

2020年7月

中国电子商务用户体验与投诉监测报告

数据来源： 电数宝
电商大数据库

案例来源： 电诉宝

发布时间：2020年8月5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、消费评级榜.....	3
二、投诉数据.....	5
(一) 投诉地区分布.....	5
(二) 投诉领域分布.....	5
(三) 投诉性别及金额分布.....	6
(四) 投诉问题类型分布.....	8
三、典型案例.....	8
(一) 零售电商.....	8
(二) 生活服务电商.....	14
四、关于我们.....	19
(一) 关于电诉宝.....	19
(二) 关于网经社.....	21
(三) 报告发布计划.....	23

一、消费评级榜

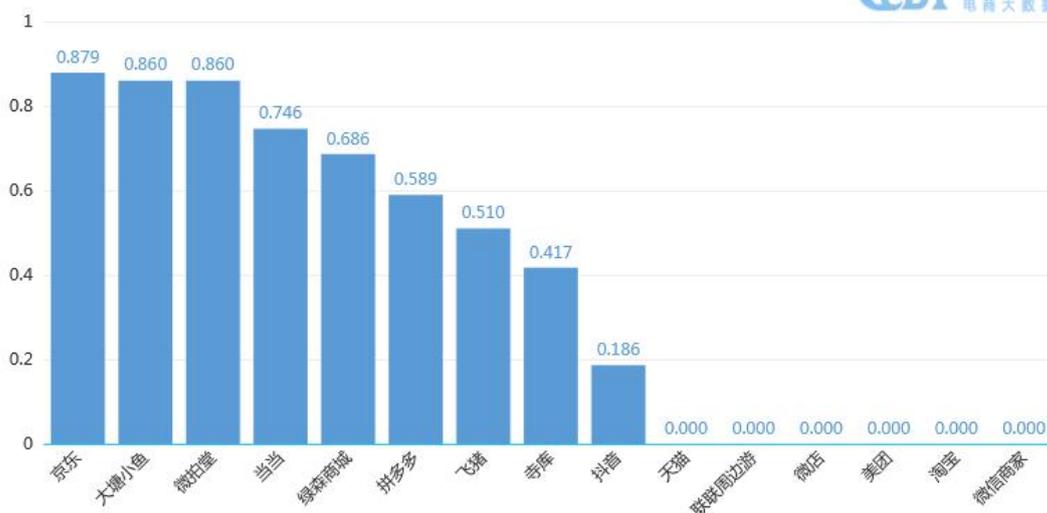
2020年“315”晚会于7月16日晚8点在央视财经频道播出，引发关注。虽受疫情影响延期4个月时间，但初心依旧。晚会主题定为“凝聚力量、共筑美好”，晚会中曝光九大热点消费问题，涉及互联网公司的问题有嗨学网退费难、趣头条虚假促销、手机软件插件盗取信息。

8月5日，网经社电子商务研究中心发布《2020年7月中国电子商务用户体验与投诉监测报告》，榜单涉及了综合零售电商、进口跨境电商、直播电商、生活服务电商、OTA、在线教育等领域。报告公布了《2020年7月全国电子商务TOP15消费评级榜》，7月消费投诉数据及35家电商典型案例。

据悉，该榜单依据国内电商专业消费调解平台“电诉宝”7月份受理的全国121家电商真实海量用户投诉案例大数据所得，依据反馈率、反馈时效、满意度多项指标，由系统建模、自动评估、公开披露，其数据评级完全由平台智能化生成。详见“电数宝”（DATA.100EC.CN）。

2020年7月全国电子商务消费评级指数对比

综合指数



图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

其中，排在1-3名的电商平台获得“建议下单”评级，依次为：京东（综合指数：0.879）、大塘小鱼（综合指数：0.860）、微拍堂（综合指数：0.860）。

排在第4-8名的电商平台获得“谨慎下单”评级，依次为：当当（综合指数：0.746）、绿森商城（综合指数：0.686）、拼多多（综合指数：0.589）、飞猪（综合指数：0.510）、寺库（综合指数：0.417）。

2020年7月全国电子商务TOP15消费评级榜						
排名	平台名称	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
1	京东	100.00%	1.000	3.111	0.879	建议下单
2	大塘小鱼	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
2	微拍堂	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
4	当当	85.71%	0.857	2.000	0.746	谨慎下单
5	绿森商城	85.71%	0.857	0.000	0.686	谨慎下单
6	拼多多	65.22%	0.662	2.000	0.589	谨慎下单
7	飞猪	75.00%	0.450	0.000	0.510	谨慎下单
8	寺库	42.86%	0.143	8.000	0.417	谨慎下单
9	抖音	30.00%	0.120	0.000	0.186	不建议下单
10	天猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
10	联联周边游	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
10	微店	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
10	美团	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
10	其他	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
10	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
10	微信商家	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

备注：

- 综合指数=平台回复率*0.5+回复时效性*0.3+用户满意度/10*0.2。
 - 平台回复率：平台移交给被投诉电商用户投诉，被投诉电商的有效回复率。
 - 回复时效性：平台回复时间小于72小时为1.0，回复时间大于72小时且小于120小时为0.6，回复时间大于120小时为0。
 - 用户满意度：10分满分制，数据只截取已评分的用户投诉，未评分的用户投诉将不纳入满意度数据基数的统计。
- 评级划分由综合指数高低决定，不建议下单∈[0,0.4)，谨慎下单∈[0.4,0.75)，建议下单∈[0.75,1.0]。
- 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电商平台上述行为，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（电子商务消费纠纷调解平台）数据来源：WWW.100EC.CN

