

# 2024年8月

## 中国电子商务用户体验与投诉数据报告

数据来源:



案例来源:



发布时间: 2024年09月03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.....	3
（一）投诉问题类型分布.....	3
（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

8月，恰逢七夕佳节，“浪漫经济”再度成为消费市场的强劲引擎，驱动着抖音、唯品会、拼多多、得物等电商平台上的情感消费与礼品销售实现显著增长。

8月15日，国家统计局数据显示，1-7月份，全国网上零售额83784亿元，同比增长9.5%。同时，暑期旅游热潮持续升温，据最新发布的旅游市场报告显示，国内长线游依旧占据暑期旅游消费的核心地位，家庭出游、亲子游及情侣度假成为热门选择，携程、途家民宿等在线旅游平台因此迎来订单量的新一轮井喷式增长，进一步促进了旅游经济的繁荣发展。

在此背景下，2024年9月3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8月受理的全国96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8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8月网络消费投诉数据及《2024年8月数字零售十大典型投诉案例》《2024年8月数字生活十大典型投诉案例》和《2024年8月数字教育十大典型投诉案例》。

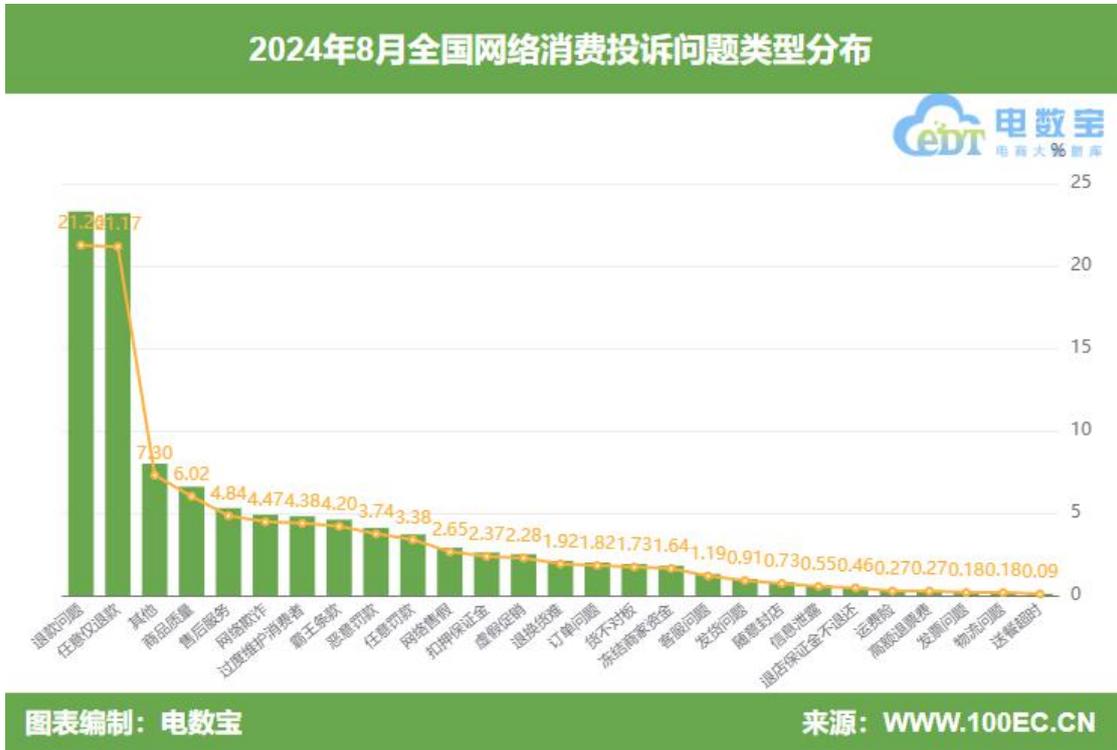
在报告公布的《2024年8月全国网络消费评级榜》中：获“**建议下单**”的有：转转、有赞、BOSS直聘、去哪儿等4家；获“**谨慎下单**”评级的有：美团、智行、万师傅等3家；获“**不建议下单**”评级的有：飞猪、小红书、分期乐、一只船教育等5家；获“**不予评级**”的有：大麦网、淘宝、天猫、闲鱼、抖店、全球速卖通、中免日上、微信小程序购物平台、微店等9家。

## 二、整体数据

### （一）投诉问题类型分布

据“电诉宝”显示，2024年8月全国网络消费投诉问题类型TOP10中，**退**

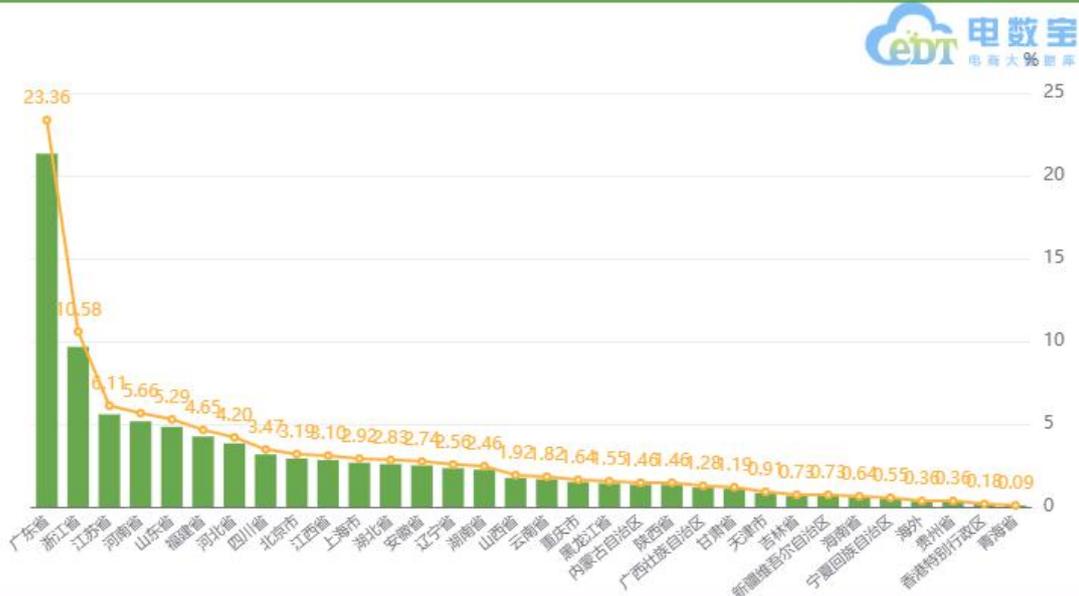
款问题占比高达 21.26%，其余问题类型依次为：任意仅退款（21.17%）、商品质量（6.02%）、售后服务（4.84%）、网络欺诈（4.47%）、过度维护消费者（4.38%）、霸王条款（4.20%）、恶意罚款（3.74%）、任意罚款（3.38%）、网络售假（2.65%）。



