

2020年8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

案例来源： 电诉宝
电商投诉大数据

发布时间：2020年9月8日

报告编制：网经社电子商务研究中心



更多报告下载

目录

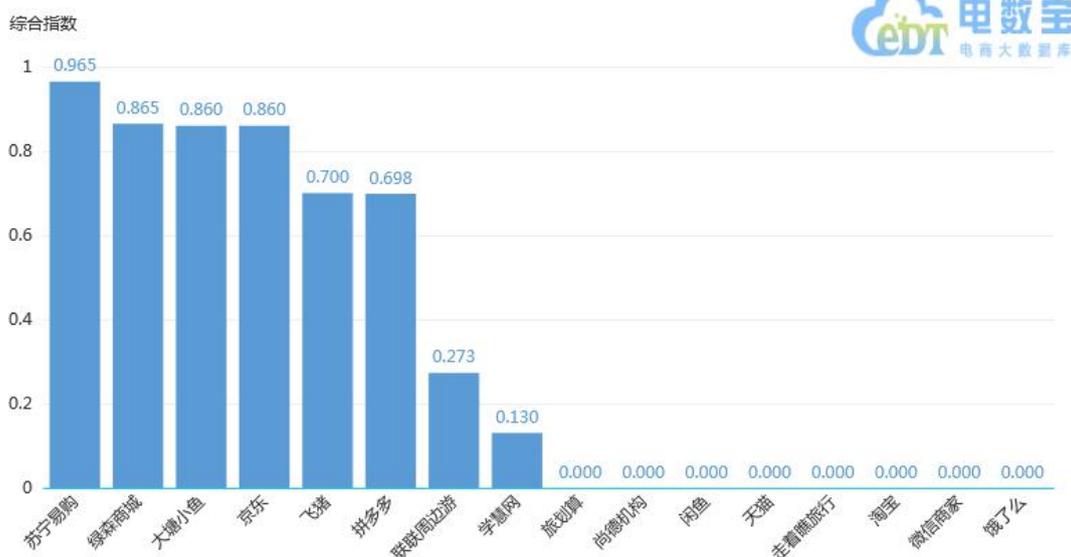
一、报告摘要.....	3
二、报告数据.....	6
(一) 投诉地区分布.....	6
(二) 投诉领域分布.....	6
(三) 投诉性别及金额分布.....	7
(四) 投诉问题类型分布.....	9
三、典型案例.....	9
(一) 零售电商.....	9
(二) 生活服务电商.....	13
四、关于我们.....	17
(一) 关于电诉宝.....	17
(二) 关于网经社.....	19
(三) 报告发布计划.....	21

一、报告摘要

9月8日，网经社电子商务研究中心发布《2020年8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（主要集中在进口跨境电商、直播电商）、生活服务电商（主要集中在在线旅游、在线教育）等领域。报告公布了《2020年8月全国电子商务消费评级榜》，8月消费投诉数据及25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”（315.100EC.CN）8月份受理的全国112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。

2020年8月全国电子商务消费评级指数对比



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1-4名的电商平台获得“建议下单”评级，依次为：苏宁易购（综合指数：0.965）、绿森商城（综合指数：0.865）、大塘小鱼（综合指数：0.860）、京东（综合指数：0.860）。

2020年8月全国电子商务消费评级榜

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	苏宁易购	100.00%	1.000	8.000	0.965	建议下单
2	绿森商城	100.00%	0.989	2.571	0.865	建议下单
3	大唐小鱼	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
3	京东	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
5	飞猪	100.00%	0.667	0.000	0.700	谨慎下单
6	拼多多	77.05%	0.753	3.143	0.698	谨慎下单
7	联联周边游	54.55%	0.000	0.000	0.273	不建议下单
8	学慧网	20.00%	0.100	0.000	0.130	不建议下单
9	旅划算	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
9	尚德机构	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
9	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
9	天猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
9	走着瞧旅行	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
9	其他	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
9	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
9	微信商家	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
9	饿了么	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

