

2024年Q1 中国数字生活用户体验与投诉数据报告

数据来源： 电数宝
电商大数据库

案例来源： 电诉宝
网络消费纠纷调解平台

发布时间：2024年05月15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	5
(一) 投诉问题类型分布.....	5
(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) 2024年Q1“Boss直聘”获“建议下单”.....	7
(二) 2024年Q1“智行”获“建议下单”.....	9
(三) 2024年Q1“去哪儿”获“建议下单”.....	10
(四) 2024年Q1“万师傅”获“谨慎下单”.....	12
(五) 2024年Q1“美团”获“谨慎下单”.....	13
(六) 2024年Q1“飞猪”获“不建议下单”.....	15
(七) 2024年Q1“大麦网”获“不予评级”.....	17
(八) 2024年Q1“走着瞧旅行”获“不建议下单”.....	18
(九) 2024年Q1“联联周边游”获“不建议下单”.....	20
四、关于我们	21
(一) 关于电诉宝.....	21
(二) 关于网经社.....	23

一、报告摘要

生活服务的变革为日常生活带来了前所未有的便利。餐饮外卖服务让我们无需出门，婚恋交友等服务的线上化，使我们可以更加便捷地选择适合自己的交友渠道。再者，房产交易和招聘就业服务的线上化，使得我们能够更加方便地浏览各种房源和职位信息。

然而，在数字生活快速发展过程中也暴露出了一些乱象和问题。在此背景下，5月15日，依据国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）2024年一季度受理的全国24家数字生活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Q1中国数字生活用户体验与投诉数据报告》。

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

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 第一季度

1	飞猪	2	去哪儿	3	美团	4	BOSS直聘
5	走着瞧旅行	6	智行	7	联联周边游	8	万师傅
9	大麦网	10	同程旅行	11	鲁班到家	12	携程
13	饿了么	14	猫眼电影	15	58同城	16	智联招聘
17	侠侣亲子游	18	骑驴游	19	58到家	20	黄河票务
21	高铁管家	22	高德	23	滴滴出行	24	大河票务网

根据“电诉宝”2024年Q1受理的中国数字生活领域用户有效投诉显示，投诉量TOP10依次为：飞猪、去哪儿、美团、BOSS直聘、走着瞧旅行、智行、联

联周边游、万师傅、大麦网、同程旅行；

排在第 11-20 名的是：鲁班到家、携程、饿了么、猫眼电影、58 同城、智联招聘、侠侣亲子游、骑驴游、58 到家、黄河票务；

排在第 21-24 名的是：高铁管家、高德、滴滴出行、大河票务网。

2024年Q1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	96.30%	0.963	10.000	0.970	建议下单
2	智行	100.00%	0.833	2.000	0.810	建议下单
3	去哪儿	100.00%	0.650	4.000	0.788	建议下单
4	万师傅	100.00%	0.600	2.000	0.740	谨慎下单
5	美团	97.06%	0.442	0.000	0.633	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
6	走着瞧旅行	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
6	联联周边游	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：平台移交或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