## （二）投诉地区分布

8月“电诉宝”受理投诉用户聚集地区 TOP10 依次为广东省（23.36%）、浙江省（10.58%）、江苏省（6.11%）、河南省（5.66%）、山东省（5.29%）、福建省（4.65%）、河北省（4.20%）、四川省（3.47%）、北京市（3.19%）、江西省（3.10%）。

### 2024年8月全国网络消费投诉地区分布



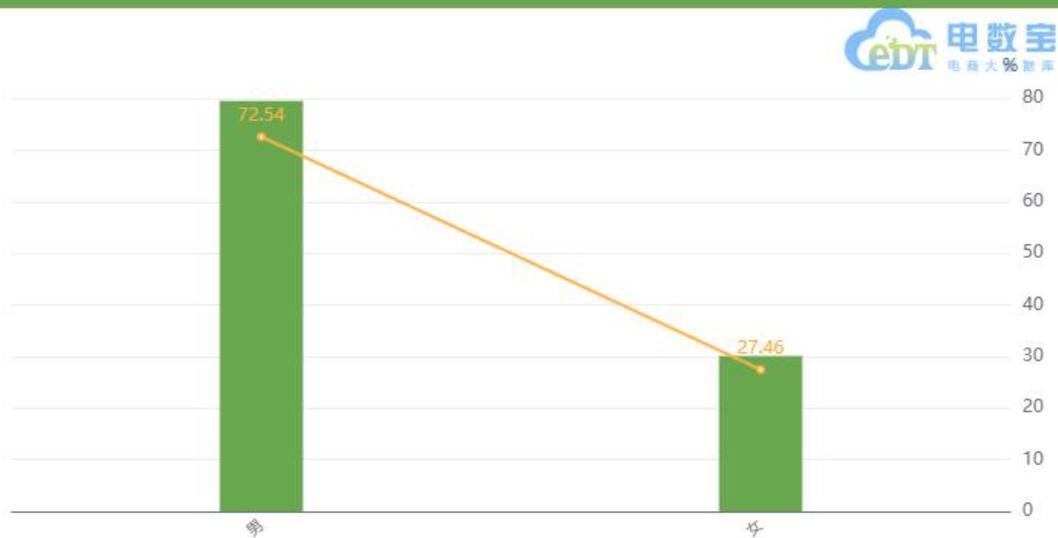
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

### (三) 投诉用户性别分布

据“电诉宝”显示，8月男性用户投诉比例为72.54%，女性用户投诉比例为27.46%。

### 2024年8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，8月投诉金额分布主要集中在0-100元（15.33%）、100-500元（13.14%）、1000元-5000元（8.49%）、500-1000元（6.84%）、10000元以上（5.20%）、5000-10000元（3.38%）、未选择金额（47.63%）。



### 三、评级数据与典型案例

在报告公布的《2024年8月全国网络消费评级榜》中：获“建议下单”的有：转转、有赞、BOSS直聘、去哪儿等4家；获“谨慎下单”评级的有：美团、智行、万师傅等3家；获“不建议下单”评级的有：飞猪、小红书、分期乐、一只船教育等5家；获“不予评级”的有：大麦网、淘宝、天猫、闲鱼、抖店、全球速卖通、中免日上、微信小程序购物平台、微店等9家。

## 2024年8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	转转	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
2	有赞	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
3	BOSS直聘	100.00%	0.956	0.000	0.787	建议下单
4	去哪儿	100.00%	0.855	0.000	0.756	建议下单
5	美团	94.12%	0.718	2.000	0.746	谨慎下单
6	抖音	90.74%	0.720	2.000	0.730	谨慎下单
7	智行	100.00%	0.571	0.000	0.671	谨慎下单
8	万师傅	85.71%	0.229	2.000	0.557	谨慎下单
9	京东	64.71%	0.647	0.000	0.518	谨慎下单
10	飞猪	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
10	大麦网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
10	小红书	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
10	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
10	分期乐	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
10	拼多多	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
10	天猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
10	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
10	抖店	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
10	全球速卖通	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
10	一只船教育	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
10	中免日上	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
10	微信小程序购...	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
10	微店	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

### 备注：

- 综合指数=平台反馈率\*0.5+回复时效性\*0.3+用户满意度/10\*0.2。
  - 平台反馈率：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

## （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8月全国数字零售评级榜中：获“建议下单”评级的有：转转、有赞等2家；获“谨慎下单”评级的有2家；获“不建议下单”的有：小红书等2家；获“不予评级”的有：淘宝、天猫、闲鱼、抖店、微店等5家。

2024年8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	转转	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
2	有赞	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
3	抖音	90.74%	0.720	2.000	0.730	谨慎下单
4	京东	64.71%	0.647	0.000	0.518	谨慎下单
5	小红书	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	拼多多	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
5	天猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
5	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
5	抖店	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：

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：平台移交或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35家：