备注：

1、综合指数=平台回复率*0.5+回复时效性*0.3+用户满意度/10*0.2。

1.1、平台回复率：平台移交给被投诉电商用户投诉，被投诉电商的有效回复率。

1.2、回复时效性：平台回复时间小于72小时为1.0，回复时间大于72小时且小于120小时为0.6，回复时间大于120小时为0。

1.3、用户满意度：10分满分制，数据只截取已评分的用户投诉，未评分的用户投诉将不纳入满意度数据基数的统计。

2、评级划分由综合指数高低决定，不建议下单∈[0,0.4)，谨慎下单∈[0.4,0.75)，建议下单∈[0.75,1.0]。

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

排在第5-6名的电商平台获得“谨慎下单”评级，依次为：飞猪（综合指数：0.700）、拼多多（综合指数：0.698）。

排在7-16名的电商平台获得“不建议下单”评级，依次为：联联周边游（综合指数：0.273）、学慧网（综合指数：0.130）、旅划算（综合指数：0.073）、尚德机构（综合指数：0.000）、闲鱼（综合指数：0.000）、天猫（综合指数：0.000）、走着瞧旅行（综合指数：0.000）、淘宝（综合指数：0.000）、微信商家（综合指数：0.000）、饿了么（综合指数：0.000）。同时，报告公布了《2020年8月全国电商TOP100投诉榜》（依据投诉量排行），淘宝、拼多多、绿森商城居前三。



2020年8月 全国电商TOP100投诉榜

1	淘宝	2	拼多多	3	绿森商城	4	大播小鱼
5	京东	6	苏宁易购	7	联联周边游	8	学慧网
9	其他	10	旅划算	11	微信商家	12	闲鱼
13	天猫	14	尚德机构	15	飞猪	16	走着瞧旅行
17	饿了么	18	去哪儿	19	花礼网	20	奈兹猫
21	抖音	22	当当	23	洋码头	24	1688批发网
25	帮考网	26	微拍堂	27	唯品会	28	海带宝
29	得物APP	30	小红书	31	途虎养车	32	达令家
33	中行聪明购	34	网络游戏服务网	35	美团	36	小米商城
37	有赞	38	dd373	39	本来生活	40	杭州女装网
41	找靓机	42	考拉海购	43	支付宝	44	海淘免税店
45	交易猫	46	转运四方	47	转转	48	百丽优购
49	邦购网	50	中国网上花城	51	寺库	52	熊猫生活
53	海狐海淘	54	同程旅行	55	华硕商城	56	华为商城
57	云集	58	红布林	59	店宝宝	60	新浪支付
61	万师傅	62	中粮我买网	63	丝芙兰	64	京东到家
65	好乐买	66	亚马逊	67	斑马物联网	68	恩果生鲜
69	瓜子二手车	70	来分期	71	国美	72	工行融e购
73	欧洲生活购	74	波奇宠物商城	75	莎莎网	76	小猪短租
77	一品威客	78	长龙航空	79	深圳极奢优品	80	有道精品课
81	DaDa英语	82	杂志100	83	爸妈严选	84	淘果果
85	邮政	86	彩贝壳	87	网商园	88	赛优教育
89	比西西商城	90	掌门1对1	91	任意门	92	迅游网游加速器
93	师德教育	94	兰蔻官网	95	茄子小说	96	鲁班小店
97	淘号猪	98	潮玩族	99	抖店	100	叮当学堂



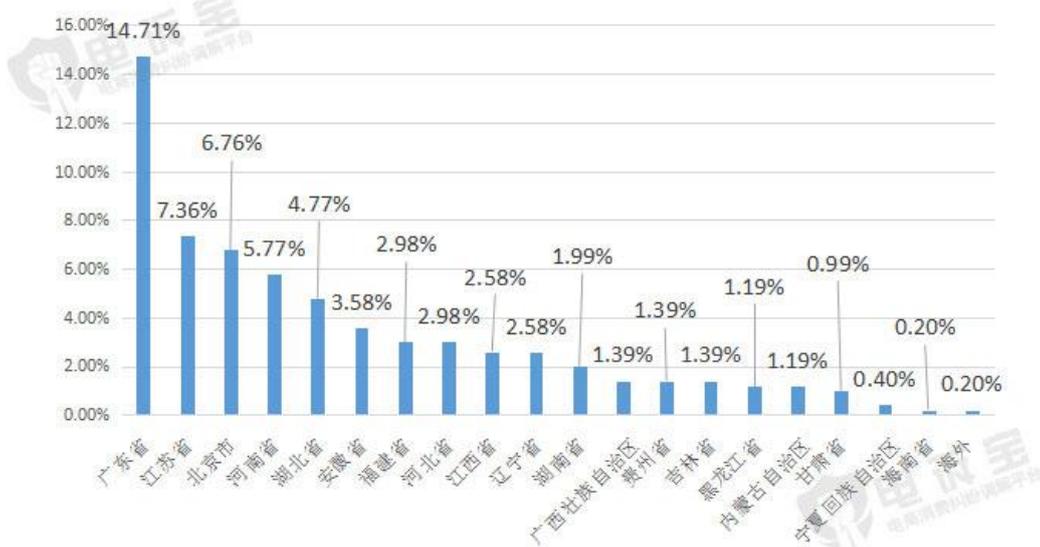
电商投诉，就上“电诉宝”

