学表示，作为一名学生没有那么多钱，他们也不罢休，诱导在京东白条、倍好付等贷款交学费。之后又提及千图网签约兼职的事情，又要求贷款，一开始自己拒绝了，但当时机构工作人员再三保证一定可以还上，于是就在她的指导下完成了倍好付分期付款，这实质上是叫自己贷款来完成所谓的教学。现如今倍好付客服说个人取消不了分期付款，必须机构取消，但是现在机构根本联系不到，电话从来没打通过。

预警四：购网课退款难如“上青天”

报班容易退班难是教育消费中的常见现象。目前教育培训收取的费用普遍偏高，学费制定标准也不明确，而很多学员在缴费之后中途想要再退费却难上加难。

对此，网经社电子商务研究中心数字教育分析师陈礼腾提醒，消费者在选择教育产品要注意仔细审读服务合同条款，看是否存在霸王条款；避免一次性缴纳时间跨度超过3个月的培训费和避免通过微信、支付宝或其他方式向个人账户缴纳培训费，缴纳培训费应开具正规发票。

附典型案例：

“一只船教育”保证不过包退 退费条件严苛

11月1日，安徽省的蔡女士向“电诉宝”投诉称自己于2020年5月19日咨询一只船教育李老师，被诱导三千多元进去学习，第二年又开始诱导升级，加6千多元，没钱可以用花呗，分期都行，后面又打电话告知好消息，挂靠单位找到了，不用担心挂靠不到单位，三年挂靠50万，加1万，进密训班百分之百过，不过全部退费。

蔡女士表示之前的时候也是说不过退费，售后微信回复会给退款，前提是考三年，三年考试都交白卷才算退费全额19800元，现在售后微信不回复，班主任信息回复不知道售后，售后部电话打不通。

（四）④号预警

网经社发布双11④号消费提示：超前消费需谨慎 真假短信需区分 网络欺诈要留神

国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”联合“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双十一④号消费提示：超前消费需谨慎，真假短信要区分，网络欺诈要留神。（详见网经社专题：<https://www.100ec.cn/zts11xfts>）

一、分期付款看似没花钱 实则比全款还贵

双11期间，为刺激消费者购物欲望，满足“心有余而力不足”消费者的购物需求，电商除了提供持续已久的“赊账服务”外，还推出分期付款享好礼等活动，鼓励消费者使用消费金融付款。实际上，大部分电商平台的消费金融服务都会收取手续费，看似每月只花了一点点，实则计算下来比当初全款金额还高出很多。

其实，随着使用分期电商的用户增多，其潜在的问题也逐渐暴露出来了。据国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）受理用户维权案例显示，信息泄露、霸王条款、客服问题、恶意罚款、网络欺诈、售后服务、商品质量、发货问题、网络售假、暴力催收、高额利息是2022上半年期间分期电商被投诉的主要问题。涉及的平台主要有分期乐、来分期、微薄利、奢分期、小象优品等。（详见电诉宝数字经济调查之分期电商乱象专题<http://www.100ec.cn/ztsdbdcdzfxds>）

对此，网经社电子商务研究中心特约研究员、上海汉盛律师事务所高级合伙人李旻律师提醒广大消费者，分期付款可能暗含消费陷阱，一是通过将年利率折算成月利率或日利率的方式进行利息或手续费展示，表面看起来日利率或月利率并不高，但折算年利率后可能会出乎意料。二是仔细甄别手续费和利息。三是关于提前还款的约定，提前还款后，其利息是否继续计算等。消费者在分期付款时，应仔细阅读其分期规则，明确利率、期限，提前还款、逾期还款等约定，预防步入陷阱。

附典型案例：

“奢分期”平台下单不发货 继而单方面取消订单

湖北省的吴先生向网络消费纠纷调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）投诉称：其于3月25日按规则完成自称腾讯系奢品分期购物商城的“奢分期”平台活动并按规则支付运费提交订单，然而许久不发货。期间吴先生两次催促客服，终于过了一个月整有了动态，而结果却是被取消订单。他去询问客服为何取消订单，客服却一直全程敷衍并且污蔑吴先生使用作弊方法。吴先生要求补足商品，赔偿损失并赔礼道歉。吴先生还表示一个多月不发货，而且还单方取消订单严重侵犯了他的合法权益。