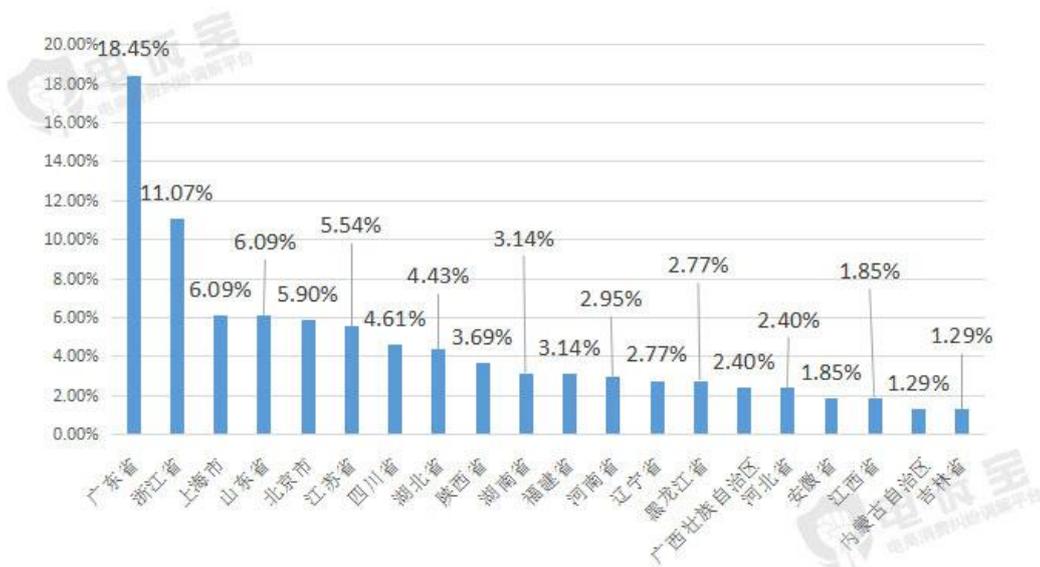
排在9-15名的电商平台获得“不建议下单”评级，依次为：抖音（综合指数：0.186）、天猫（综合指数：0.000）、联联周边游（综合指数：0.073）、微店（综合指数：0.000）、美团（综合指数：0.000）、淘宝（综合指数：0.000）、微信商家（综合指数：0.000）。

二、投诉数据

(一) 投诉地区分布

据“电诉宝”显示，2020年7月全国网购投诉用户主要集中地排名前十的依次为广东省、浙江省、上海市、山东省、北京市、江苏省、四川省、湖北省、陕西省、湖南省。

2020年7月全国电子商务投诉地区TOP20分布



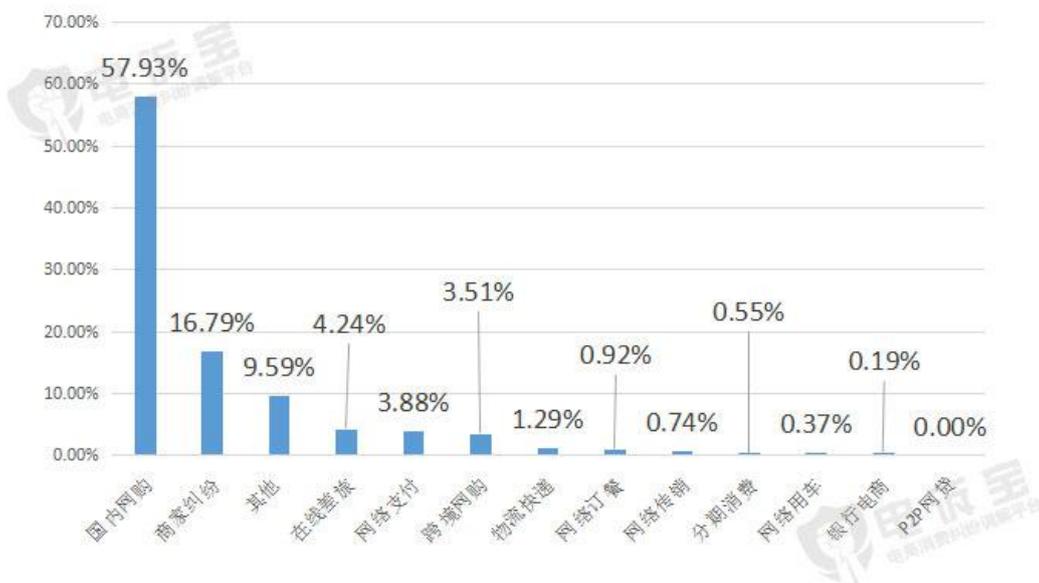
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

(二) 投诉领域分布

据“电诉宝”显示，2020年7月全国网购用户投诉领域集中在国内网购、商家纠纷、在线差旅、网络支付、跨境网购、物流快递、网络订单、网络传销、分期电商、网络用车、银行电商、P2P网贷。环比6月用户投诉分布，在线差旅领域居用户投诉第三问题，取代了跨境网购。国内网购、商家纠纷仍是用户投诉前二领域。

2020年7月全国电子商务投诉领域分布



图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

（三）投诉性别及金额分布

据“电诉宝”显示，2020年7月全国网购男性占比为47.97%，女性占比为52.03%。另外，消费金额主要在100-500元区间、1000-5000元区、0-100元区间，占比分别为24.91%、21.96%、19.56%。相比于6月用户投诉金额显示，100-500元区间成了用户投诉的集中区域。