二、报告数据

(一) 投诉地区分布

据“电诉宝”显示，2020年8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、江苏省、北京市、河南省、湖北省、安徽省、福建省、河北省、江西省、江西省。

2020年8月全国电子商务投诉地区TOP20分布



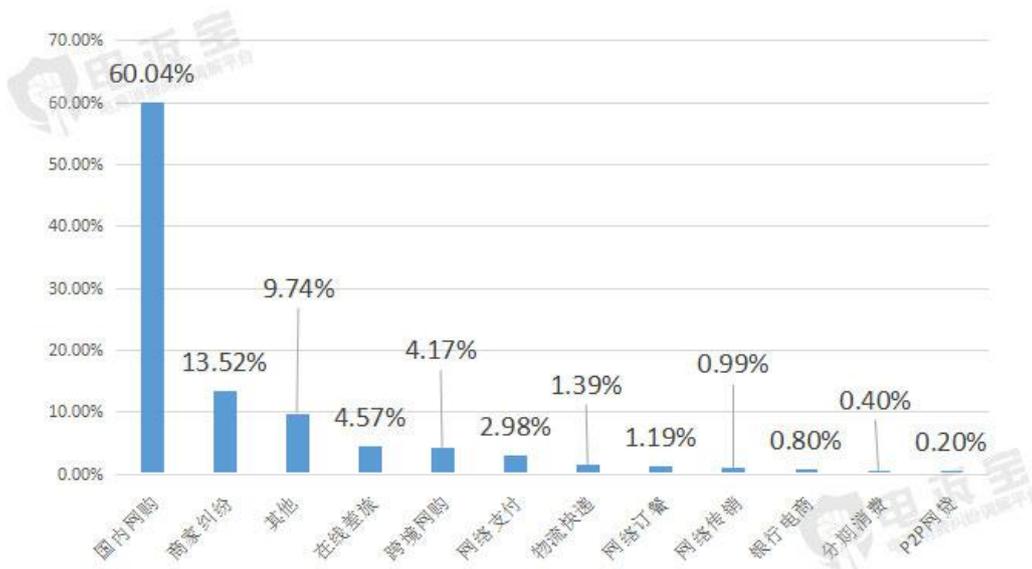
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

(二) 投诉领域分布

据“电诉宝”显示，2020年8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、跨境网购、网络支付、物流快递、网络订单、网络传销、银行电商、分期消费、P2P网贷。

2020年8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8月全国网购男性占比为48.11%，女性占比为51.89%。另外，消费金额主要在1000-5000元区间、100-500元区、0-100元区间，占比分别为26.44%、20.48%、17.69%。