二、保护个人信息 谨防各类欺诈“陷阱”

双11期间，各类网点的营销电话及短信横行，消费者甚至不得安宁。此外，一些不法分子也会利用此阶段进行诈骗，他们会冒充客服，假借事主所购商品出现了卡单、快递丢失或产品质量等问题，称可以提供退款，诱导事主点链接，并输入银行卡信息及验证码，从而盗刷事主银行卡。此外，还会以“预购”“限时购”“预先降价”等为诱饵，通过及时通讯软件或手机短信发送包含木马的链接。如果点开了，木马病毒就会植入手机窃取用户信息。

对此，李旻律师表示，商家的营销短信和电话侵犯了消费者的安宁权，根据《民法典》第一千零三十三条：“除法律另有规定或者权利人明确同意外，任何组织或者个人不得实施下列行为：（一）以电话、短信、即时通讯工具、电子邮件、传单等方式侵扰他人的私人生活安宁。”和《广告法》第四十三条：“任何单位或者个人未经当事人同意或者请求，不得向其住宅、交通工具等发送广告，也不得以电子信息方式向其发送广告。以电子信息方式发送广告的，应当明示发送者的真实身份和联系方式，并向接收者提供拒绝继续接收的方式。”上述规范载明，未经消费者允许的情况下，不得以短信方式发送广告。

“对此，消费者可采用的规避方法有：一是消费者收到该短信后及时退订，或可直接向商家反映情况；二是可直接向消费者协会进行投诉；三是开通智能手机短信骚扰拦截功能，有效拦截推送短信。”李旻补充道。

附典型案例：

“分期乐”疑似泄露用户个人信息 银行卡遭多次扣款

10月21日，天津市陈先生向“电诉宝”投诉称自己于2022年10月16日上午九点多，银行卡多次扣款，于是陈先生打电话咨询原因，说他注册“分期乐”账户逾期自动划账。陈先生称其从来没有注册过这种软件，让他反馈原因，跟客服说一直拖着不给处理，期间也打了好几次电话，陈先生怀疑自己个人信息被盗泄露，要求给予退款。

三、网络诈骗接踵而来 各类冒充层出不穷

电商大促期间无疑又成为了各类诈骗活跃期，各类诈骗如钓鱼木马、中奖诈骗、退款诈骗、货到付款诈骗、秒杀诈骗等让消费者防不胜防。

1) 钓鱼木马链接诈骗：主要出现在QQ、旺旺等聊天工具、弹窗页面等，消费者一旦点击带有木马的有毒链接，就会一步步落入诈骗分子的陷阱；

2) 中奖诈骗：一般为消费者下单后因信息泄露，诈骗分子发送中奖信息，消费者上当后落入诈骗分子陷阱；

3) 退款诈骗：一般为消费者下单后因信息泄露，诈骗分子掌握消费者的重要信息，如姓名、电话、订单号、购买商品等，能轻松说出消费者的订单信息，后以订单出现问题为由要求消费者退货，消费者收到有毒链接，点击后落入陷阱；

4) 快递货到付款诈骗：一般为消费者下单后因信息泄露，假冒快递员送空包裹，谎称需货到付款，消费者被骗运费等。

网经社电子商务研究中心特约研究员、上海融孚律师事务所程亮律师表示，双十一期间，随着各种大促的到来，各种形式的网络诈骗也接踵而至，如冒充店铺或者平台客服、冒充快递人员，要求消费者提供相关资料、注册相关账户等；钓鱼网站、诈骗短信引诱消费者点击领取红包、付款，付款后就无法再次登录等等。因此，建议消费者们还是要进入正规的电商平台选择自己心仪的商品，相关的沟通等也都在平台内进行，不贪图小便宜，不点击来源不明的网络链接等。

附典型案例：

“淘购星选”平台借中国移动名义发送虚假短信 用户下单后发现上当受骗

11月4日，江苏省的乔女士向“电诉宝”投诉称其于2022年11月2日收到一移动公司短信，称其积分即将过期，可以选择兑换产品，于是乔女士点击该网站兑换了产品，不成想对方是一家淘购星选平台，涉嫌诱骗购物诈骗。乔女士下单后不能取消订单，不能退款，没有客服电话，投诉都是机器人回复。后来乔女士投诉中国移动客服10086，11月3日中国移动客服与她联系说没有和这家平台合作，移动公司联系该网站都没有得到任何信息。