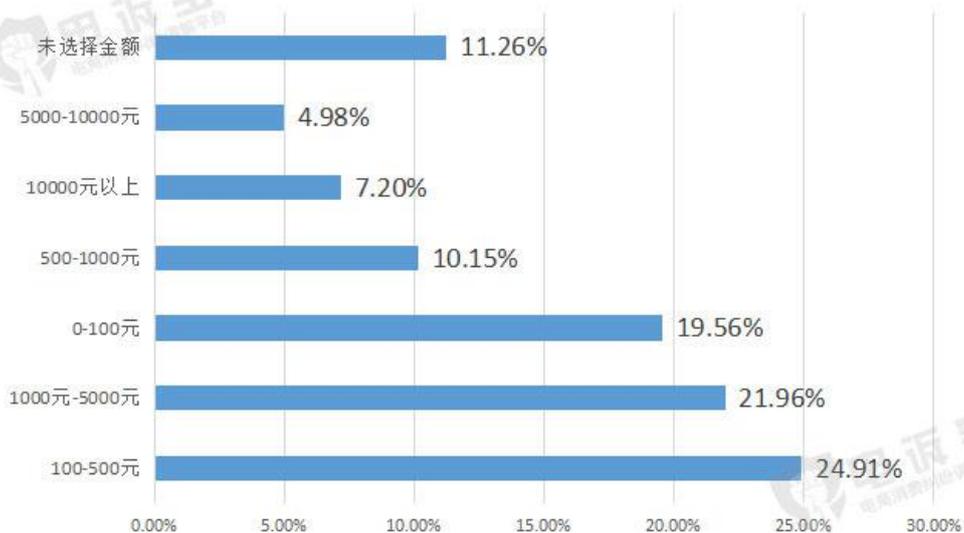
2020年7月全国电子商务投诉用户性别分布



图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

2020年7月全国电子商务投诉金额分布



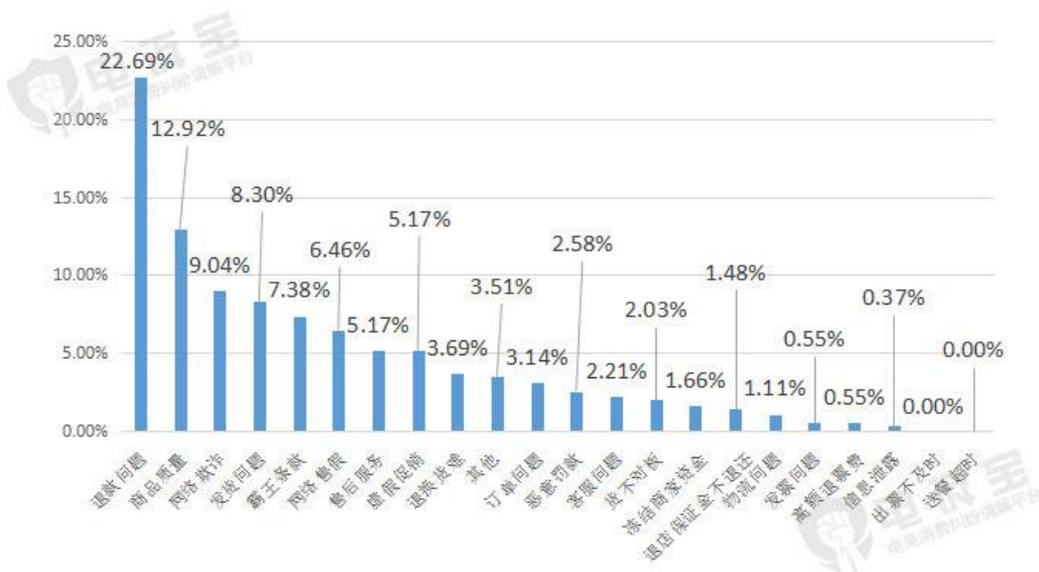
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

（四）投诉问题类型分布

据“电诉宝”显示，7月全国网购用户投诉问题类型排名前十的依次为：退款问题、商品质量、网络欺诈、发货问题、霸王条款、网络售假、售后服务、虚假促销、退换货难、订单问题。

2020年7月全国电子商务投诉问题类型分布



图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

三、典型案例

（一）零售电商

【案例一】“卷皮网”售卖品牌鞋子 质量遭消费者质疑

7月1日，“电诉宝”接到山西省的高女士投诉称，她于3月23日在武汉奇米网络科技有限公司旗下“卷皮网”平台（风驰体育专营店）购买耐克跑鞋，收到货后出现开胶、漏气的问题，当联系店家的时候不告知不予受理，属于钉子扎拉，高女士咨询耐克官网却告知是如果有质量问题，3月包换1年保修。高女士表示鞋子只穿了10次，是因为开胶导致的漏气并怀疑是假冒伪劣产品。

【案例二】阿里战略投资企业“好食期”商品质量问题引纠纷 平台已反馈并处理

7月7日，“电诉宝”接到江苏省的任女士投诉称她于2020年6月25日在上海多维度网络科技股份有限公司旗下“好食期”电商平台(伊彬食品专营店)购买蒙牛纯牛奶 200ml*24盒整箱，现发现了严重的食品安全问题，牛奶中发现了很多类似于蛆虫的活虫及虫卵，家中孩子在不知情的情况下已喝下10瓶，经与好食期平台客服沟通，客服和商家均认为这是物流过程中造成的与他们本身无关，仅愿意做退款处理。任女士认为无论是物流过程中出现的问题，还是说发货前就已经有虫卵，这都应该是平台和商家的责任。对此，“好食期”发来反馈称关于用户反馈的问题在措辞上存在主观夸大成分，同时也不存在蛆虫之说，与实际情况不符合，我们也具体沟通用户，也收集了用户反馈的实拍图片，主要问题是：牛奶外箱在快递途中破损，造成一些外包装有些许污渍，清洗即可，不存食品安全问题，与事实不符。已和用户沟通处理好。电诉宝工作人员多次联系用户核实均被挂断。

【案例三】“E宠商城”商品产地不符质量遭质疑 售后产品却被下架

7月7日，“电诉宝”接到甘肃省焦女士投诉称她于2020年6月28日在重庆易宠科技有限公司旗下“E宠商城”购买猫咪美国卡比主食罐头，到货后发现配料表成分不符合aaFCO动物主粮罐头的标准，罐头上没有AAFCO的图标等，联系客服赔偿遭拒并告知联系生产商是符合美国主粮罐头的标准。出售界面显示是美国卡比罐头生产地是泰国，而罐头上确写的是山东烟台市的。6月29日猫咪吃了连续呕吐后停止了使用。之后却发现“E宠商城”下架了这款产品。

【案例四】“闲鱼”商品质量存忧 仲裁引不满客服推诿

7月8日，“电诉宝”接到吉林省的孙先生在淘宝(中国)软件有限公司旗下“闲鱼”二手平台下单购买10部小米3手机，到货以后发现有质量问题，手机出现机器卡顿、触屏失灵，于是退款却被卖家拒绝，联系闲鱼仲裁，按照要求上传问题机器视频后并且联系客服确认，但之后收到闲鱼短信告知因没上传视频所以维权失败。孙先生表示道钱已付款给卖家却被卖家拉黑，闲鱼客服也是推诿不予处理。

【案例五】“好乐买”发货过程疑藏“猫腻”售后延期1年未处理

7月9日，“电诉宝”接辽宁省的丁女士于2019年7月28日在天津好乐买信息技术有限公司旗下“好乐买”下单购买一套男式儿童套装，下单后遇到商家不发货，咨询客服被告知商品有瑕疵所以不发货。当要求给图片产看时却被告知已被他人购买，需等待他人退货再