投诉量 TOP10 依次为：拼多多、淘宝、抖音、小红书、闲鱼、京东、微店、转转、天猫、有赞；

排在第 11-20 名的是：抖店、交易猫、苏宁易购、店宝宝、唯品会、爱回收、微信视频号、二三良作、找靓机、红布林；

排在第 21-35 名的是：美团优选、盒马、拍机堂、蘑菇街、途虎养车、微拍堂、想去网、华为商城、易车惠买车、快手、精选速购、小鹅通今日头条放心购、95 分球鞋交易平台、华硕商城。

电诉宝 网络消费纠纷调解平台

电商平台“仅退款”调查行动将落幕！投诉通道

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 8月

1	拼多多	2	淘宝	3	抖音	4	小红书
5	闲鱼	6	京东	7	微店	8	转转
9	天猫	10	有赞	11	抖店	12	交易猫
13	苏宁易购	14	店宝宝	15	唯品会	16	爱回收
17	微信视频号	18	二三良作	19	找靓机	20	红布林
21	美团优选	22	盒马	23	拍机堂	24	蘑菇街
25	途虎养车	26	微拍堂	27	想去网	28	华为商城
29	易车惠买车	30	快手	31	精选速购	32	小鹅通
33	今日头条放心购	34	95分球鞋交易平台	35	华硕商城		

(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、微店、有赞、盒马、快手、天猫、交易猫、美团优选、中免日上、小红书。

2024年8月数字零售典型投诉案例		
投诉时间	投诉平台	投诉案例
8月1日	转转	用户投诉“转转”退货难 退款无门 多次协商无果
8月1日	微店	用户投诉“微店”盲盒退款难 且未标注未成年消费提醒
8月5日	有赞	“有赞”被指退款被多次拒绝 且遭商家言语侮辱 平台介入无进展
8月7日	盒马	“盒马”被指售过期淡奶油后态度强硬 拒绝合理赔偿
8月7日	快手	用户投诉“快手”无限期冻结店铺货款 联系客服无人处理
8月8日	天猫	商家被“仅退款” “天猫”无故扣除店铺保证金
8月11日	交易猫	恶意冻结支付宝账号？ “交易猫”被指欺诈消费者
8月19日	美团优选	白砂糖内有异物？ 用户投诉“美团优选”推诿责任不予赔偿
8月24日	中免日上	用户投诉“中免日上”产品 产地距福岛核电站约150公里 且疑为库存
8月27日	小红书	诱导下单？“小红书” 被指直播间购买翡翠镯子质量差 退货遭拒

图表编制：电诉宝 数据来源：315.100EC.CN

### 【案例一】用户投诉“转转”退货难 退款无门 多次协商无果

8月1日，内蒙古自治区的张女士向“电诉宝”投诉称其于7月28日在转转平台购买了一把吉他，但随后由于某些特殊原因，她决定申请退货并请求退款。然而，在尝试与卖家沟通退货退款事宜时，她多次通过平台提供的渠道向卖家发送信息，卖家并未给予任何回应。张女士多次尝试协商，卖家持续保持沉默，既不回复信息，依旧选择不回信息 并且不愿退款。

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工作人员督办妥善处理。对此，转转方反馈称：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。

### **【案例二】用户投诉“微店”盲盒退款难 且未标注未成年消费提醒**

8 月 1 日，上海市李女士向“电诉宝”投诉称其于 2024 年 8 月 1 日，发现孩子用李女士的手机购买了微店的盲盒，李女士找客服，客服说不退款。

李女士表示主页并没有标明未成年要理性消费，也没有要求家长验证，孩子拿家长的手机付款找客服，客服说还不能退。李女士希望可以处理，她认为这件事谁赚钱都不容易，麻烦微店退款谢谢，请微店帮李女士处理退款。

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。

### **【案例三】“有赞”被指退款被多次拒绝且遭商家言语侮辱 平台介入无进展**

8 月 5 日，河南省张女士向“电诉宝”投诉称其于 2024 年 7 月 3 日在有赞电商平台上的“企鹅寝室”店铺下单购买了一套价值 449 元的床上六件套，该订单原定于 7 月 25 日发货。在次日张女士因故决定取消订单并申请退款，但遭到了商家的拒绝。尽管张女士多次尝试申请退款，商家始终未予同意。

张女士随后向有赞平台的客服部门寻求帮助，然而张女士发现有赞客服的介入并未带来预期进展，问题被搁置，未能得到及时解决。在此期间，商家还对她进行了言语上的侮辱，称其“脑子有问题”，这样的行为无疑对张女士的心理造成了伤害。

张女士认为作为消费者，申请退款本就该退款，却遭到商家辱骂，深感委屈和不公。此举损害了自己的经济利益，想要商家尽快全额退款 449 元并道歉。

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，“有赞”平台回复称：您好，您所反馈的问题，已有工作人员在跟进处理中，请您期间耐心关注人员处理及回复，有赞竭诚为您服务。

### **【案例四】“盒马”被指售过期淡奶油后态度强硬 拒绝合理赔偿**

8月7日，江苏省的王女士向“电诉宝”投诉称其于2024年7月19号在盒马app下单，由南京建邺区华采天地盒马门店配送了250ml盒装雀巢多功能淡奶油。生产日期为2023年12月05日，保质期到2024年6月04日，已过期一个多月。盒马先承认道歉表示愿意退款并赔付20元优惠券，但我要求按食品安全法148条来赔付之后，改口否认，用“该批次1月就售完”“等站不住脚的理由搪塞，王女士投诉12345，市场监管局介入协调，盒马依然以此为由打发，丝毫不肯让步。

王女士称，1.请盒马举证，拿出王女士收到的商品不是门店所售的证据，其他均为混淆视听，不但欺骗消费者，还企图在市监局眼皮下蒙混过关。2.销售过期商品严重侵犯消费者权益，客服态度嚣张，拒不承认，在无证据的情况下昧着良心说该商品不是他们店出售，进一步构成欺诈，对消费者心理也造成巨大伤害。3.如此信口雌黄的食品商家没有底线，何来的品控？不付出相应的代价，市场监管的作用何在？如此只能助长不法商家继续侵害消费者利益。