（五）⑤号预警

网经社发布双11⑤号消费提示：野性消费不可取 退货凭证自留存 关注物流要认真

国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”联合“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双十一⑤号消费提示：野性消费不可取 退货凭证自留存 关注物流要认真。（详见网经社专题：<https://www.100ec.cn/zts11xfts>）

一、为凑满减“无脑”下单使不得。

据网经社观察，今年各电商平台的跨店满减力度均有所加大，天猫平台补贴力度为“满300元减50元”，京东则为“满299元减50元”，每满“1000减100”，拼多多百万商品每满“300减50”，抖音跨店“满200减30”等。满减优惠是电商促销节日的常见营销手段，消费者为了凑够满减标准，往往后加购很多并不需要的商品，后期又涉及退货问题。事实上，满减优惠既“烧脑”又驱使消费者非理性购物。

网经社电子商务研究中心特约研究员、浙江泽大律师事务所马恺浓律师认为，根据货物的性质，不同种类货品可使用的满减优惠不同，且各类优惠分别计量，不能互通。消费者应在网购时注意平台优惠种类，以及平台优惠可否与商家

优惠及其他种类优惠共同使用，尽最大可能维护自身权益。

在网经社电子商务研究中心特约研究员、上海融孚律师事务所程亮律师看来，每年的双十一，各大电商平台都会推出各种“优惠”活动，“全网最低”、“全年最低”、“限时抢购”、“秒杀”、“满减”等各种宣传充斥着线上线下，消费者们在这样的氛围中往往容易集中消费。然而，在优惠的宣传下，也可能存在“先涨后降”、“虚构原价”等各种套路，消费者实际到手价格可能并不比平时少，甚至更多。

“面对大促，首先，消费者应客观看待低价，根据自身实际消费需求，理性选择购买商品；其次，消费者在参加活动前，应仔细阅读活动规则，特别是涉及一些满减、返现等内容时，最好能准确理解其中的含义，包括优惠期限、门槛要求、适用的产品种类、能否叠加适用以及相关的售后要求等等，如有不清楚的，也可以询问商家或者平台客服；再次，电商平台购物时，切勿私下交易，以免被骗，也避免发生纠纷时无任何交易凭证；最后，消费者还可以提前了解大促期间的发货以及退换货规则，以便及时跟进发货情况，购物后如有不满意，也可以及时的退换货，以免就此产生争议。总之，消费者要擦亮眼睛，理性消费，才能避免各种消费陷阱。”程亮律师解释道。

附典型案例：

为得礼品又凑单 200 元 然而最终却未到手

11月9日，四川省的张女士向电诉宝投诉称，其于2022年10月24号20点左右在淘宝店铺薇诺娜官方旗舰店付定金560元，之后再10月31号22点左右付了尾款2400元左右。张女士在薇诺娜店里主页和直播间了解到凑单礼包1299可以得到4份礼品，除了890的凑单礼品不能叠加，其他的是可以叠加的，于是张女士在还差200左右的情况下就又购买了其他的产品。但是后来张女士只收到一份凑单礼品，询问客服，开始说只有一份，后面说在发货中，今天张女士收到了最后一个快递，但是礼品还是少了，于是再次询问客服，客服自动回复，让她查物流。张女士认为这有虚假宣传的可能。

二、退换货步骤繁琐 处理起来劳心伤神。

双十一期间，订单量激增，商家在商品出库过程中容易出现疏漏，后期的退换货还是需要消费者处理。此外，不少消费者在退换货时往往会遇到这几类问题：

(1) 商品质量问题，消费者售后因没有证据，客服多次推诿不作为导致商品过了7天，之后告知已过退货周期不予退换货；

(2) 商品本身有问题，退换货却仍需支付运费；

(3) 一线客服的处理范围及赔偿权利较小，遇到消费者因售后商品造成损失需通过上级进行处理，由于对接和事件大小被推迟处理，导致过了“7天无理由退换货”期限，售后困难。

