

2020年9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10月12日

报告编制：网经社电子商务研究中心



更多报告下载

目录

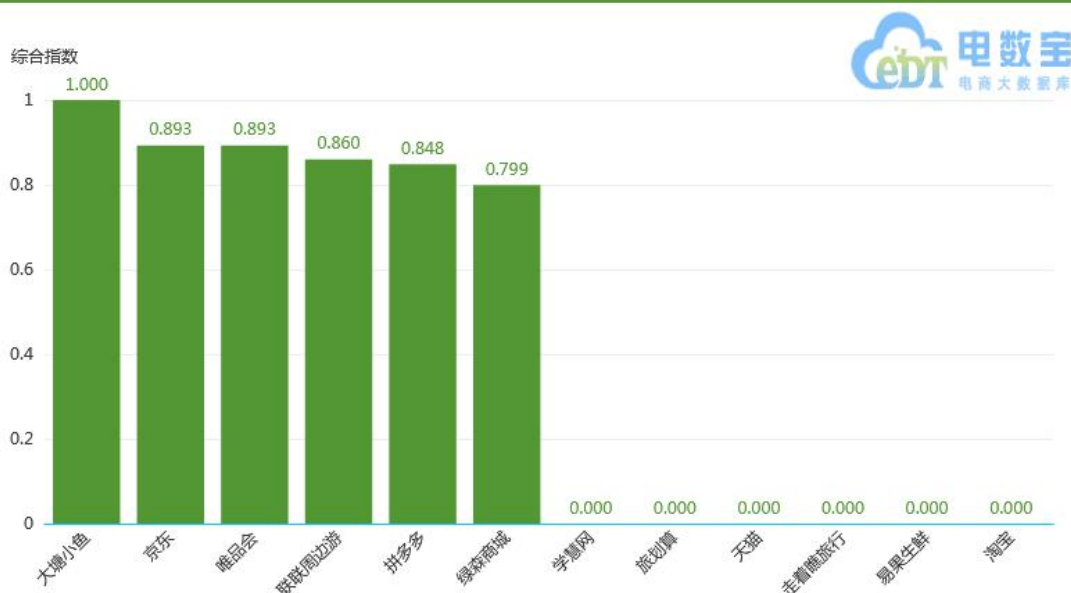
一、报告摘要.....	3
二、报告数据.....	6
（一）投诉地区分布.....	6
（二）投诉领域分布.....	6
（三）投诉性别及金额分布.....	7
（四）投诉问题类型分布.....	9
三、典型案例.....	9
（一）零售电商.....	9
（二）生活服务电商.....	16
四、关于我们.....	22
（一）关于电诉宝.....	22
（二）关于网经社.....	24
（三）报告发布计划.....	26

一、报告摘要

10月12日，网经社电子商务研究中心发布《2020年9月中国电子商务用户体验与投诉监测报告》，报告涉及了综合零售电商（主要集中在进口跨境电商、直播电商、生鲜电商、二手电商）、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9月全国电子商务消费评级榜》，9月消费投诉数据及40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）9月份受理的全国91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9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1-6名的电商平台获得“建议下单”评级，依次为：大塘小鱼（综合指数：1.000）、京东（综合指数：0.893）、唯品会（综合指数：0.893）、联联周边游（综合指数：0.860）、拼多多（综合指数：0.848）、绿森商城（综合指数：0.799）。

2020年9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	大唐小鱼	100.00%	1.000	10.000	1.000	建议下单
2	京东	100.00%	1.000	4.000	0.893	建议下单
2	唯品会	100.00%	1.000	4.000	0.893	建议下单
4	联联周边游	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
5	拼多多	100.00%	0.806	4.667	0.848	建议下单
6	绿森商城	92.86%	0.879	2.615	0.799	建议下单
7	学慧网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
7	旅划算	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
7	天猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
7	走着瞧旅行	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
7	其他	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
7	易果生鲜	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
7	淘宝	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 7-12 名的电商平台获得“不建议下单”评级，依次为：学慧网（综合指数：0.000）、旅划算（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）、易果生鲜（综合指数：0.000）、淘宝（综合指数：0.000）。同时，报告公布了《2020 年 9 月全国电商投诉榜》（依据投诉量排行），绿森商城、拼多多、淘宝居前三。