给发货，之后又变成了调货，让丁女士耐心等待，一年过后仍未发货且无人联系。

【案例六】“微拍堂”被质疑售假 商家退款不解释引不满

7月9日，“电诉宝”接到四川省的荣先生投诉称于2020年6月27日22点在杭州微拍堂文化创意有限公司旗下“微拍堂”平台一个名为“琳儿优优”的店铺里面拍了一款“轩尼诗X0干邑白兰地”700毫升的洋酒。7月1日收到货品并找专卖店验货，专卖店反馈这个酒存在严重明显的造假问题。首先所有包装盒都会印有厂家防伪镭射标等等防伪标识，但在微拍堂购买的商品防伪镭射标都没有，当天还同时购买了其另外两瓶马爹利蓝带洋酒，共计3瓶洋酒，金额超过1600元，三瓶酒均为一半防伪镭射标，最终也被确认为真瓶回收瓶假酒。因为正品的防伪镭射标是瓶帽与瓶身各一半，这也是鉴定是否为伪劣假冒洋酒的最简单最基本的检验。为此让商家给一个合理的解释，商家只让我退款，并未做出任何解释。对此，“微拍堂”反馈称核实您反馈质疑拍品但凭据不足，订单目前可支持退货退款运费商家承担，退货时效期内可支持您的退货诉求，如超时退货入口关闭将无法协助退货。关于您所提及的三倍赔偿诉求，平台已联系商家协商，很抱歉无法与您的诉求达成一致。

【案例七】“绿森商城”发货时效不靠谱遭吐槽 被质疑“集资圈钱”

7月12日，“电诉宝”接到广东省的余先生投诉称他于7月5日在浙江绿森信息科技有限公司旗下“绿森数码商城”极速版购买一部白色苹果11手机128g，价格为4829元。下单后商家说最迟7月12日发货，但到了12日也迟迟不发货。余先生售后遇客服散漫处理，机械式回复，每次告知都是催促处理，却没有实际的行动。余先生怀疑商家拿了消费者的钱进行非法集资圈钱行为，已向微博黑猫和12315部门投诉该事件。对此，“绿森商城”反馈：经核实订单已安排发货完成。

【案例八】“小米有品”众筹商品发货期限达90天 到期却被告知退款

7月13日，“电诉宝”接到北京市的黄先生投诉称他于2月4日在有品信息科技有限公司旗下“小米有品”平台众筹板块购买smartknow智能杀菌洗漱套装，当时提示众筹成功等待3月发货，从3月开始陆续接到小米的提示被告知因疫情影响，要延期发货，最晚到6月份。黄先生表示他选择接受后直到6月23日，小米平台突然联系告知因商品无法生产要退款，在他不接受的情况下强行取消订单，对此，引起黄先生的不满，认为从消费者角度，众筹成功代表双方买卖合同形成应得到产品，如果平台不能交付，在众筹结束时就应取消这

个合同，并且平台上有不少用户已经收到商品。对此，“小米有品”反馈称：因疫情扩散导致其供应链生产的复工复产遇到巨大困难。有品和商家一起尽最大努力协调资源尝试恢复生产供应，但仍然无法顺利完成，所以众筹失败，为了表达我们由衷的歉意和对您的感谢，我们之前已经补偿您 20 元优惠券，这次会再次补偿您 10 元优惠券。

【案例九】“微店”售卖课程考试挂靠引疑 联系卖家退款遭拒

7月27日，“电诉宝”接到江苏省的韦女士投诉称于2020年07月22日在北京口袋时尚科技有限公司旗下“微店”象形华文购买商品【定金】和vip就业班【全款】商品一共3980元；出现了店家以个人原因拒绝退款。韦女士表示她购买的是健康管理师培训课程，因为网店售卖形式怀疑其真实性，客服解释钱都是在第三方平台上交易的是有保障的，于是便下单。后来经沟通，怀疑该公司存在诱导相信考证挂靠，于是在7月23日申请退款，卖家不愿意遵守合同，以各种理由拒绝退款，以韦女士的个人原因拒绝退款。

【案例十】“中粮我买网”预存款无法使用 商品到货因时效退货遭拒

7月11日，北京市的孟先生在中粮海优（北京）有限公司旗下“中粮我买网”绑定了充值卡，在预存款余额充足的情况下账户却无法支付使用，付款显示当前账号存在风险或不符合规则，向网站客服反映多次均未予以解决。2020年7月10日购买3单食品，误操作微信付款，申请退款改从预存款支付不予解决，同客服反映，对方一直推脱不予解决。后申请退货，软件显示已拣货打包，不允许退货，同客服反映也不予解决致使现在已收到货物，夏季东西易坏，已无法退货。

【案例十一】“国美”被指虚假活动引注册 APP 下单遇“砍单”售后难

湖南省的王先生于2020年7月18日通过新人活动优惠券41-40在国美在线电子商务有限公司旗下“国美”app购买价值62.9人民币的商品，国美在未通知王先生的情况下强行退单，款项也推迟近一天时间才退回，优惠券虽然也退回，但无可用商品可供购买，王先生怀疑国美平台在骗取注册量，发起活动却不履行义务。广西壮族自治区的黄先生也表示他于2020年7月17日获悉“国美”app通过新人可以领取满41元减免40元的优惠券，于是下载国美app并领券下单，可是过了不久国美就强制给退款，联系人工客服，可是客服不說話，不回复。

【案例十二】“蘑菇街”被指恶意罚款 售后消费者左右为难

7月16日，广东省的李女士于2020年05月13日入驻杭州卷瓜网络有限公司旗下“蘑菇街”平台，平台以质检为由6月19日在小店购买了一件衬衫，李女士店铺20日点击发货，物流21日揽件-23日快递签收，6月30日却收到处罚通知此订单抽检严重不合格罚款2000元，理由是收到的是一只冬天用的手套。李女士表示据蘑菇街平台提供的手套图片疑是被用过了，但她的小店未曾售卖过手套产品，对此提出了异议，同时第三方物流协助提供了图片，明显跟蘑菇街平台收到的图片不一样。当要求平台提供开箱视频却被拒，反要求让第三方物流提供盖物流公章的证明，联系物流同被拒。对此，“蘑菇街”发来反馈称：已再次核实抽检视频及抽检情况，目前李女士的此单抽检流程无误，视频显示商品拆包确实是一只手套。

【案例十三】“i百联”精华露被指质量问题 验货后仅告知退货引不满

7月25日，“电诉宝”接到浙江省的范女士投诉称她于7月4日在百联集团有限公司旗下“i百联”平台百联海外专营-BLC店购买SK2肌因光蕴环采精华露小灯泡50ml，出现了品质问题，使用过程中味道以及包装不对，使用后脸上爆豆。范女士表示，经过几轮交涉后平台给的回复是商家手续齐全，无法退款，让范女士去专柜验货，经核实建议她去退货退款。对此，“i百联”发来反馈称已在跟进核实中。