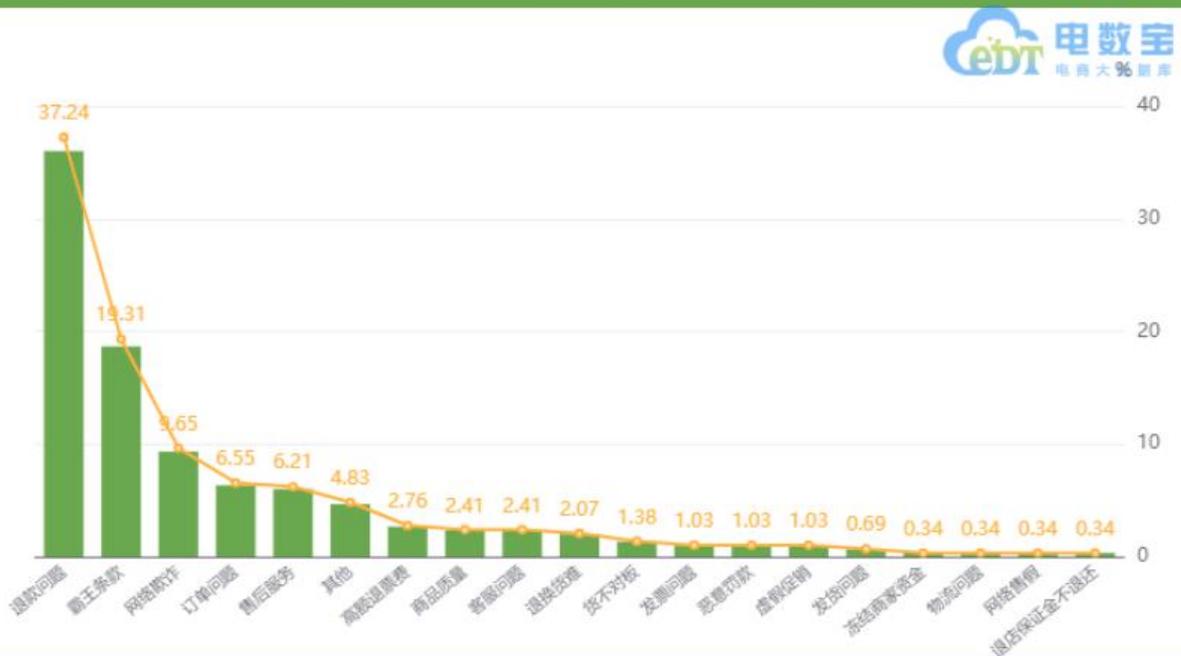
在报告公布的《2024年Q1全国数字生活消费评级榜》中：获“建议下单”评级的有：Boss直聘、智行、去哪儿3家；获“谨慎下单”评级的有：万师傅、美团2家；获“不建议下单”评级的有：飞猪、走着瞧旅行、联联周边游3家；获“不予评级”的有：大麦网1家。

二、整体数据

（一）投诉问题类型分布

据“电诉宝”显示，2024年Q1全国数字生活投诉问题类型TOP10中，退款问题占比高达37.24%，其余问题类型依次为：霸王条款（19.31%）、网络欺诈（9.65%）、订单问题（6.55%）、售后服务（6.21%）、其他（4.83%）、高额退票费（2.76%）、商品质量（2.41%）、客服问题（2.41%）、退换货（2.07%）、货不对板（1.38%）、发票问题（1.03%）、恶意罚款（1.03%）、虚假促销（1.03%）、发货问题（1.03%）、冻结商家资金（0.69%）、物流问题（0.34%）、网络售假（0.34%）、退店保证金不退还（0.34%）。

2024年Q1数字生活投诉问题类型占比图



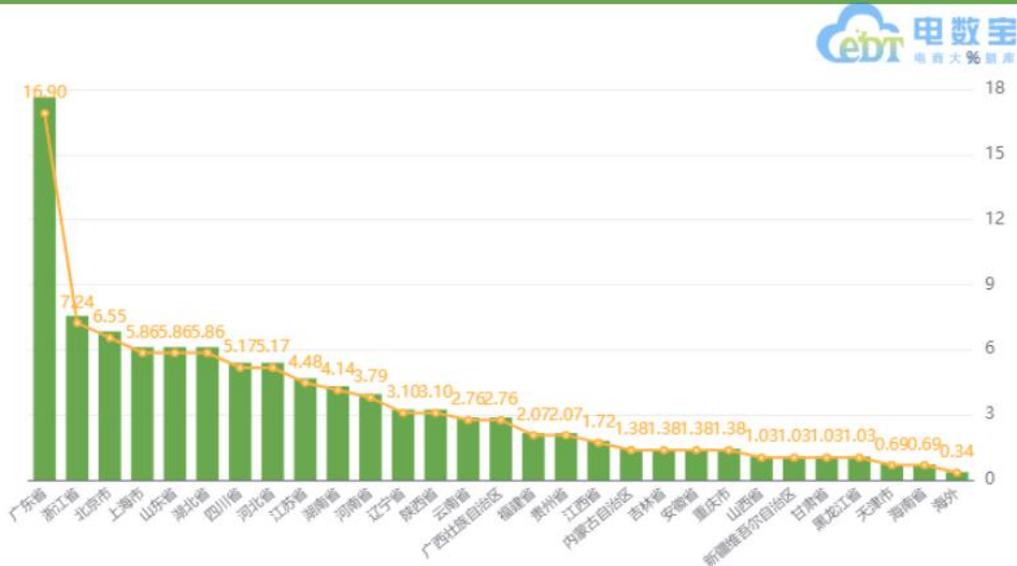
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