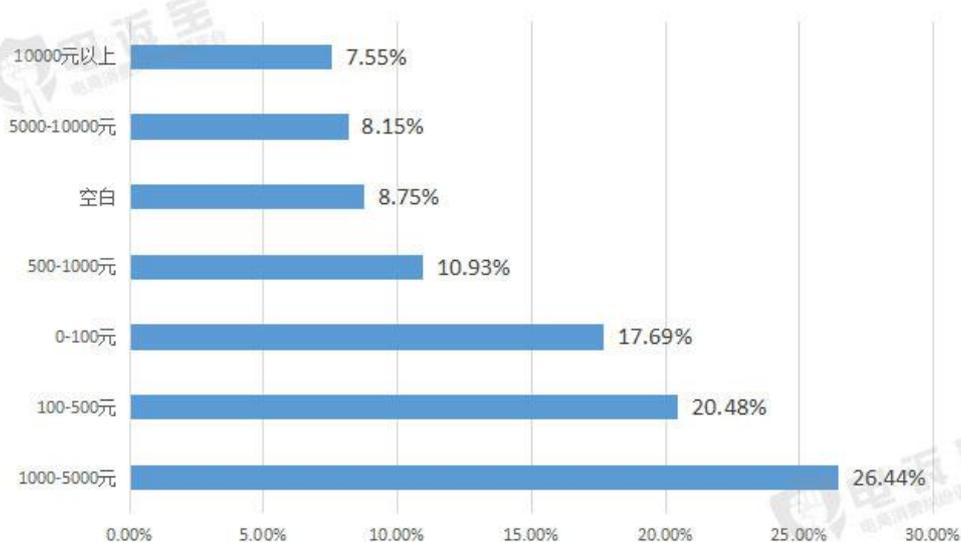
2020年8月全国电子商务投诉用户性别分布



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8月全国电子商务投诉金额分布



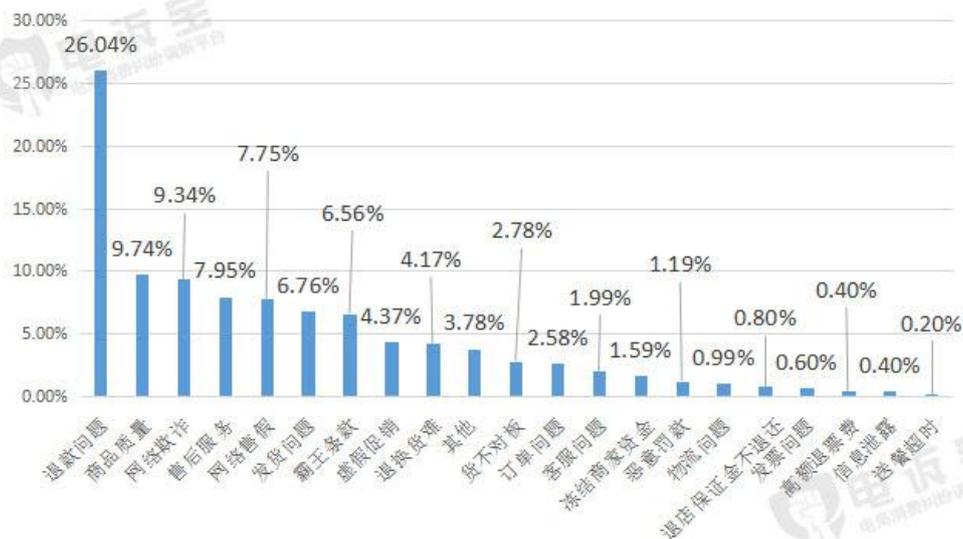
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

（四）投诉问题类型分布

据“电诉宝”显示，8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、售后服务、网络售假、发货问题、霸王条款、虚假促销、退换货难、货不对板。

2020年8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】“当当”商品到货损坏 售后商家以包装丢失为由拒退货

8月9日，“电诉宝”接到湖北省的李先生投诉称他于疫情期间在北京当当网信息技术有限公司旗下“当当网”苏泊尔当当自营旗舰店网购了电压力锅，小区快递代收点收的货，因武汉疫情原因未保留包装，几天后准备使用时发现锅盖损坏，第一时间联系苏泊尔当当自营旗舰店在线客服没人理，打联系电话提示“号码不存在”。第二天继续联系商家仍然如此，联系当当客服进行了退货申请。后续商家客服人员联系后拒绝退换货，退货理由为未保存包装，但商家寄送电压力锅时只有外包装，内包装据商家售后人员回复说一般是两层包装但发

发时忘记了。李先生表示通过损坏的锅盖发现，苏泊尔电压力锅质量较差，材料比较薄，一压就瘪，明显是质量有问题，但经多次投诉后当当网和商家拒绝退货。对此，“当当”发来反馈称已联系消费者协商处理，签收 10 天后反馈锅盖破损，已超出退货期限，供应商可补发一个锅盖，但无法退货，李先生不同意。

【案例二】“云集”品牌口红破损疑被使用 退货遭拒给补偿引不满

宁夏回族自治区的张女士于 2020 年 8 月 7 日在云集共享科技有限公司旗下“云集”APP 购物平台上购买的 YSL 圣罗兰黑管唇釉，收到货拆封后发现商品包装破损，且商品本身无封口，查看口红疑似被使用过，在云集 APP 平台内申请了退货退款，但却被客服告知不予退货退款给其他补偿，且告知跨境商品退货不可以二次销售。张女士表示疑惑，收到商品时就是破损的，但为何退回去就影响二次销售。