【案例十四】“未来集市”店铺保证金难退引纠纷 因“莫须有”订单难退款

7月21日，“电诉宝”接到北京市的杨先生投诉称他于2019年6月入驻广州未来集市网络科技有限公司旗下“未来集市”至2020年4月退店，集市方面承诺3个月退还保证金，但是当退保证金的时候集市对账人员却发来表格记录这杨先生并不知情的订单售后，需补给集市4000多元货款，否则不退保证金。杨先生表示表格内售后并非他们处理，于是向对账人员要处理记录被推脱告知时间太久都已经找不到了，且其中一些订单号没有物流信息，现联系却无人受理。

【案例十五】“当当”预售商品发货难 售后频拖延引不满

湖南省的罗先生于7月1日在北京当当网信息技术有限公司旗下“当当”购买两本《坏小孩》书籍，当初页面显示预售商品出库时间为7月11日23:00分，预计7月14日到货，7月16日仍未到货，联系客服被告知在7月18日到货，7月18日仍未到货，联系客服则再次被拖延至7月底发货。罗先生表示因无故拖延发货，导致礼物没有到货，影响了他的正常

消费。对此，“当当”反馈称此单已为其发货，建议等待签收。

【案例十六】“抖音”商家直播被指售假 品牌手表不能享官方保修

湖北省的应女士、江苏省的夏先生投诉称于 2020 年 7 月 17 日在北京微播视界科技有限公司旗下“抖音”APP 电商小店【静姐传媒小店】购买了阿玛尼手表一块。由于手表是知名主播【爆笑三江锅】推荐直播销售，原价 3999 与 4250 手表在直播专场只需 780 和 980，并在直播中承诺假一赔万 支持阿玛尼品牌售后。7 月 23 日，收到手表后做了手表防伪验证，但并不能在阿玛尼官方指定微信小程序中验证。查看了商品的保修卡是一个宝得利品牌保修卡，联系客服被告知几百元不享受官方验证和保修，联系了抖音官方一直没有回应和处理问题。

【案例十七】“快手”商家售出商品“锦上添花” 退货“运费”引纠纷

7 月 14 日，“电诉宝”接到河北省的高女士投诉称她于 2020 年 7 月 18 日在北京快手科技有限公司旗下“快手”平台的一家名叫爱穿裙子的月月的直播间买了一件反季的羽绒服，到货后发现羽绒服的袖口有死蜘蛛粘在袖口的魔术贴上，然后我就跟客服联系，在没有商量好解决对策后要求退货，但是卖家一直不肯承担全部运费，还一直说有蜘蛛是正常现象。

【进口跨境电商】

【案例一】“寺库”活动商品质量问题只退不换遭吐槽 积分享用受限制

7 月 6 日，江苏省的严先生于 2020 年 6 月 10 日在北京寺库商贸有限公司旗下“寺库”平台以活动价购买 gucci rhyton 鞋一双，到货后出现商品质量问题，鞋是瑕疵品。售后联系客服但不认为是质量问题，且不支持换货，因是活动价格买的商品，只接受退货处理，且购物使用的积分须在退货完成后 7 日使用完，逾期作废。严先生表示商品以活动价格购买且积分是自己购物返的，所以不接受所提出的退货政策。

【案例二】“波罗蜜”商品物流不对称遭质疑 退货需赔付快递费

7 月 4 日下午，上海市的杨女士在舶乐蜜电子商务（上海）有限公司旗下“波罗蜜”手机 APP 购买雅丽格斯欢颜蜜粉饼 1 号色，花费 679 元，咨询客服告知是日本直邮。杨女士表示以往下单显示物流都是 EMS，以往发 EMS 过海关需要提交的个人信息页面的提示，但此次却未提示。经查询显示是中通，杨女士怀疑因物流不对称发货有假，联系客服却不给正面回

应当提出退货退款却被告知需赔付 50 元快递费。

【案例三】“洋码头”品牌手表被质疑造假 售后二次鉴定遭拒

7 月 14 日，“电诉宝”接到广西壮族自治区的黄女士于 2020 年 2 月 15 日在上海洋码头网络技术有限公司旗下“洋码头”大姐大首饰馆购买了一块阿玛尼手表，经洋码头平台鉴定显示为正品，结果后来发现该块手表是假货。黄女士表示手表造假明显，包括保质卡都是假的，联系洋码头和商家，商家拒绝其他平台的鉴定只接受洋码头鉴定。同时洋码头以时间超过售后的 15 天为由拒绝。

（二）生活服务电商

【案例一】“58 同城”发布信息被无故删除 冻结资金多次申诉无效

7 月 2 日，“电诉宝”接到湖南省的蒋先生投诉称他在北京五八信息技术有限公司旗下“58 同城”网上发布房源出租信息且一直正常发布。在 58 网上发信息需要支付 100 元每条的费用，信息删除会退回。2020 年 6 月 29 日，蒋先生突然同时收到短信提示信息被系统删除，100 元每条的费用全部暂时冻结，申诉无效，58 同城网不能提供任何证据直接证明违规，单方面冻结发布信息所收取的费用。

【案例二】“鲁班到家”未经核实扣除费用 售后反被账号封禁

7 月 4 日，“电诉宝”接到山东省的李先生投诉称萨科（深圳）科技有限公司旗下鲁班到家平台联合商家压榨安装师傅。据李先生描述在 2020 年 7 月 1 日，鲁班到家商家以买家对商家差评为由，扣除他安装费用。平台客服在不核实信息准确性的前提下，判处李先生退回安装费用，并扣除 4 分信用分，还缴纳了 200 元罚款，在联系客户为证明后才勉强恢复信用分，并归还 200 元罚款，但是安装费用被无理扣除。7 月 3 日，李先生的帐号突然被封禁，没有任何通知，也无任何理由，多次在线联系客服，至今无果。

【案例三】高考预订房间被“砍单” “美团”商家临时涨价售后不予解决

7 月 6 日，“电诉宝”接到黑龙江的艾先生投诉称因孩子 7 月 7 日高考，所以在考点附近通过北京三快在线科技有限公司旗下“美团”下单金凯瑞公寓租的临时休息房间，当 6 日下午入住时却被商家电话告知房间漏水无法入住，在没经过任何协商的情况商家私自取消订单耽误入住。当来到店家位查看漏水是否属实时发现房间价格上涨，跟美团客服说明情