网经社提醒用户，虽然抖音、天猫等平台今年双十一前升级了运费险服务，但消费者下单前还是应仔细了解商品的退换货规则，对于《消法》规定的生鲜易腐、定制等商品以及商家明确规定不能退换货的商品，谨慎下单。遇到商品质量问题时应该保留证据，方便维权，如果是贵重商品从拆开包装到使用最好录入的视频，以防维权之用。遇到客服推诿不处理的，向平台举报或者向相关监管部门举报维权。

附典型案例：

“红布林”以大促为由拒绝退还 限时转卖还收取佣金

去年12月9日，吉林省的李女士向“电诉宝”投诉称自己于12月5日，在“红布林”二手奢侈品电商平台购买一件蒙口羽绒服花费7316元，收到后尺码偏小，胳膊处穿着勒紧，申请红布林退货或换成大码，李女士和商家协商扣点快递费和损失费都行，但商家以大促为由不给退换，让李女士再转卖，商家再收20佣金，还是限时转卖，一个月卖不出去就又得降价卖。

三、快递涨价 配送慢 警惕物流企业乱象。

从历年来看，双11前夕，部分快递公司往往谋划涨价，引发了不少网友的吐槽。有网友称，“及时到并且送货上门可以涨，天天自取凭什么！”。有的网友则表示，“可不要乱丢乱扔，包裹面目全非...”“发货慢、运送慢、配送慢、擅自做主...结果还丢件？”总之就是，快递服务质量急需提高。

根据“电诉宝”2022年至今受理的物流科技投诉榜显示(依据投诉量排行),投诉量最多的依次为:韵达快递、京东物流、顺丰速运、转运国际、铭宣海淘、圆通、中通快递、闪送、德邦快递、壹品仓、递四方、快鸟转运、德邦物流、吉祥邮、59转运、货拉拉、申通快递、百世、极兔速递。为助力电商行业规范发展,整治物流快递乱象,网络消费纠纷调解平台“电诉宝”曾发起“物流快递乱象的调查行动”(详见<http://www.100ec.cn/zt/2019wlzx>)。

今年天猫、京东等电商都在物流上加码,第三方物流公司顺丰、申通、圆通、韵达等投入更多的人力、网点和新技术。不过双11物流快递乱象仍然会出现。此外,商家的发货能力有限,面对大量的订单压力,发货慢也将影响用户体验,部分打着“闪电发货”的商家也不能及时发货。

网经社指出,快递乱象主要有丢件、快件损坏是快递业投诉的主要问题,其中快件损坏、快件延误、快件丢失、内件缺失、保价理赔机制不合理、未经同意放置快递点、快递柜收费、服务态度差、海淘转运、信息泄露以及售后困难等。

网经社还提醒,大促期间,消费者需做好发货慢、配送慢的心理准备。对于急需用品,可提前与商家咨询发货时间,特别是食品类、生鲜等易腐易坏类商品,尽量避开物流高峰。签收时要先验货后签收,对于未经同意就放代收点的行为可以向有关部门举报。此外,作为商家如果觉得自己的承诺,比如闪电发货、极速达等,很难实现,就不要轻易在自己的服务中约定,否则可能面临违约的风险。

附典型案例:

“顺丰”快递员随意处置快件

今年8月4日,有用户向电诉宝投诉称,顺丰快递员随意处置客人的件,根本不派件然后编造说客人拒收。用户表示,顺丰件一向是地址写着放驿站,并且这个件有代收货款。快递员就每天假装派送,然后自导自演说派送异常。用户联系顺丰客服了解情况后,提出把代收货款给晚班的快递员代收转过去,晚班快递员联系了这名快递员,他一整天都没有回复,然后就擅自把件退回。用户表示这个包裹价值3000元,79元的代收款只是寄方的验货费。

五、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。



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，引导消费者以为发货了，其实根本没有发货，只是快递公司给商家做弊物流信息考核，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，引导消费者以为发货了，其实根本没有发货，只是快递公司给商家做弊物流信息考核，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“领先的数字经济门户”。

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。



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《2022年“双11”期间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11月18日

官方公众号 ID :i100EC

(近 40 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 100 万+条数据覆盖 4000+平台)



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)