【案例三】“杭州女装网”商品到货不对板 退货超 8 天期限客服效率低引吐槽

2020 年 8 月 14 日，“电诉宝”接到广东省的黄女士投诉称她于 7 月 28 日在杭州常青网络科技有限公司旗下“杭州女装网”下单购买 9 套衣服，衣服出现了发错货、货不对板、不合适等问题，收到货后立即跟客服反馈，其中三套按照客服提示进行退货寄回，寄出 6 天内杭州女装网已收到退货，其中一套不合适的网站标记是“8 天包退”，但是至今距他们收到退货已有 9 天，每次询问退货进度线上客服永远都只回复：档口拒退，还在协商处理中。

【案例四】“闲鱼”下单商品“李代桃僵” 售后退货引不满

8 月 13 日，“电诉宝”接到广西壮族自治区的黄先生投诉称他于 2020 年 7 月 14 日在浙江淘宝网络有限公司旗下“闲鱼”电商平台，购买了商家昵称(空心的大兔子)的打印机，在当初购买的时显示货物可以自由选择，于是黄先生选择并备注所需要购买的品牌的打印机，但当收到的货物时间确是一根数据线，出现了严重的货不对板，当进行退货时商家却给了一个非大陆地址，且联系商家还对黄先生不理不睬。

【案例五】“转转”0 元拆盲盒活动完成迟未发货 售后遇客服消极处理

安徽省的张先生投诉称他于 2020 年 8 月 10 日通过微信支付页面里的北京转转精神科技有限责任公司旗下转转二手进入“转转”二手平台 0 元拆盲盒活动，活动中奖价值 99 元盲盒，按转转二手平台活动要求，在其规定时间内 8 月 13 日完成回收成功任务，转转二手平台活动要求回收成功后获得盲盒资格，其游戏规则内第五条说明，回收成功后 7 天内发货。

8月20日，张先生表示一直未收到转转二手平台的发货通知，在查询无果情况下我按照其活动页面提供的客服微信进行咨询，转转二手平台的客服一直消极敷衍，在说明情况提供订单及截图后，转转二手平台客服就不再回复和解决问题。

【案例六】“找靓机”售出电脑被疑质量问题 售后需承担维修费引不满

8月2日，“电诉宝”接到湖南省的蒋先生投诉称他于3月9日在深圳市万事富科技有限公司旗下“找靓机”平台购买一台苹果笔记本电脑，到货后使用一直很正常，但7月29日晚电脑突然出现闪屏，卡屏，死机状态，联系客服回机检测维修，后被维修人员反馈说电脑主板进水且发照片。蒋先生表示他购买电脑4个月不到且不存在磕碰和进水问题，蒋先生怀疑机器出售就存在问题，维修主板的费用由他承担且感到不满。

【案例七】“瓜子二手车”新车里程数被指造假 售后难客服告知制度不完善

8月26日，“电诉宝”接到天津市的李女士投诉称她于2017年12月份在车好多旧机动车经纪（北京）有限公司旗下“瓜子二手车”直卖网郑州分公司保卖场以28.5万余元购得瓜子公司保卖车奔驰E260L轿车一辆，该车里程当时显示为73000公里，至2020年8月16日已向瓜子公司结清应还款项。现计划卖车时，经买主查询该车维保记录，维保记录显示该车2016年8月29日里程数已达到100918公里，现申请瓜子网赔付损失，瓜子网工作人员态度蛮横无理，声称之前瓜子公司管理不完善，现在正在逐步完善中，对于之前制度不完善时产生的问题公司一概不予解决，李女士的索赔请求遭到严词拒绝。

【案例八】“绿森商城”商品因无货未发货 退款超30天未到账引不满

8月2日，“电诉宝”接到山东省的贾先生投诉称他于5月29日在浙江绿森信息科技有限公司旗下“绿森商城”下单购买一台平板电脑，但10多天不发货，联系客服被告知商品无货。于是，贾先生在6月17日申请退款，且客服告知20个工作日退款到账。因未退款在7月23日再次联系客服电话且告知在下周会退款，至投诉当日，贾先生表示他仍未收到退款，客服仍是告知耐心等待，且没明确的退款时间。对此，“绿森商城”反馈：经核实贾先生的订单已经受理退款申请，会尽快完成退款。

【案例九】“易果生鲜”商城商品全部下架 储值卡无法消费难退款难

2020年8月25日，“电诉宝”接到山东省的邓先生投诉称他于2019年10月27日购买并绑定一张1000元上海易果电子商务公司旗下易果生鲜储值卡，至今为止账号中剩余