王女士表示，事发至此近20天，盒马没有任何退款补偿或自查反省等行为。4.盒马进一步违反守电商法，删除王女士对商品的评论。王女士的评价没有任何违禁内容，联系客服后依然未被恢复。

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，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“快手”无限期冻结店铺货款 联系客服无人处理**

8月7日，黑龙江省刘女士向“电诉宝”投诉称，其在快手平台经营店铺在7月16日收到平台以危及消费者权益处罚通知并罚没50万元（已从货款划扣完成），刘女士称平台无期限冻结店铺440万货款，联系官方工作人员无人处理。

刘女士表示如果店铺有任何危及消费者权益的行为，本人承诺无条件支持消费者退款，其次如果本人有任何违规操作支持快手平台移交给相关部门核实，但是并不能无期限冻结店铺货款占位已有，这是严重的霸王条款。并且其工作人员很明确的让自己再重新做店铺其给提供保护，对此本人强烈抗议，要求恢复账户资金正常提现功能，不能以莫须有无期限冻结商家货款，再次要求解除本人店铺账户中心正常提现功能。

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。

### 【案例六】商家被“仅退款” “天猫”无故扣除店铺保证金

8月8日，浙江省的杨先生向“电诉宝”投诉称一消费者于24年5月12日在其天猫店铺 etelf 外星精灵旗舰店购买一个价值469元的纯钛保温杯，使用2个多月后来店里以漏水为由申请退款。杨先生称按照平台规则这种情况是无法退货退款的，非人为因素可以维修或者换货，结果平台给消费者开通退款通道。

杨先生表示消费者把产品寄回他们，收到后拍摄开箱视频并测试并不漏水，也提供证据给平台，平台小二旺旺找杨先生协商折价处理。杨先生表示已经被使用后商品不能二次销售，答应补贴60元给消费者，结果平台直接扣杨先生店铺400元，同时消费者寄回运费8.2元也由他们承担。杨先生表示多次申诉无效，希望通过电诉宝要回损失408.2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】恶意冻结支付宝账号？“交易猫”被指欺诈消费者

8月11日，吉林省林先生向“电诉宝”投诉称其于7月29日在“交易猫”平台上出售了一个账号，但随后平台方指控林先生找回了已售出的账号，并要求其进行退款操作。遵循平台的要求，林先生将629元款项转账至了“交易猫”公司指定的支付宝账户。

在完成退款后的次日晚上，他再次接到“交易猫”APP的通知，要求他进行还款操作，并且他的支付宝账户被平台方冻结。林先生表示其次日需要使用支付宝偿还一笔贷款，逾期将带来不必要的麻烦和损失。

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。

### 【案例八】白砂糖内有异物？用户投诉“美团优选”推诿责任不予赔偿

8月19日，湖南省的李先生向“电诉宝”投诉称其于今年7月8日在美团优选平台所购买的袋装900g南粮浦辰花一级白砂糖，在未开封的情况下发现白砂糖里含有异物。李先生第一时间与美团优选平台客服进行联系后，美团优选平台

客服先是以商品已过美团优选平台售后期为由推诿责任。后又改称该问题责任方为生产厂家，与美团优选平台无任何责任关联。

李先生将该问题投诉至 12315 平台后，12315 平台先是将李先生的投诉类目变更为举报类目，后又以美团优选平台为第三方网络交易平台经营者为由不立案。李先生认为作为消费者来说，不论是挑选商品，还是发起交易，乃至最后完成收款，所面对的都是美团优选平台，所以美团优选应承担其所销售商品质量问题的责任。李先生最后希望此事能在电诉宝这个平台得到妥善并正确的处理，并对销售问题食品的美团优选平台进行惩治。

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“中免日上”产品生产地距福岛核电站约 150 公里 且疑为库存**

8 月 24 日，山西省胡女士向“电诉宝”投诉称其于 8 月 8 日通过中免日上平台下单购买了黛珂品牌的蜜粉产品，并于 8 月 11 日签收该商品。在使用前进行商品检查时，于 8 月 20 日发现了问题，在商品展示页面上，中免日上并未明确标注产品的生产日期信息。产品上标注的生产日期为 2022 年，而当前时间已是 2024 年 8 月，意味着该产品自生产以来已过去近两年时间。更令胡女士不满的是，商品包装上同样未显示剩余保质期，她认为该产品可能是积压库存，对产品的新鲜度表示质疑。

胡女士还发现，黛珂蜜粉的产地为日本埼玉县，这一地点距离福岛核电站仅约 150 公里，但在购买时，商品页面仅简单标注了黛珂为日本品牌，并未明确告知消费者具体的产地信息。胡女士的诉求是申请售后退货，自己收到的产品保存完好未拆封。

接到用户投诉后，我们第一时间将相关投诉转交给平台，截至发稿前，我们并未收到平台方的任何回复。

### **【案例十】诱导下单？“小红书”被指直播间购买翡翠镯子质量差 退货遭拒**

8 月 27 日，湖北省刘女士向电诉宝投诉称其于 8 月 14 日在小红书平台上的“今金翡翠珠宝”店铺直播间购买翡翠镯子，当时她对该商品的低廉价格表示了

疑惑，并在直播间内向主播提出了质疑，但主播并未直接解答其关于价格差异的疑问。

由于直播中未能找到心仪的成品款式，主播随即推荐了一种定制服务，即使用毛坯料子进行个性化制作，并明确告知该定制商品一旦成交便不接受退换。在询问关于毛坯料子是否存在质量问题或经过特殊处理时，主播的回应含糊其辞，仅引导刘女士完成购买并前往后台咨询客服。

随后，刘女士通过客服得知该翡翠镯子为“驻胶”处理过，驻胶处理往往与翡翠的酸洗染色过程相关联，而酸洗处理对人体健康存在潜在危害。尽管商家坚称产品未经过酸洗，但刘女士在收到货物后，通过多家翡翠店的鉴定，均被告知该翡翠镯子确实经过了酸洗染色处理，不适宜佩戴。刘女士要求退货退货，商家以定制款影响二次售卖为理由不给退货，