况却遭到敷衍，告知补偿优惠券可以重新预定后一天的。

【在线教育】

【案例一】“嗨学网”促销报考“无资格”考试 售后退款遭客服拒绝

7月2日，“电诉宝”接到湖北省的杨先生于2020年6月18日在北京嗨学网教育科技有限公司旗下“嗨学网”销售违规促销行为下报名23802元的高端班，通过咖啡易融贷款21421元的分期总额，后发现并无报考资格且对方存在违规促销、承诺推荐挂靠、提供内部密卷、包过等违规行为，协商退款事宜，对方不予接受。同时发现所谓通过咖啡易融进行的分期存在本人事先并不知情的四方协议。

【案例二】“尚德机构”学费报价不一消费方式“花样多” 退款迟迟未到账

7月7日，“电诉宝”接到四川省的代先生投诉称他于6月14日购买北京尚德在线教育科技有限公司旗下尚德教育《汉语言文学专科》尚进关爱保障班，6月15日后协商于7月6日全额退款，但是从7月6日办理且审核完毕解除协议，到7月7日都未收到退款。质询当时的销售老师说是会原路退回，但是等到现在都没退款，下单时被告知使用花呗或者找父母和朋友借钱甚至于办网贷，学费报价不一。

【案例三】“学慧网”退费遇诱导附加消费 理赔受阻老师玩“失踪”

7月6日，“电诉宝”接到内蒙古自治区的封先生投诉称于6月12日报名北京学慧网络科技有限公司旗下“学慧网”，6月18日与学慧网老师沟通退费被拒。未超7天本来是可以退的，但是老师说现在无法退费，如果退费需要花费3404元升级白金无忧班，10—30天内百分之百可以理赔，最迟今天中午一点以前答复，过时无法申请。经过确认后花费3404元升级费用，7月3日与老师沟通退费理赔让打客服电话，与客服沟通后被告知无法理赔，不符合条件。再次联系老师被告知只负责售前不负责售后。通过邮件联系“学慧网”均被告知“您的反馈已提交，请耐心等待”。7月6日，“学慧网”回复说我不符合条件，售后也无法联系到老师。

【案例四】“赛优教育”放心购随时退诱导下单 售后遭老师屏蔽退费难

7月8日，浙江省的顾先生投诉称他于5月30日在网上浏览资格证培训课程时，弹出聊天框并发送联系电话，之后接到北京赛优教育科技有限公司旗下赛优客服电话告知是最

后一天报名机会了并告知是最后名额，添加微信后发给顾先生链接下单支付，告知是天猫平台有合同协议保障的，不需要 21 天内随时退，于是便下单。第二天联系天猫平台退款，商家也表示会帮忙对接售后，但对接的老师已将顾先生屏蔽，天猫告反馈不支持 7 天内退款同时会和商家联系处理，之后不了了之无人联系顾先生已过去一个月。

【案例五】“环球网校”不遵守七天无理由退货 退费遭客服拒绝

7 月 8 日，辽宁省的徐先生在北京环球兴学科技发展有限公司旗下“环球网校”APP 内购买一级建造师全程班市政实务课程，共计消费 476 元。根据互联网销售货物和服务等相关规定，网售商品和服务应享受 7 天无理由退货服务。徐先生表示因没有时间学习同时也未享受学习服务，于是在 7 月 10 日申请退货但被该 APP 客服拒绝退款。

【案例六】“大塘小鱼”课程质量遭吐槽 卡顿退出需获“补丁”

广东省的梁女士于 7 月 2 日在北京渔塘软件科技有限公司旗下“大塘小鱼”购买了语文牛娃全家桶大课，课程每天需要打卡，打卡的天数是 283 天。开始打卡已经发现前期的一个月，每 7 天一个广告讲座，广告也作为打卡的内容，完全与语文学习无关，而且打卡的时长和步骤繁复，要全程观看不能退出。在 7 月 15 日，当天打卡的广告讲座时长是 1 分 26 秒，也只能由家长代劳观看，观看讲座时候卡顿，当拉动进度条就自动退出，终于看到最后 7 分钟的时候，讲座卡顿，每 10 秒 10 秒就退出一次，根本没有办法完成打卡。当联系客服被自动推送到社群加入，因退出观看需要补打，补打的条件是推荐其他人成功购买课程才能完成漏打卡。对此，“大塘小鱼”发来反馈称：向用户做了解释说明并帮用户特殊申请操作退款处理。

【案例七】“帮考网”报名消防工程师课程 私教班“三包”引质疑

7 月 19 日，“电诉宝”接到广东省的谢先生投诉称他于 2020 年初在腾讯新闻网下的广告栏内看到关于消防工程师报考的相关宣传，后经重庆帮考教育科技有限公司旗下“帮考网”电销人员骚扰推荐，于 5 月 6 日 3480 元购买了“一级消防工程师状元取证班”课程，但当上课后发现课程内容多且难理解，按照课表平均一天至少要 5 小时以上的学习时间，而关乎是否能通过考试的重要事项却并没有在签合同之前告知我；7 月 6 日，教研主任告知谢先生学习进度没跟上，并推荐所谓的私教班并承诺说包过包取证包成功挂靠。谢先生对此持怀疑，经查询发现所谓挂靠并非宣传的轻易能成功。对此，“帮考网”发来反馈称目前还在协商处

理中。

此外，据“电诉宝”（315.100EC.CN）受理的用户投诉数据显示，上半年期间涉及投诉的在线教育平台有尚德机构、嗨学网、学慧网、英语流利说、DaDa 英语、帮考网、中华会计网校、大塘小鱼、51Talk 无忧英语、沪江网校、环球网校、华图教育、学霸君 1 对 1、英孚教育、一只船教育、潭州教育。此前，跟谁学、对啊网、51CTO 学院、勤学网、建设工程教育网、家教平台、同桌 100 学习网、赛优教育、有为教育、曼且思教育、起陆教育、德闲教育、大暑学院、黑马教育、优梯教育、学富教育、过呗教育、一步教育也接到消费者的投诉。**退费难、授课内容不佳、虚假宣传、霸王条款、套路贷、附加消费、售后服务差**是用户投诉的主要问题。

【在线旅游】

【案例一】“去哪儿”100%保障出票遇延迟 售后客服无法处理

7月1日，“电诉宝”接到浙江省的姚先生投诉称他于6月28日晚上18:00在咸阳机场现场，通过北京趣拿信息技术有限公司旗下去哪儿预定了20:10航班，页面显示100%保障出票。但是页面显示一直不能出票，在等待一两个小时中，我一直和客户保持电话、文字沟通，对方一直保证一定能出票。姚先生曾提出退票单但对方声称已经在出票中了，不能退已经临近起飞，到了去哪儿承诺的出票截止时间，客服声称转另外一个部门处理，过了十几分钟另外一个部门电话打过来，很抱歉解决不了，只能下一趟了。对比，“去哪儿”发来反馈称关于消费者反馈出票问题，已协助安排另考虑消费者体验申请补偿，已打款，消费者认可，协商成功。