（二）投诉地区分布

2024年Q1“电诉宝”受理投诉用户聚集地区TOP10依次为广东省（16.90%）、浙江省（7.241%）、北京市（6.552%）、上海市（5.862%）、山东省（5.862%）、湖北省（5.862%）、四川省（5.172%）、河北省（5.172%）、江苏省（4.483%）、湖南省（4.138%）。

2024年Q1数字生活投诉地区占比图



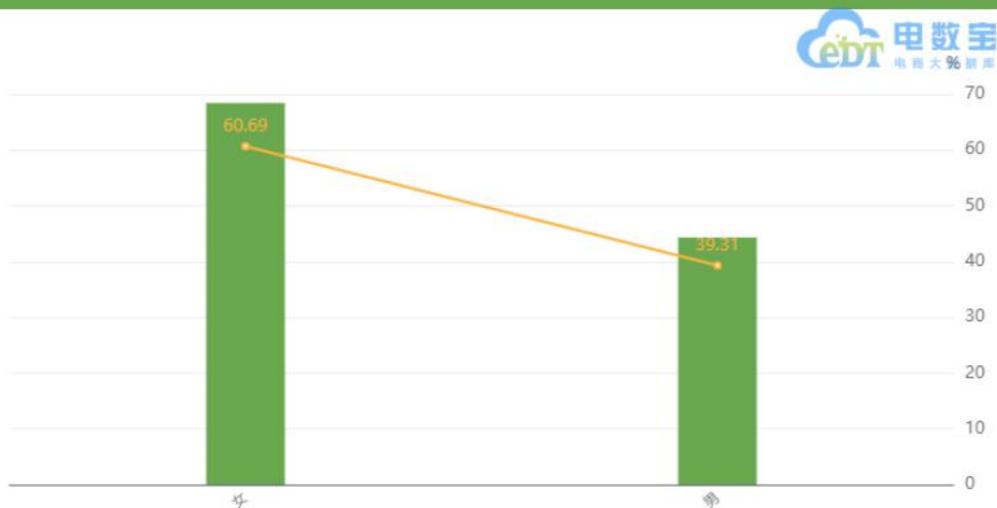
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

(三) 投诉用户性别分布

据“电诉宝”显示，2024年Q1女性用户投诉比例为60.69%，女性用户投诉比例为39.31%。

2024年Q1数字生活投诉性别占比图



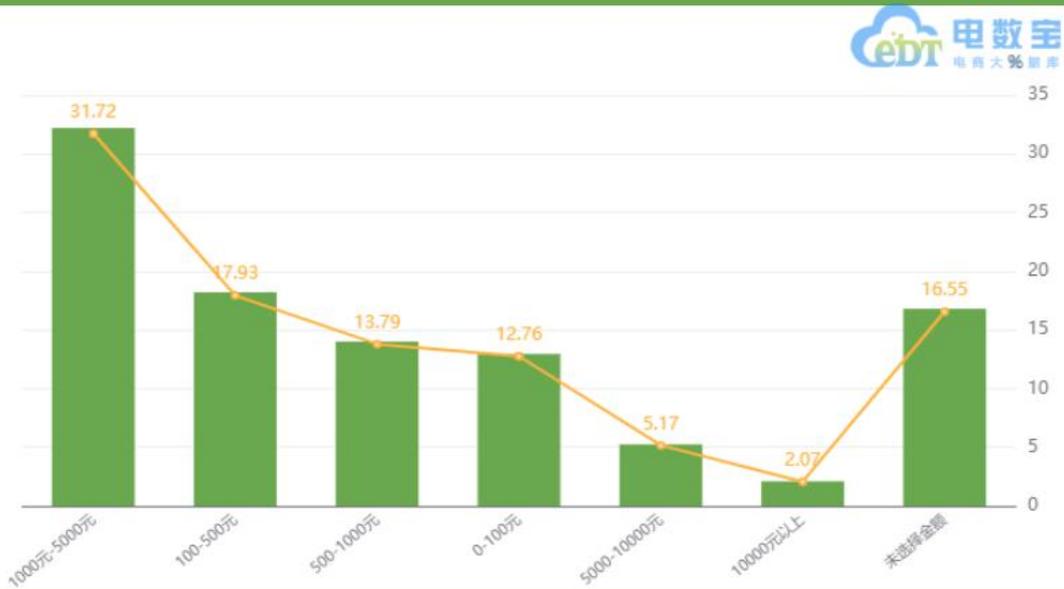
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