接到该用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台，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8月全国数字生活评级榜中：获“**建议下单**”的有：去哪儿、BOSS直聘；获“**谨慎下单**”评级的有：万师傅、美团、智行；获“**不建议下单**”的有：飞猪；获“**不予评级**”的有：大麦网。

## 2024年8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	BOSS直聘	100.00%	0.956	0.000	0.787	建议下单
2	去哪儿	100.00%	0.855	0.000	0.756	建议下单
3	美团	94.12%	0.718	2.000	0.746	谨慎下单
4	智行	100.00%	0.571	0.000	0.671	谨慎下单
5	万师傅	85.71%	0.229	2.000	0.557	谨慎下单
6	飞猪	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
6	大麦网	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

**数字生活上榜平台有 18 家：**

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

**排在第 11-18 名的是：**联联周边游、猫眼电影、智联招聘、饿了么、同程旅行、黄河票务、58 同城、啄木鸟维修。



- 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 8月

1	去哪儿	2	飞猪	3	大麦网	4	美团
5	BOSS直聘	6	智行	7	万师傅	8	走着瞧旅行
9	高德	10	携程	11	联联周边游	12	猫眼电影
13	智联招聘	14	饿了么	15	同程旅行	16	黄河票务
17	58同城	18	啄木鸟维修				

(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，涉及万师傅、美团外卖、大麦网、联联周边游、去哪儿、啄木鸟家庭维修、美团民宿、Boss直聘、高德打车、飞猪。

## 2024年8月数字生活典型投诉案例

投诉时间	投诉平台	投诉案例
8月1日	万师傅	“万师傅”被指订单与实际不符 要求强制执行 回应:无法协商达成一致
8月4日	美团外卖	用户投诉“美团外卖” 未收货订单却完成 退款无门
8月6日	大麦网	用户投诉“大麦网” 四年等待成空 退款难上加难
8月6日	联联周边游	用户质疑“联联周边游” 30%退款扣除是否合理 要求全额退回
8月12日	去哪儿	霸王条款? 用户投诉 “去哪儿”未入住酒店退款遭拒
8月13日	啄木鸟家庭维修	“啄木鸟家庭维修” 被指维修人员不专业 越修越坏
8月19日	美团民宿	“美团民宿”被指罔顾法规 退款难以上青天 回应:已退款
8月21日	Boss直聘	营业执照旧账新号遭殃? “Boss直聘”被指封号不公 要求无条件解封
8月21日	高德打车	“高德打车”司机因病取消订单并以报备 仍判司机全责
8月25日	飞猪	“飞猪”被指欺诈消费者 退款遭遇“踢皮球”式推脱

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

### 【案例一】“万师傅”被指订单与实际不符 要求强制执行 回应:无法协商达成一致

8月1日，江西省的刘先生向“电诉宝”投诉称在7月26号在万师傅接单平台接了一个空调接线，抽真空的订单（实际是空调安装）。由于下单方描述的工作性质过于简单，误导刘先生参与了平台接单，接单后经电话询问实际工作详细情况，发现下单方下单的订单描述与实际工作内容严重不符。所以在电话中回复这个订单做不了。然后下单方以平台的霸王条款规则。师傅接了单就必须服务原则。必须上门服务。不上门服务就在平台投诉师傅不上门服务。

平台说刘先生引导线下服务。然后作为刘先生认为。既然平台有提供联系下单方的联系要求，就应该给师傅提供一个了解实际情况的。能不能上门服务。如果订单（空调安装）实际情况存在安全，下单方应该描述清楚，作为有经验的师傅有权了解评测实际情况后作出决定是否符合条件上门服务。如果不符合上门服务，平台有义务向师傅提供一个不上门退单的入口。而不是霸王条款师傅在不了解（实际不安全的情况下）接了单就一定要服务这个订单。

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：柜式空调安装，师傅反馈不满订单处理结果，经平台介入核实，师傅存在引导用户私下交易行为，已涉及违规问题，故进行相应处罚，经平台沟通协调，已联系师傅多次解释说明，师傅未认识到自身问题，表示不认可，非常抱歉无法协商达成一致。

### 【案例二】用户投诉“美团外卖”未收货订单却完成 退款无门

8月4日，广东省陆先生向“电诉宝”称其于2024年7月31日晚在美团点了一个披萨，货没收到，订单自动完成，找平台不给退款，陆先生想知道买东西没收到货，订单能完成，没收到货也不给退款，这样做生意美团平台是不是不讲理了？美团平台欺负消费者。

陆先生希望能美团平台能正归一点，消费者没收到货，钱不给消费者退，很多时候买东西，东西你没收到，这钱要退吧？不对陆先生觉得是抢和骗来的。谢谢！

陆先生称平台打电话来说商家已做好，那陆先生当时有打电话给骑手，问骑手在哪里，陆先生过去拿，骑手又说他刚接的单没在他手上，后面陆先生到店里又买了一个，商家说可能骑手自己拿来吃了，陆先生想没收到货总可以退款的吧，所以回来了，第二天拒绝退款，问平台平台又不给退，后面订单完成了，怎么回事，没收到东西订单完成了？那完成了总得把钱退回去吧？但是平台拒绝了，好难过，美团平台欺负人了！

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。

### 【案例三】用户投诉“大麦网”四年等待成空 退款难上加难

8月6日，广东省罗先生向“电诉宝”投诉称其于2020年1月9日，在淘宝平台上的大麦网官方旗舰店以2018元购买周杰伦演唱会门票一张，2020年5月，演唱会延期，2023年初，大麦网及演唱会主办方发布延期处理相关公告，但未尽售后服务之责任，罗先生未能收到相关信息，2024年8月6日，大麦网方拒绝沟通，主办方联系不上。

罗先生表示：退款无门，受侵害权益，服务方未按约定时间提供服务，演唱会延期相关处理事项未有效通知到罗先生，未按照消费者权益保护法规定退回票费。罗先生诉求是：要求退回全额票费2018元，赔偿4年来拖欠的利息。