894.9元。近日发现易果生鲜的网上购物商城中的所有商品均已下架，已无货可买，要求该平台退账号中的894.9元。平台中没有退账号中储值的渠道，与客服沟通无果，要求退款

【案例十】“淘粉吧”被质疑暗藏“猫腻” 高额订单不见返利信息

河南省的任女士于8月12日在杭州淘粉吧网络技术股份有限公司旗下“淘粉吧”平台下单购买学习机一台，显示收货后返利199元，当即下单付款。下单后始终没有返利信息，期间使用淘粉吧内的订单加速和订单自助申诉都毫无反应。8月23日联系淘粉吧客服被告知淘粉吧没有跟踪到订单，任女士疑惑同时期在淘粉吧购买的近十件物品都使用了淘粉吧且都获得了返利，这一订单返额高一点的就迟迟不返利给消费者呢。

【案例十一】七夕 你收到鲜花了么？“花礼网”鲜花配送超时限引不满 客服难联系

上海市的薛先生于2020年8月23日在深圳市百易信息技术有限公司旗下“花礼网”订购鲜花，配送时间为8月25日 工作时段(08:00~17:00)，等时间到了不见商家送货，后多次联系客服联系但均无人回复，后有联系拨打4008898188的客服电话一直打不通，处于忙线中，多次拨打都是在忙线中，催单已催过多次也没有用，现付款后找不到退款的界面。

【案例十二】“抖音”直播自热小火锅货不对板 退货已签收退款却遭拒

山西省的李先生于2020年8月8日在北京微播视界科技有限公司旗下“抖音”直播平台购买了自热小火锅10盒，消费99元。收到货品以后实货与直播所说不符，与商品详情页不符。李先生表示，直播介绍说是荤素搭配，实际上只有菜和粉。而且商品质量有问题，菜包粉包都有明显化学腌制味道，包装上没有任何使用说明。在收货当天申请退货，把剩余的9盒全部退回，快递费20元。退货期间我联系抖音官方客服要求将20元快递费处理，客服反映说已联系卖家，24小时会处理。现在卖家已经收到货，却拒绝了我的退款申请，而且此店铺已经没有任何商品，也联系不上。

【进口跨境电商】

【案例一】“洋码头”下单化妆品遭质疑售假 售后鉴定遭拒引不满

天津市许女士于2020年8月15日在上海洋码头网络技术有限公司旗下“洋码头”平台洋洋气美国购下单一个植村秀55号粉底刷，2020年8月27日收到货后对商品真假提出异议，商家提供8月14日购物小票称提前囤货，且发票只显示一件商品。商家回应只承认

柜台鉴定和洋码头平台鉴定，徐先生通过电话了解到植村秀专柜不允许向顾客提供鉴定服务，洋码头官方表示化妆品类不予鉴定。于是徐先生分别用两个不同软件各种拍照均显示为假。

【案例二】“海豚家”0元购活动疑诱导消费 余额提现难售反被扣除

浙江省的褚先生于8月20日在北京凯谱乐科技有限公司旗下“海豚家”购买了37.99元的商品，因需满60元才能领第三个红包，所以想先退款，再重新多拍几件，但退款后余额10元却被无故扣除，商家解释说按规则余额是不退还的。褚先生表示因在退款的时候根本没有提示余额的钱会被扣，尽管客服说会有提示，但我操作的时候是没有提示的，他认为海豚家以0元购诈骗购买，在第一次买过45元一盒的面膜，结果支付后，只是部分返到余额里，而余额又不能提现，现在又把余额的钱没收。

【案例三】“海狐海淘”被指售假神仙水 到货商品使用引不适

8月6日，“电诉宝”接到山东省的高女士于2020年7月4日在“海狐海淘”APP上购买sk2神仙水330ml且于7月14日19:00签收。高女士表示在使用过程中发现所购买的神仙水无论是质地、颜色、味道、瓶身都与之前不同，但因听过不同批次会有些许不同，再还未用完未及时发现不对。当再次使用时却脸上开始长痘，于是使用心心美妆APP鉴定后显示结果为假。对此，海狐海淘反馈称工作人员已于8月6日联系客户协商处理此事，关于商品的资质仓库确实都是具备的，但是心心美妆是第三方鉴定平台，不是国家认证的检测机构，没有品牌方和国家的直接授权验资的权利的哦~此类平台验证的结果，只做参考~但是本着对客服负责的原则，海狐已跟客户协商处理好此事。已让客户寄回商品等收到后检测商品。