（四）投诉金额区间分布

据“电诉宝”显示，2024年Q1用户投诉金额分布主要集中在1000-5000元以上（31.72%）、100-500元（17.93%）、0-100元（12.76%）、5000-10000元（5.17%）、10000元以上（2.07%）、未选择金额（16.55%）。

2024年Q1数字生活投诉金额占比图



图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

三、评级数据与典型案例

（一）2024年Q1“Boss直聘”获“建议下单”

2024年Q1“Boss直聘”涉嫌存在霸王条款、其他、客服问题、网络欺诈、售后服务、商品质量、虚假促销等问题；用户投诉金额主要在0-100元、100-500元、1000-5000元、500-1000元、未选择金额等区间；其中，男性用户占比71.43%，女性用户占比28.57%。



【案例一】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。

【案例二】店大欺客？用户投诉“BOSS 直聘”恶意封号 拒不提供相关证据

2月3日，浙江省的周女士向“电诉宝”投诉称 BOSS 直聘店大欺客、恶意封号，拒不提供相关证据。周女士称自己于去年 2023 年 7 月封号，打了客服电话，申诉几次都解封不了，至今不说明具体原因，也不给予解决途径，搞得自己找不

了工作。

周女士表示难道微信被封，终身不能使用微信吗？并且内部客服态度敷衍，高高在上，自己都表达了是自己找工作用的，依旧不予理睬不给解决，告知自己的账号不支持使用。

（二）2024 年 Q1 “智行” 获 “建议下单”

2024 年 Q1 “智行” 涉嫌存在其他、订单问题、退换货难、退款问题、客服问题、网络欺诈、退店保证金不退还、高额退票费等问题；用户投诉金额主要在 100-500 元、500-1000 元、0-100 元、1000-5000 元、未选择金额等区间；其中，女性用户投诉占比 58.33%，男性用户占比 41.67%。



【案例一】“智行”现“乌龙”事件 航班明明未取消 app 却显示已取消

3月14日，山东省的郭女士向“电诉宝”反映称其在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，智行 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。

郭女士表示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，下飞机之后有两个航班的行李在出口，不知道去哪个口拿，找了半天才找到。向智行的工作人员投诉告诉没有买理赔无法赔偿，一直说他们的软件在参考携程。

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：已联系旅客沟通平台展示的改签后的原航班取消，无法展示登机口，如旅客不乘坐保护后的航班可非自愿退改，旅客已乘坐航班表示找不到行李，可以问机场工作人员，如在机场行李丢失平台可帮其联系航司反馈寻找，旅客不满我司没有给其展示登机口和拿行李额的柜台，我司无责无补偿，旅客知晓。

【案例二】“智行”被指捆绑销售“出行宝”难退 用户呼吁取消强制搭售

2月23日，海南省的江女士向“电诉宝”投诉称其于24年1月5日和1月10日，在智行分别一共买了五张机票，购买时网页每张加了42元钱的出行宝，1月5号第一次购买时没发现，1月10号第二次购买时发现，但无法取消，当时看到有说明说，如果未使用可以退，但现在根本退不了。

江女士希望有关部门介入或者是购买的时候可以任选，或者是可以及时的退，但是现在是没法选，退也找不到地方可退，他们之前的描述是不符的。所以希望有关单位介入一下，最好能够取消这样的捆绑式的销售。

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：关于您反馈的问题，我们已为您记录反馈，后续待主管核实后会与您取得联系的，还请耐心等待一下，谢谢。

（三）2024年Q1“去哪儿”获“建议下单”