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，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】用户质疑“联联周边游”30%退款扣除是否合理 要求全额退回**

8月6日，湖南省的汪女士向“电诉宝”投诉称其于2023年3月在“联联周边游”购买团购订单，因当地疫情反复，未能及时前往店家消费，后团购订单过期申请客服退款，却被告知不能全额退款，只能退回70%，扣除30%，不合理。

汪女士表示，当时购买团购券的时候印象里并未有次标注，请支持维权，要求未消费因全额退回！

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。但截至发稿前，尚未收到联联周边游平台工作人员的回复。

#### **【案例五】霸王条款？用户投诉“去哪儿”未入住酒店退款遭拒**

8月12日，广东省的黎女士向“电诉宝”投诉称其于2024年8月9日在去哪儿网下单预订了香港青逸酒店的一晚住宿，支付了498元的费用。8月10日由于小孩的通行证过期，导致黎女士一家无法按计划前往香港入住。

黎女士与去哪儿网的客服取得了联系，希望能就订单做出调整，要么申请退款，要么将住宿时间延后。但遗憾的是，她得到的答复是两项请求均无法满足。

黎女士尝试将订单低价转让给有需求的人，在平台上修改入住人的信息，当她提交修改申请并等待客服审核时，却收到了回复：平台规定不允许修改入住人信息，订单只能保持原样，且若未入住则无法退款，费用将全额扣除。黎女士认为这样的规定实属“霸王条款”，严重侵犯了消费者的合法权益。

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。

### **【案例六】“啄木鸟家庭维修”被指维修人员不专业 越修越坏**

8月13日，陕西省的陈女士向“电诉宝”投诉称其于2024年7月11日在啄木鸟家庭维修下单空调维修，空调本身只是跳闸问题，结果维修人员给陈女士越修越坏，修的面板直接显示E7故障，空调外机直接不转动了，不制冷了，维修人员来句他修不了，直接摆烂，你投诉去，这就是你们的服务态度，到现在都没人给陈女士解决问题。

陈女士表示，这不是欺诈消费者，没有维修能力，是怎样上岗的，在那直接胡乱捣鼓，就敢开口要价，不会修早干嘛去了，还给越修越坏，这还有没有公道，陈女士必须讨回公道，不行就走法律途径，奉陪到底。

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。

### **【案例七】“美团民宿”被指罔顾法规 退款难以上青天 回应：已退款**

8月19日，云南省的高先生向“电诉宝”投诉称其于2024年8月18日到云南丽江旅游，在美团酒店民宿类预定一间民宿酒店，支付178元，当时下单后拨打过商家电话，告知房型问题不予接待叫高先生操作退款。

高先生表示在退款时订单被商家操作已入住无法退款了，联系了商家后入住另外房型线下银行转账178，事实入住的是另外房型不是预定房型，本人多次申诉平台要求退款，结果平台一直在中间传话，没有相应解决方案，一直以平台商家规则不予退款。商家平台制定的霸王条款，罔顾法律法规。请相关执法部门挂牌督办依法督促该平台退款178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，美团工作人员向“电诉宝”发来反馈称：我司于2024-08-23与消费者取得联系，对于消费者反馈的问题已与消费者沟通协商处理，方案为：全额退款。消费者认可此事。

### **【案例八】营业执照旧账新号遭殃？“Boss直聘”被指封号不公 要求无条件解封**

8月21日广东省的黄先生向“电诉宝”投诉称其于2024年8月21号被告知封号，一直在平台上面申诉想要得知是哪里违规，前后的回答都没有得到一个标准的回复，最后忍不住打电话去客服才得到一个反馈是黄先生这家公司的营业执照在以前的账号违规。

以前的账号违规你封黄先生表示可以理解，黄先生新的账号循规蹈矩，没有任何违规你就把封号这个黄先生表示接受不了，难道公司转型做其他业务你这个平台就不可以接受吗？你开放这个平台供大家使用黄先生没偷没抢你无缘无故封，黄先生感觉是对我的歧视，黄先生现在要求无条件解封账号并且道歉！

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。

#### **【案例九】“高德打车”司机因病取消订单并以报备 仍判司机全责**

8月21日，广东省的黄先生向“电诉宝”投诉称其于2024年8月20日晚上11:50分左右接了一个高德打车旗下旅程司机APP的一个21日早上6:10分左右预约订单，晚上个人身体痛风发作导致走路脚都是非常的痛，于是就取消了订单，也和平台报备了，然后21日系统就判黄先生全责找人工申诉也驳，然后就等着被罚款，这样的话是不是高德打车软件上接了单就算死也要去出车服务吗。

黄先生的诉求就是高德给一个明确的答复，如果是说不管司机怎么样只要接到订单后就必须得出车服务，那以后黄先生保留这个记录给到家人。

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】“飞猪”被指欺诈消费者 退款遭遇“踢皮球”式推脱**

8月25，辽宁省王女士向“电诉宝”投诉称其于2024年8月25日在飞猪旅行官方旗舰店被欺骗购买本产品，后要求退款，官方不予解决，想联系商家，官方也不告诉王女士联系的方法，让王女士找消费者权益保护中心。王女士表示消费者权益保护中心让我其找警察，警察和网络警察王女士也找了。

王女士称警察说让她找官方，网络警察说不属于网络诈骗，也找了支付宝官方，官方让其联系商家，又找淘宝官方解决，淘宝官方让找飞猪官方这些全都解

决不了，几方一直在踢皮球，一直循环让王女士联系对方不予解决，实在没有办法，才投诉。

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。

### （三）数字教育数据与十大典型案例

数字教育上榜平台有 20 家：

投诉量 TOP10 依次为：一只船教育、赛优教育、中公教育、潭州教育、有道精品课、尚德机构、网易云课堂、英语流利说、恒企教育；

排在第 11-20 名的是：帮考网、对啊网、聚力成师教育、中安建培、聚师网、51Talk、小叶子陪练、学慧网、大塘小鱼。

电商平台“仅退款”调查行动将落幕！投诉通道

当前位置 > 投诉榜

领域：**数字教育** 总榜 数字零售 数字生活 数字健康 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** **8月**