（二）生活服务电商

【案例一】“美团”购买消费券“不翼而飞” 未消费却遭莫名扣款

四川省的黄女士于2020年8月1日在北京三快在线科技有限公司旗下“美团”团购两张“说道麻辣串串”的消费卷，因当日其他原因没用成，第二天准备退款时却找不到待消费的记录。黄女士表示全部订单，待评价，待使用，待支付都找不到，只有微信扣款的明细，且未收到微信任何的原路进退款通知，黄女士认为她没有到店消费，但是订单却找不见了。

【案例二】“饿了么”商家被诉食品存安全隐患 售后处理引不满

浙江省的罗女士于8月6日在上海拉扎斯信息科技有限公司旗下“饿了么”平台的浙江省丽水市莲都区-农家小厨 龙庆风味这家店下单了一份米饭一份烤鱼，由骑手配送，打开食用时发现一只蟑螂腿，与卖家电话及微信沟通无效，因卖家坚持认为自己家食材干净卫生没有问题，只愿意退还本单金额，后通过饿了么 APP 理赔只获得64元，对此，罗女士表示不满。

【案例三】“爱彼迎”房东出租房子地板损坏 保障金“形同虚设”赔偿遭拒

8月21日，“电诉宝”接到江苏省的金女士投诉称她入驻爱彼迎网络（北京）有限公司旗下“爱彼迎”为房东，在接待房客后地板损坏，按照原装修报价要求赔偿。金女士表示因爱彼迎严格禁止房东收取房客押金，并告知有房东保障金计划，因此通过订单联系爱彼迎赔偿，但爱彼迎拒绝赔偿并且官方邮件回复全是空话套话，且表示拒绝赔偿。

【案例四】“联联周边游”处理效率遭吐槽 重新购买产生差价售后难

8月5日，“电诉宝”接到四川省的寇女士投诉称她于7月17日购买京联永欣科技（成都）有限公司第三分公司旗下“联联平台”天堂岛夜场票，因不知道小孩要票，所以请求退票，联系客服被告知会反馈问题，且工作时间3-5个工作日解决。由于怕不能处理，在当天都及时告诉客服不退票会正常使用。客服的回答还是会进行反馈，当咨询是否可以到商家使用被客服告知没有接到电话就可以使用。但当使用时显示二维码为空白信息，只能现场重新购买正价票。这个差价的赔偿，是由于客服相互沟通以及联联内部的效率问题所导致的，但联联根本没有售后部门来处理，电话打不通，客服永远会发会反馈。对此，“联联周边游”反馈称客户反馈在联联周边游购买的产品单号：已经受理退款。

【案例五】“小猪短租”及时取消订单被扣高额违约金 售后遇商家推诿

8月5日，“电诉宝”接到江苏省的袁女士于7月31日在北京快跑信息科技有限公司旗下“小猪短租”订了一家三晚的民宿，由于时间问题，便将三晚退掉选择了这家民宿的一晚，袁女士表示期间并没有收到任何短信或者来电语音提醒这个退款违约金问题，而且平台的提醒非常不醒目，不注意根本就看不到，订房到退房的时间只有8分钟，但被平台扣除三晚的房费做违约金，联系小猪客服电话说沟通不了，打房东电话就说找小猪客服 双方就是在踢皮球。

【案例六】“旅划算”预约时间难定 售后退款客服说辞多变

8月10日，“电诉宝”接到四川省的陈女士投诉称她于2020年7月27日在微信小程序广州市旅划算国际旅行社有限公司旗下“旅划算”中购买“彭州小鱼洞全网开业活动，彭州悦舍精品酒店B套票”（399抢购），原打算在孩子暑期班学习结束学校开学前入住，但由于没有合适的预约时间，在其工作时间联系客服咨询被告知需要和酒店沟通再给答复，等待许久无果再次拨打电话，客服态度引不满。咨询退款事宜时客服告知退款可以但要收取30%订单金额，但是当再次联系客服时却被告知商品下架无法退款，同时，在购买商品的链接详情中商家均没有主动出示关于退款事宜的任何说明。