2024年Q1“去哪儿”涉嫌存在退款问题、霸王条款、网络欺诈、高额退票费、售后服务、网络售假、虚假促销、订单问题、货不对板、退换货难等问题；用户投诉金额主要在1000-5000元、100-500元、500-1000元、5000-10000元、0-100元、10000元以上、未选择金额等区间；其中，男性用户投诉占比25.00%，女性用户投诉占比75.00%。



【案例一】用户投诉“去哪儿”蓄意拦截失败导致高额退票费

3月27日，岳女士向“电诉宝”投诉称其于2024年3月27日预定从悉尼金斯福德机场飞往成都天府机场的航班，岳女士称自己原选择了4月29日的航班，但是由于去哪儿在自己原定航班下提供了4月30日更便宜的航班，自己误点导致误购，在付完款之后一分钟内发现了时间不对，立刻提起拦截出票，五分钟后拦截失败，出票成功。

岳女士表示自己退票就必须承担近800元的费用。去哪儿和川航不断让自己去找对方解决问题，始终没有一个令人满意的解决方案，岳女士希望全额退票。

接到该用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台，去哪儿工作人员向“电诉宝”发来反馈称：消费者反馈未出票拦截失败，要求全额退款。经核实：因机票出票过程需多方合作操作，拦截上存在一定概率问题。机票状态已出票完成，目前核实机票不予退票，联系消费者沟通无法全额退款，消费者不认可，协商失败

【案例二】酒店未入住不能取消？“去哪儿”被指霸王条款 回应：已协商

3月26日，李先生向“电诉宝”投诉称其于2024年3月13日在“去哪儿”平台预定2024年3月28日至4月5日莫斯科的培晶酒店，共计8晚，并付款3969

元。但是3月24日莫斯科发生意外，死亡140名人员，航空公司的航班取消，莫斯科也比较危险，自己于3月25日申请取消预订的酒店，但是去哪儿不同意取消预订，取消订单要扣全款。

李先生认为酒店预定并非实质性物品交易，提前申请取消没有对酒店造成损失，酒店依旧可以继续销售，所以取消扣全款是不合理条约。且根据《中华人民共和国消费者权益保护法》的规定，消费者有权要求退还已支付的款项，除非双方有其他约定。如果酒店单方面规定“一经预订，不予退款”或“不得取消”，这种条款通常被视为霸王条款，是违法的。现申请取消预订酒店，并且退全款。

接到该用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台，去哪儿工作人员向“电诉宝”发来反馈称：经核实，消费者反馈因为莫斯科恐怖袭击事件，要求免费取消，平台联系商家同意取消，退款3969元1-7个工作日内原路返回，消费者认可，和解成功。

（四）2024年Q1“万师傅”获“谨慎下单”

2024年Q1“万师傅”涉嫌存在恶意罚款、其他、霸王条款、冻结商家资金、发票问题、售后服务、商品质量、退款问题等问题；用户投诉金额主要在100-500元、1000-5000元、0-100元、500-1000元、未选择金额等区间；其中，男性用户投诉占比83.33%，女性用户投诉占比16.67%。



【案例一】“万师傅”被指不给开具发票 各种理由推辞 退款难

3月30日，浙江省的秦先生向“电诉宝”反映称其于2023年12月31号下单做漏水检测维修，过来几个人，随便试试，就要1500元，还不给发票，自己要求开票还被告知普通发票要7个税点。

秦先生表示因为没有维修好，自己对于服务不满意要求退款，但是一直不给退，各种理由推辞，多次提供证据都说不合格，一直在牵扯这事，协商3个月只退回400元。发票一直不给开具。

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，“万师傅”工作人员发来回复称：卫生间防水维修，用户反馈不满订单费用处理要求退款。经平台介入核实，因用户无具体凭证证实师傅检测不对，故告知无法退款费用，考虑用户体验此前已申请补偿400元现金，经平台沟通协调，可再特殊申请100元现金券补偿，用户不认可，非常抱歉无法协商达成一致。

【案例二】霸王条款？“万师傅”疑似存在霸王条款偏向另一方

3月22日，江苏省的张先生向“电诉宝”投诉称其于3月17日在万师傅平台接了个单安装水池柜，现客服人员告知自己弄坏了客户的柜子要罚款。

张先生称自己连申辩的权利都没有，如果是自己弄坏的，那他们需要举证没有证据，如果卖方一投诉就对自己处理，那么“万师傅”是否存在霸王条款。3月22日又打来电话要自己赔偿100元，问题是签收都好好的，自己没有理由赔偿，又不是自己弄坏的。