1	一只船教育	2	赛优教育	3	中公教育	4	潭州教育
5	有道精品课	6	嗨学网	7	尚德机构	8	网易云课堂
9	英语流利说	10	恒企教育	11	帮考网	12	环球网校
13	对啊网	14	聚力成师教育	15	中安建培	16	聚师网
17	51Talk	18	小叶子陪练	19	学慧网	20	大塘小鱼

(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投诉案例，涉及潭州教育、尚德机构、高顿教育、聚师网、恒企教育、一只船教育、常青藤爸爸、沪江网校、对啊网、网易云课堂。

2024年8月数字教育典型投诉案例		
投诉时间	投诉平台	投诉案例
8月1日	中安建培	用户投诉“中安建培”称遭遇退款拉锯战 退款无门
8月2日	中公教育	用户投诉“中公教育”3万学费仅退9千 余款何时到账
8月6日	潭州教育	“潭州教育”被指承诺成空谈 售后联系不上
8月13日	学慧网	用户投诉“学慧网”称全职备考却换来假证一张
8月14日	小叶子智能陪练	单方面扣费？用户投诉“小叶子智能陪练”称遇无理退费政策
8月15日	恒企教育	权益何在？“恒企教育”被指违规增费 合同成空谈
8月22日	网易云课堂	“网易云课堂”被指教育欺诈 双证课程过期退款无门
8月22日	中职通	“中职通”被指诱导购课 且无任何发票 回复：处理中
8月24日	尚德机构	“尚德机构”被指课程过期续费不合理 要求退还剩余费用
8月29日	帮考网	3980元学费陷僵局 用户投诉“帮考网”退费难

图表编制：电诉宝 数据来源：315.100EC.CN

### 【案例一】用户投诉“中安建培”称遭遇退款拉锯战 退款无门

8月1日，山西省张女士向“电诉宝”投诉称其于2021年10月20日被中安建培黄老师诱骗交6980，然后张女士需要想想，他说先交了不想报名随时退，第二天张女士就说要退他以各种理由不给退，期间，张女士要求退款不止三次有

售后联系张女士，但是都没有退款成功，最后给出的结论是让张女士参加了两年的考试，有两年考试的成绩之后再行退款。

张女士称，现在已参加完两年考试，又说让他截图所学课程时长超过 60% 才给退，但现在登录中安建培账号显示已被禁用就是拖着不给退款，张女士现在的需求很简单，退还 6980，希望有关机构介入处理。

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，尚未收到中安建培的工作人员回复。

### 【案例二】用户投诉“中公教育”3万学费仅退9千 余款何时到账

8月2日，浙江省周女士向“电诉宝”投诉称其于2022年9月提交中公教育不过全退的协议，一共32400。中公教育承诺当年12月份给周女士全退。但是在23年1月份，周女士发现没有任何退款，就找负责人，她们说由于一些原因，只能分期退款，无奈只能接受。但是到现在只打了3次款，每次3240，总共是9720，距离全部还有22680未退完。

周女士称，今年1月份开始各种投诉电话，你们知道的哪些周女士都打过，都是说承诺会帮忙催一下，帮忙督促，每个月基本上都打过，到现在还是没有。周女士就想问，老百姓就该活该被欺负吗？这还是退伍费，平时都不舍得用，为了考公务员，咬牙去报名了，不退费，和强盗有什么区别？

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】“潭州教育”被指承诺成空谈 售后联系不上

8月6日，广东省刘女士向“电诉宝”投诉称其于2021年9月15日在潭州课堂 app 平台买了播音主持课程，学习了几节课。然后当时买的时候说明了课程永久有效，所以刘女士后来没再继续学，因为当时有很重要的考试，所以没有继续学习下去。而现在想要继续学习，但是潭州教育这个平台没了，找客服也联系不上，直接拒收消息。

刘女士表示，潭州课堂这是侵犯了消费者权益，属于欺诈的一种了。所以刘女士的诉求是把花费的4732元退回来。【上面的订单号是分期乐的订单号，潭州教育 app 不见了，我复制不了订单号】

接到用户投诉后，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】用户投诉“学慧网”称全职备考却换来假证一张**

8月13日，山东省杨先生向“电诉宝”投诉称其于2021年12月22日于淘宝下单了北京学慧网络科技有限公司的淘宝网店里面的碳排放管理师课程，并由客服和所谓的教务老师一直不停地宣传其证书的重要性和工作待遇未来发展前景，下单后学习期间并无异常，直到在网上考试的时候，发现考试的题目跟机构放出来的题一模一样，当时也没多想，后来证书下发以后，发现证书就是一本假证，是培训证书，所有个人和公司还有发证机关都不承认该证的有效性，更是有人好心提醒该证件完全是假证，证件下发的机关都是假的。

杨先生称，再想联系上机构的时候，机构直接人间蒸发，淘宝官方一直强调已经过售后申请的时效，联系不上机构的任何人，导致最后这2000多块钱就买了张假证，甚至当时在备考的时候以为他们口中所谓的跟杨先生描述的“美好前景”即将降落到杨先生头上，所以辞掉了当时的工作全职备考。杨先生现在只希望有办法能将这2000多块钱的证书费用追回，也不要求什么赔偿之类的，只希望能追回损失的报名学习的费用！

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，尚未收到学慧网的工作人员回复。

#### **【案例五】单方面扣费？用户投诉“小叶子智能陪练”称遇无理退费政策**

8月14日，河南省的丁女士向“电诉宝”投诉称其于2023年8月6日，在小叶子上买了4年网课后，有一段时间后，发现产品并不是当初商家说的那么好用，感觉被欺骗，现在需要退款。然后商家各种霸王条款，让丁女士不能接受。