【案例二】“飞猪”被指订单退费难 消费者退款需妥协

7月10日，“电诉宝”接到浙江省的杜先生于7月5日在阿里巴巴（中国）网络技术有限公司旗下“飞猪”订二晚千岛湖诺富特酒店，但由于7月7日淳安官方发布防汛一级戒备，因此无法前往千岛湖。联系飞猪卖家多次却被以各种理由推脱，即使飞猪官方介入也是同样帮着卖家说话。同时，杜先生认为千岛湖景区全面关闭，即使酒店营业居住安全也可能无法保障。之后联系酒店方多次且同意退房，飞猪却不同意，酒店方告知杜先生并没有飞猪的订单，与实际上在飞猪上的订单不符合，而且要求在退款时做出协调一致的要求。

【案例三】“走着瞧旅行”年前入手“特价卡” 因故退款手续费或达100%

7月13日，“电诉宝”接到福建省的潘女士投诉称他于2019年8月25日在无锡走着瞧旅行社有限公司旗下“走着瞧旅行”微信平台购买了“6天5晚云南旅游卡”。原计划2019年底带一家老小去云南，后因疫情原因、老人身体差，工作调动原因申请退款，但客服以“特价卡”坚决不同意退款，后来又告知可以退卡，但被需扣除60%—100%的手续费，不然不给退款。潘女士认为她未预约排期并没有给造成任何损失，当再次与微信客服联系却遇不回复、不理睬。

【案例四】“爱订不订”下单VIP住宿券 入驻需补差价退款遭拒

7月15日，“电诉宝”接到上海市的张女士于2020年5月22日在广州爱订网络科技有限公司旗下“爱订不订”微信公众号购买三张29.9元vip资格入住酒店一晚的住宿券，有效期5月22日-12月29日。下单时介绍页面没需补差价入住的醒目提示，但当6月30日预约酒店时才却告知需补160-690不等差价才可入住。联系客服申请退款但被拒。

【案例五】“旅划算”宣传与实际不符 售后以“特价产品”拒退款

陕西省的范女士、郭女士投诉称于2020年7月22日通过广州市旅划算国际旅行社有限公司旗下“旅划算”电商平台购买标题为“温泉+酒店一票通”的产品后被告知不包含温泉票。申请退款后被客服以“特价产品”为由不予退款。多次和客服沟通都遭到推诿和拒绝。一直说在和商家沟通，我自行与酒店沟通后酒店房说需要找订购平台。在等待多时后仍未收到任何确切答复。该平台多次以“伪低价”为噱头进行宣传，多数订单都以“特价产品”为由不设退款选项。对此，“旅划算”发来反馈称：订单已安排退款。

四、关于我们

（一）关于电诉宝

网经社电子商务研究中心法律权益部成立于 2010 年，专注于泛电商的消费权益维护，兼顾法律（推动立法、电商法规、法律案例分析、法律援助）、媒体、电商信用、电商质检、安全、电商物流。实时跟踪把握电商法律动态，研究并运营有“电诉宝”、“电子商务法律求助服务平台”等业内知名平台。

此前，网经社法律权益部还参与由国家工商总局牵头发起的《网络商品及服务交易监督管理条例》的立法工作并担任立法组成员。

网经社电商法律权益服务体系



“电诉宝”（电子商务消费纠纷调解平台；315.100EC.CN）运行近十年来，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，已连续第九年发布，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。



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。



电诉宝 全新升级 投诉过程透明化
信息动态一手掌握

法律 | 调查 | 曝光 | 电商

首页 | 投诉榜 | 评级榜 | 律师团 | 报道 | 专题

请输入平台名称搜索 如：淘宝

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，商家以设置价格错位为由私自取消订单。

[投诉对象] 当当网 领域：商家纠纷 类型：订单问题

详情>

广东省
2020-07-30 18:01:06

未审核

拼多多平台

虚假发货 明明没有发货硬说发货了，结果一个星期都没有物流显示，欺骗消费者，辛辛苦苦等了一个星期，快递和商家联合起来扫描出中转物流信息，引导消费者误以为发货了，其实根本没有发货，只是快递公司给商家做物流信息考核，如此行为，可恶至极，要求平台严格处罚次行为。 虚假发货 明明没有发货硬说发货了，结果一个星期都没有物流显示，欺骗消费者，辛辛苦苦等了一个星期，快递和商家联合起来扫描出中转物流信息，引导消费者误以为发货了，其实根本没有发货，只是快递公司给商家做物流信息考核，如此行为，可恶至极，要求平台严格处罚次行为

[投诉对象] 丽质睡衣店 领域：国内网购 类型：发货问题

详情>

浙江省
2020-07-30 17:22:34

未审核

我要投诉

电商入驻

投诉指南



电商投诉，就上“电诉宝”
高效解决消费纠纷



投诉榜

更多

- | 总榜 | 零售 | 服务 | 金融 | 物流 | 产业 |
|---------|---------|----|----|----|----|
| 1 淘宝 | 2 拼多多 | | | | |
| 3 京东 | 4 联联周边游 | | | | |
| 5 嗨字网 | 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

网经社公司是中国电商行业的“Bloomberg”。运营网经社 www100EC.cn (电商门户)、电子商务研究中心(智库)、电数宝(DT)、电融宝(FA)、电诉宝(315)等子平台，面向电商提供媒体/智库/平台三大系列、20余项专业产品服务。



网经社网站（100EC.CN）旗下拥有 100 多个电商细分频道、平台、分站，365 天/12 小时滚动发布国内外电商资讯，为全国电商用户提供全面、及时、专业的资讯，是国内首屈一指的电商门户入口。

公司总部位于杭州，系国内唯一拥有 A 股上市公司背景的服务电商产业链的第三方媒体、智库和平台，母公司在全国拥有 30 个分支机构，员工 1000 余人，市值近百亿，实力雄厚，是我国电商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，服务客户除覆盖各大电商上市公司、独角兽等“头部平台”和创业者外，还包括国家和各地政府部门，有口皆碑。



数据墙：

平均每天有 50-100 万人/次（PV），访问我们网经社电商门户网站

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 50 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、演讲的各类电商论坛、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+家中小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