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，“万师傅”工作人员发来回复称：卫浴|安装-卫浴家具-浴室柜+镜柜组合*1套，师傅不满赔偿方案。经平台核实，因师傅问题导致商品损坏，故需承担相应损失，多次解释师傅未认可到自身问题，非常抱歉无法协商达成一致。

（五）2024年Q1“美团”获“谨慎下单”

2024年Q1“美团”涉嫌存在订单问题、网络欺诈、退款问题、霸王条款、商品质量、其他、发货问题、客服问题、物流问题、货不对板等问题；用户投诉

金额主要在 0-100 元、100-500 元、500-1000 元、1000-5000 元、未选择金额等区间；其中，男性用户投诉占比 61.77%，女性用户投诉占比 38.23%。



【案例一】用户投诉“美团外卖”商品货不对板 商家拒绝退款

3月19日，胡女士向“电诉宝”其于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后无赠品，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，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，胡女士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。

接到该用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台，“美团外卖”工作人员向“电诉宝”发来反馈称：我司于2024-03-22与消费者取得联系，对于消费者反馈订单问题，已与消费者沟通协商方案，商户退货退款并补偿100元，平台为消费者申请50元充值卡。消费者不认可此事。

【案例二】骑手偷偷取消配送？用户反映“美团外卖”疑似配送服务欺诈

2月8日，陕西省的程女士向“电诉宝”投诉称其于2月7日在美团外卖平台中的商家购买了一份晚餐，下单后没多久商家和平台专送骑手接单了，但骑手一直不取餐配送，直到超时。程女士表示自己询问商家和平台原因是什么时，商家告知备餐早就好了，一直等到24点，美团平台给美团专送人员打电话也打不通。

2月8日早上程女士发现骑手偷偷取消了配送，订单还是显示未完成，直到反馈到贵平台，美团平台也没有解决这个事情，反而是自动完成了订单！程女士认为这是美团配送服务的问题，就是服务消费欺诈。

接到该用户投诉后，我们第一时间将投诉案件移交该平台，“美团外卖”工作人员向“电诉宝”发来反馈称：我司于2024-02-27与消费者取得联系，对于消费者反馈订单问题，已与消费者沟通协商方案，平台已为消费者退款+申请50元充值卡，无其他补偿。消费者不认可此事。

（六）2024年Q1“飞猪”获“不建议下单”

2024年Q1“飞猪”涉嫌存在退款问题、售后服务、网络欺诈、霸王条款、高额退票费、发票问题、订单问题、退换货难、商品质量、货不对版等问题；用户投诉金额主要在1000-5000元、500-1000元、100-500元、5000-10000元、10000元以上、0-100元、未选择金额等区间；其中，男性用户投诉占比74.32%，女性用户投诉占比25.68%。



【案例一】“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。

【案例二】未使用权益为何不能退款？消费者投诉“飞猪”霸王条款不合理

2月27日，辽宁省李女士向“电诉宝”投诉称其于2024年2月21号在淘宝下单了购买香港迪士尼乐园门票共计22张，店铺名称广州乐派网旅行社有限公司。隔天李女士去找客服处理退款问题，客服不给退款。找到淘宝投诉小二，被告知是飞猪平台的，让她找飞猪平台。

李女士找了飞猪平台客服也是说不给退款，而且打了飞猪平台客服电话也告诉打多少次都是一样的，不会退款。现在李女士需要维权，退费。李女士表示自己没有出行，也没有使用，为什么不给退款？这属于霸王条款，根本不合理。

（七）2024 年 Q1 “大麦网” 获 “不予评级”

2024 年 Q1 “大麦网” 涉嫌存在退款问题、退换货难、霸王条款等问题；用户投诉金额主要在 1000-5000 元、100-500 元、500-1000 元等区间；其中，男性用户投诉占比 42.86%，女性用户投诉占比 57.14%。