【在线教育】

【案例一】“掌门1对1”课程安排引不满 售后退费遇双双推诿

湖北省的胡女士于2020年8月6日在习惯熊APP购买了上海掌门小门教育科技有限公司旗下“掌门教育”推出的小狸ai课数学和语文，下单时详情页面显示购课激活次周周一开课，正常应该10日星期一开课，但到期时只有语文开课了，数学没有开课，且数学课表十周以后的排课全部都是空白，没有课程安排，询问客服也不做正面回应。习惯熊推广页面写的是限量发售，因此胡女士和许多孩子家长要求退课，但是小狸方老师答复需到购买的地方退款，联系习惯熊平台，平台告知是官方不退，就这样两方相互踢皮球，推卸责任，都不受理退课。同时，胡女士表示她和要求退课的家长均被直接T出了群，不予理睬。

【案例二】“爸妈严选好课”0元学课程被质疑虚假 售后提现难

上海市的章女士于2020年2月27日在“爸妈严选好课”平台为孩子购买了“限时0元打卡-海底小纵队学英语”半年课程，费用为998元。此次0元学课程的参与条件为：2月26日-2月29日成功购课，并且在3月2日24:00前兑换课程的用户可以参与限时0元学活动。此次活动打卡要求为：购买半年课用户3月3日0点课后在“海底小纵队学英语AAP”内上课打卡，150天内成功打卡138天，即可全额返现，APP内返现，微信账户提现，无需分享朋友圈。打卡规则为需在150天内打卡138天，每天只能打卡1节课，可中断。在完成138天打卡后于2020年7月18日提交返现申请，但小纵队单方面增加了审核步骤，审核人员需要对每条录音进行审核，每节课的录音中都需要听到孩子的声音等新增的规则。8月13日本人APP返现界面收到的审核结果为“不通过”，结论为“代打卡，无法提现”。章女士认为成都创感时代科技有限公司擅自更改合同规则，涉嫌APP虚假宣传诱导消费，实际人为降低通过率。实际操作时课程方擅自修改打卡合格规则，单方面提高审核标准，阻碍

用户返现。

【案例三】“大塘小鱼”打卡课程广告变临时验证码 迟输打卡失效售后难

湖南省的蒋女士从2020年2月开始在北京渔塘软件科技有限公司旗下“大塘小鱼”平台买返现课程，每天坚持打卡。蒋女士表示刚开始可以正常打卡，之后由于打卡限制越来越多，长达几小时的广告设置成直播课中间每隔几分钟就跳出对话框要求输入验证码，验证码的设定复杂且时间只有6秒，超时就要重新看。后因在看直播课的时候未及时输入验证码，再次进入的时候已经显示放弃全部打卡课程，所有开通和未开通的课程全部被放弃打卡了，金额达到9078元，问客服也没有答复。

对此，“大塘小鱼”发来反馈称学习过程中的弹窗验证是国家网络安全性基本要求：验证必须人在，而不是机器刷脚本刷课，输入验证后即可学习，不难，自己可以换pad或者电脑上课都可以，发现有大量人挂机刷课，用脚本刷课，多个页面刷课，多个设备刷课，凌晨时间刷课等等，这是必须有的基本验证功能哈，谢谢，所有涉及到可能进行了异常操作和违规操作的账户会出现随机验证码，国家网络安全性基本要求，出现验证码就麻烦配合必须输入正确即可，否则就是重新从头学习即可。不想验证可以按照弹窗提示‘’放弃全部笃局即可不再弹出验证码，进入非笃局自由学习模式‘’点击确认，即可放弃全部笃局打卡课程。是否点击是用户自主操作，系统对应文字写得非常清楚，辛苦用户查看清楚后操作，操作之后无法撤销。违规操作自行导致课程放弃打卡无法恢复，请勿再进行违规操作，课程不在返现，仍可继续学习。

【案例四】学慧网”报考遇诱导下单 退款被扣15%费用

山东省的刘先生于2020年8月7日通过北京学慧网络科技有限公司旗下“学慧网”报考成人专科学历培训，并支付为期2年的学习费6516元。在8月10日（七日内）申请退款，但被要求扣除15%的新生注册费，该费用所包含电子讲义、教辅资料均未交付，所以不成立。在报考前因售前老师对我承诺“基本都可以考过”同时欺骗诱导的形式告诉我7日晚是今年成人自考报考的最后一天，错过这次报考时间，明年的学习考试形式会改变，会增加考试难度。

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8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9月8日

官方公众号 ID :i100EC

(30万+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 10万+条数据 覆盖 4000+电商)



电诉宝 (315.100EC.CN)

(我要投诉)