(三) 2019-2020 年度网经社电子商务研究中心报告发布计划

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《2019 年全球电子商务数据报告》	√			
《2019 年度中国电子商务市场监测数据报告》	√	√		
《2019 年度中国电商人才状况调查数据报告》	√			
《2019 年度中国电商上市公司数据报告》	√			
《2019 年新上市 17 家电商公司数据报告》	√			
《2019 年度中国新三板挂牌电商公司数据报告》	√	√		
《2019 年度中国泛电商“独角兽”数据报告》	√	√		
《2019 年度中国泛电商“千里马”数据报告》	√	√		
《2020 年 AppStore 中国互联网下载量数据报告》				√
《2020 中国互联网(电商)行业战“疫”成果报告》			临时	
《2020 中国互联网(电商)行业战“疫”政策报告》			临时	
《2020 中国互联网(电商)行业战“疫”分析报告》			临时	

【零售电商类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《2019 年度中国零售电商市场监测数据报告》	√	√		
《2019 年度中国社交电商发展报告》	√			
《2019 年度中国二手电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国农村电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国生鲜电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国汽车电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国医药电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国导购电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国二手车电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国社区团购市场数据报告》	√			
《2019 年度中国家电电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国美妆电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国奢侈品电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国母婴电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国食品电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国家居建材电商市场数据报告》	√			
《2019 年度中国服装电商市场数据报告》	√			
《2020 年“618”电商消费评级数据报告》	√			

《2020年“双11”电商消费评级数据报告》	√			
------------------------	---	--	--	--

【跨境电商类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《2019年度中国跨境电商市场监测数据报告》	√	√		
《2019年度中国出口跨境电商市场数据报告》	√			
《2019年度中国进口跨境电商市场数据报告》	√			
《2019年度中国跨境电商服务商市场数据报告》	√			
《2019年度中国跨境支付市场数据报告》	√			
《2019年度中国跨境物流市场数据报告》	√			

【生活服务电商类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《2019年度中国生活服务电商市场监测数据报告》	√	√		
《2019年度中国在线旅游(OTA)市场数据报告》	√			
《2019年度中国在线教育市场数据报告》	√			
《2019年度中国共享经济市场数据报告》	√			
《2019年度中国共享单车市场数据报告》	√			
《2019年度中国共享住宿市场数据报告》	√			
《2019年度中国网约车市场数据报告》	√			
《2019年度中国共享办公市场数据报告》	√			
《2019年度中国共享充电宝市场数据报告》	√			
《2019年度中国共享汽车市场数据报告》	√			
《2019年度中国在线外卖市场数据报告》	√			
《2019年度中国互联网家装市场数据报告》	√			
《2019年度中国互联网医疗市场数据报告》	√			

【产业电商类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《2019年度中国产业电商市场数据报告》	√	√		
《2019年度中国大宗电商市场数据报告》	√			
《2019年度中国企业采购电商市场数据报告》	√			
《2019年度中国工业品电商市场数据报告》	√			
《2019年度中国快消品B2B市场数据报告》	√			
《2019年度中国钢铁电商市场数据报告》	√			
《2019年度中国塑化电商市场数据报告》	√			

【电商物流类】

报告名称	年度	半年	季度	月度
------	----	----	----	----

		度		
《2019 年度中国电商物流市场数据报告》	√			
《2019 年度中国即时物流市场数据报告》	√			
《2019 年度中国同城货运市场数据报告》	√			
《2019 年度中国同城配送市场数据报告》	√			
《2019 年度中国智慧物流市场数据报告》	√			
《2019 年度中国冷链物流市场数据报告》	√			

【投融资类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《2019 年度中国电子商务投融资市场数据报告》	√	√	√	√
《2019 年度中国生鲜电商行业融资数据报告》	√			
《2019 年度中国二手电商行业融资数据报告》	√			
《2019 年度中国汽车电商行业融资数据报告》	√			
《2019 年度中国社交电商行业融资数据报告》	√			
《2019 年度中国交通出行行业融资数据报告》	√			
《2019 年度中国在线教育行业融资数据报告》	√			
《2019 年度中国在线旅游行业融资数据报告》	√			
《2019 年度 BATJ 电商领域投资数据报告》	√			
《2010-2019 年阿里巴巴投资数据报告》	√			
《2010-2019 年腾讯投资数据报告》	√			
《2010-2019 年百度投资数据报告》	√			
《2010-2019 年京东投资数据报告》	√			

【电商权益类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《2019 年度中国电子商务用户体验与投诉监测报告》	√	√	√	√
《2019 年度十大电商行业消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国社交电商合规报告》	√			
《2019 年度中国电子商务法律报告》	√			
《2019 年度中国电商平台消费评级数据报告》	√			
《2019 年度中国电商消费主题调查报告》	√			
《2019 年度中国跨境电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《2019 年度中国二手车电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国二手电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		

《2019 年度中国生鲜电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《2019 年度中国社交电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《2019 年度中国在线旅游消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《2019 年度中国在线外卖消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国在线教育消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《2019 年度中国电商物流消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国海淘转运消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《2019 年度中国品牌电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《2019 年度中国二手潮鞋交易平台消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国母婴电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国医药电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国交通出行消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国导购类电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国分期电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《2019 年度中国在线票务消费投诉数据与典型案例报告》	√			

• **报告准则：**坚持客观性、全面性、权威性、专业性基础上，兼顾商业性，力求传播广泛性、各项效果超预期。

• **调研方法：**平台调研、平台评测、“神秘买家”抽查、供应商与合作伙伴调研、用户调查、政策研究、专家访谈、桌面研究、律师审查等。

• **数据来源：**一手调研数据、中心历史数据库、行业公开数据，以及中心合作伙伴、政府部门、科研机构、咨询公司、第三方数据监测工具、相关指数、中心采购数据等等。

• **发布渠道：**（1）网经社 www.100ec.cn 电商门户网站及《电商周刊》EDM 订阅用户（覆盖数百万电商行业用户）；（2）网经社入驻自媒体平台（覆盖数千万电商相关群体）；（3）3000+实名认证的记者库媒体采用（覆盖数亿级电商用户受众）。

• **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《2020年7月中国电子商务用户体验与投诉监测报告》”。

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：2020年8月5日

官方公众号 ID :i100EC

网购投诉平台 ID :DSWQ315

(30万+电商人都在看!)

(在线网购投诉)



电数宝 (DATA.100EC.CN)

电诉宝 (315.100EC.CN)

(12年沉淀 10万+条数据 覆盖 4000+电商)

(我要投诉)