霸王条款如下1. 丁女士并不知道有什么百分之25的违约金，购买课程时，商家并没有告知，如有告知，请商家提供证据！如有违约金必然会有合同，请商家出示购买时的合同，并且，一年之久，商家也没有给丁女士开具消费发票！

2. 在丁女士提出退费时，有专人给丁女士打电话让其停止使用app，后丁女士不同意他们的退费方案，他们便单方面说退费结束，继续给丁女士扣钱，一直扣到丁女士同意那天为止。请问如果丁女士4年不同意，正好如了小叶子的意，他们便不用退费了？

3. 电话从来都是他们单方面给丁女士联系，丁女士从来联系不上他们！退费时，根本找不到人！

4. 丁女士只要问退费的事，他们就一句话。你认可吗？你认可吗？不认可就不退，不认可就重新计费，反反复复就这一句话！丁女士感觉这话丁女士受到了威胁！

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】权益何在？“恒企教育”被指违规增费 合同成空谈

8月15日，海南省的蔡女士向“电诉宝”投诉称其于2019年在线上联系恒企教育机构报名学习自考大专，想要提升学历，但交费后了解到退役军人可以免费就读大专院校，后联系恒企机构退费，教育机构因为各种原因不同意退费，而后蔡女士又打了12345热线电话投诉反映，经过协商恒企教育机构同意蔡女士转成考本科（但其表示考成考本科需要先取得大专毕业证，再联系其报名成考本科，且不收取其他的学习费用），蔡女士当时接受了这个协商的结果。

蔡女士称，在2024年6月份取得大专毕业证后联系了恒企的老师（其表示成考本科八月底才开始报名，让蔡女士八月份再联系她，而且蔡女士也再三确认了不会再收取其他费用），但在7月份时另一名恒企的老师又通过微信联系蔡女士，说是今年学校的学费涨了需要再缴纳将近一千元学费，这和之前协商沟通的明显不符，现在蔡女士让教育机构提供当时报名的协议和合同，想要查看一下当时具体的情况，但教育机构不愿意再给，并且态度很恶劣，拒接蔡女士的电话。由于这个情况跨度的时间较为长远，万般无奈只能请求相关部门帮助解决。

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。

### 【案例七】“网易云课堂”被指教育欺诈 双证课程过期退款无门

8月22日，广东省的林先生向“电诉宝”投诉称其于2023年7月15日在网易有道云课堂机构（即杭州网易临界点教育科技有限公司）报名《公共营养师》和《健康管理师》两门课程，共花费4610元。起初，林先生只想先报名《公共营养师》一门课程，结果受到该机构的诱导消费，多加报名了《健康管理师》课程。

林先生表示报名前老师承诺课程权限会一直续下去直到考完证书为止，林先生于2024年8月4日发现课程过期，无法再看，除此《健康管理师》这门课连合同都没有给林先生签。课也还没开，也没有上，林先生也曾寻找报考老师协调解决问题，却发现员工已经离职。

林先生称该机构存在欺诈行为：先是诱导消费，也不告知实情，消费完再给予合同承诺售后保障，如今钱已缴纳，课程过期，售后得不到保障。另外，该机构也存在课程教育质量问题，报考老师口中90%的押题率只是个幌子，课程未更，题库更是压不中原题。现提出该机构向林先生退款《公共管理师》2580元 + 《健康管理师》2180元 - 教材费（本人自己购买）150元 = 4610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，“网易云课堂”工作人员回复：尊敬的用户您好，关于您反馈的问题已有安排我司售后专员致电联系您为您处理，还请您以专员的回复为准即可，感谢您的支持，祝您学业有成，生活愉快~

#### 【案例八】“中职通”被指诱导购课 且无任何发票 回复：处理中

8月22日，福建省的谢女士向“电诉宝”投诉称其于2022年6月1日在中职通平台，因该机构老师一直微信联系谢女士，通过聊天交谈的方式让谢女士放松警惕，获取信任，一直给谢女士洗脑让学习他们的课程，可以兼职赚钱，给谢女士看其他学员的收益，诱导谢女士开通网贷分期购买他们的课程。

谢女士称，中职通教育以兼职接单为诱饵，利用大学生见识少，好诱骗，容易上当的特点，吸引谢女士办理网贷购买他们的课程，其中培训费用8780元，包含利息费，总费用8780元，支付的费用没有任何发票。

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，中职通回复称：同学您好，已收到反馈，我们将尽快安排老师与您联系，请保持手机畅通！同时可通过以下方式与我们联系：中职通教育监督服务热线：020-31609387（接待时间周一到周五：10:00-19:00）官方快速投诉邮箱：HYPERLINK "mailto:zztvip001@163.com。" zztvip001@163.com。

#### 【案例九】“尚德机构”被指课程过期续费不合理 要求退还剩余费用

8月24日，宁夏回族自治区的刘女士向“电诉宝”投诉称其于2017年11月29日，购买了尚德机构的汉语言文学专本连读，本来是给家人买的，结果因

为个人原因不想学，就找了客服人员要求退费，结果客服人员说现在不想学，可以先冻结，等学的时候再解冻。

刘女士表示到 2020 年，课程看不了，要求续费，客服又说是看一节续一节，刘女士想说交了学费没有享受服务，过期就续费不合理吧，这不是霸占了刘女士的资产吗？这跟过了欠条归还，欠款时间就不用还了是不是一样的道理。刘女士现在想要求退还没有学习的课程费用。

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】3980 元学费陷僵局 用户投诉“帮考网”退费难

8 月 29 日，内蒙古自治区的杨先生向“电诉宝”投诉称其于 2022 年 5 月在微信里接触到帮考网，报名 3980 的一级消防工程师课程，6 月从原单位离职。杨先生表示新工作非常忙，课程无法继续学习，需要退费，联系工作人员，不予理会，杨先生的诉求是可以退学费。课程累计学习 3 节课左右。

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。

## 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8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，引导消费者误以为发货了，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”  
高双解决消费纠纷

**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 8 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9月3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))

(18 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)