【案例一】“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。

【案例二】孩子生病无法前往“大麦网”被霸王条款拒绝退款

2月18日，山东省的陈女士向“电诉宝”投诉称其于2024年2月4日在大麦网平台上购买了6张2024年2月14日的亲子魔术票，在2024年2月12日发现家里孩子生病了，和大麦网客服沟通，大麦网要求上传病例证明，第二天也就是2024年2月13日带孩子去上海第四人民医院看病，也开了病假单以及病例证明，挂号单等。

陈女士称，根据当时大麦网客服的要求上传了这些医院开具的证明，结果到晚上大麦网短信回复说不给退票，理由牵强，说是“演出票为有价观演凭证，非普通商品，其背后承载的是文化服务并具有时效性、稀缺性等特征，此订单不支持退换；”，陈女士表示这完全属于霸王条款，自己所提供的材料真实有效，没办法才提交的退票，过年期间没人愿意生病的。一共买了6张。需要退4张。又不是全退。也在尽力减少损失。

（八）2024年Q1“走着瞧旅行”获“不建议下单”

2024年Q1“走着瞧旅行”涉嫌存在**退款问题**、**霸王条款**等问题；用户投诉金额主要在1000-5000元、5000-10000元、未选择金额等区间；其中，男性用户投诉占比6.67%，女性用户投诉占比93.33%。



【案例一】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。

【案例二】用户与“走着瞧旅行”沟通退款退票 长时间仍未明确处理方案

2月4日，河北省田先生向“电诉宝”投诉称其于2019年购买了走着瞧旅行社的云南游两张团票，每张票价599元。当时孩子上初中时间上比较宽裕，想陪孩子出去看看祖国的大好河山。后来疫情爆发了就没去成，再加上孩子现在都高中生，学习紧张更是没时间出去旅行了。

田先生好几次和走着瞧旅行社的客服沟通退款退票一事，要么就是说扣除百分之六十的违约金（订购该旅行套票的时候，从来没有人告知有此项违约责任），要么就是让等售后主动联系处理，但到现在都没有明确处理方案。田先生的诉求是全额退款，违约金最多扣百分之十能接受。

（九）2024年Q1“联联周边游”获“不建议下单”

2024年Q1“联联周边游”涉嫌存在退款问题、霸王条款、售后服务、商品质量、订单问题等问题；用户投诉金额主要在100-500元、0-100元、未选择金额等区间；其中，男性用户投诉占比16.67%，女性用户投诉占比83.33%。



【案例一】用户投诉“联联周边游”挂羊头卖狗肉 宣传与实际不符

3月16日，四川省明先生向“电诉宝”投诉称其于2024年3月16日联联周边游成都购买古尔沟华美达套餐明先生表示，在购买时，他主要被宣传中几百页大篇幅的华美达酒店内容所吸引，然而，对于套餐中另一个酒店的介绍却仅仅只有短短几页，且并未明确标注两个酒店的具体信息，如酒店距离温泉的距离等。

经过进一步的调查，明先生发现网上对联联周边游的投诉和负面评价并不少。他认为，这样的企业行为已经涉嫌欺骗消费者，损害了消费者的合法权益。特别令明先生难以接受的是，他购买的套餐明明是以华美达酒店为主要宣传点，但实际上却包含了其他酒店。这种“挂羊头卖狗肉”的行为让明先生感到十分愤怒。

在尝试联系酒店方后，明先生得知酒店方是同意退款的，但退款金额却仅为271元，远低于他最初支付的399元。这样的退款政策让明先生感到十分不公平，他认为自己作为消费者应该享有全额退款的权利。

【案例二】“联联周边游”被没有消费退款遭拒 欺诈消费者

3月1日，广东省的林女士向“电诉宝”投诉称其于2023年5月份在联联周边游平台下单了博士眼镜后，由于个人原因忘记去消费。而在最近的一次购物中，也就是2月29日晚上，她购买口红后查看订单，才发现之前的眼镜订单仍未消费。林女士随后尝试联系联联周边游的客服，希望能得到退款处理，但遭到了拒绝。

林女士对此表示强烈不满，她认为其他平台在类似情况下都会自动退款，而联联周边游却采取这样的“霸王条款”来扣留消费者的钱款，这显然是不合理和不公平的。她呼吁联联周边游能够审视并改进其退款政策，退还她的辛苦钱。

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*	<input type="text" value="姓名"/>	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。



(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。

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 Q1 中国数字生活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5月15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)