2020年9月 全国电商投诉榜

1 绿森商城	2 拼多多	3 淘宝	4 京东
5 联联周边游	6 旅划算	7 大塘小鱼	8 唯品会
9 走着瞧旅行	10 易果生鲜	11 其他	12 学慧网
13 天猫	14 红布林	15 苏宁易购	16 转转
17 巨量引擎	18 美团	19 小米商城	20 好乐买
21 有赞	22 当当	23 途虎养车	24 小米有品
25 微拍堂	26 云集	27 飞猪	28 去哪儿
29 海带宝	30 腾讯课堂	31 交易猫	32 智行
33 年丰大当家	34 一只船教育	35 杂志云	36 闲鱼
37 洋码头	38 蘑菇街	39 淘粉吧	40 贝贝 (贝店)
41 分期乐	42 得物APP	43 找靓机	44 艺龙
45 达令家	46 熊猫生活	47 华为商城	48 微盟
49 小红书	50 批批网	51 1688批发网	52 国美
53 华硕商城	54 考拉海购	55 寺库	56 支付宝
57 来分期	58 微信商家	59 饿了么	60 工行融e购
61 妈妈购	62 轻松筹	63 大暑电商学院	64 彩贝壳
65 邮政	66 百姓网	67 虾皮 (shopee)	68 杂志猫
69 2CCM	70 聚优品	71 匀思商城	72 河小象
73 陌陌	74 严选放心购	75 海菠萝转运	76 红豆角
77 造作新家	78 天虹网上商城	79 神舟电脑官网	80 快手
81 速卖通	82 携程	83 邮乐网	84 惠民优品
85 侯伯亲子游	86 百世	87 易到用车	88 三星网上商城
89 51Talk	90 弹个车	91 麦淘亲子	92 多点
93 中国电信	94 金鹰购	95 平安好医生	96 D2C
97 对啊	98 前程将来教育		



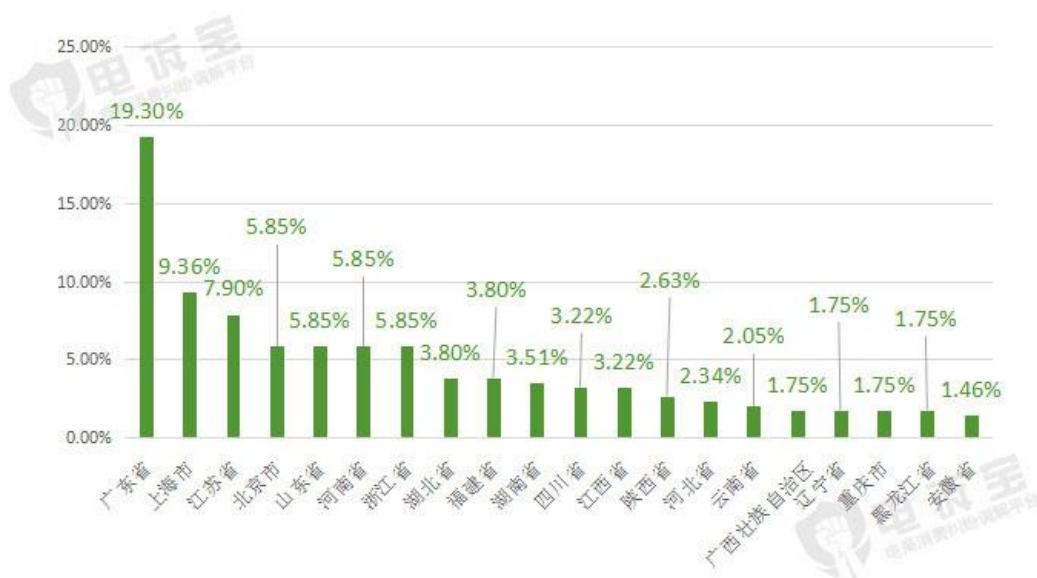
电商投诉，就上“电诉宝”

二、报告数据

（一）投诉地区分布

据“电诉宝”显示，2020年9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、上海市、江苏省、北京市、山东省、河南省、浙江省、湖北省、福建省、湖南省。

2020年9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9月全国网购用户投诉领域依次集中在国内网购、商家纠纷、在线差旅、网络支付、物流快递、跨境网购、网络订单、分期消费、银行电商、P2P网贷、网络传销、网络用车。

2020年9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9月全国网购男性占比为51.46%，女性占比为48.54%。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30.41%、17.84%、16.08%。

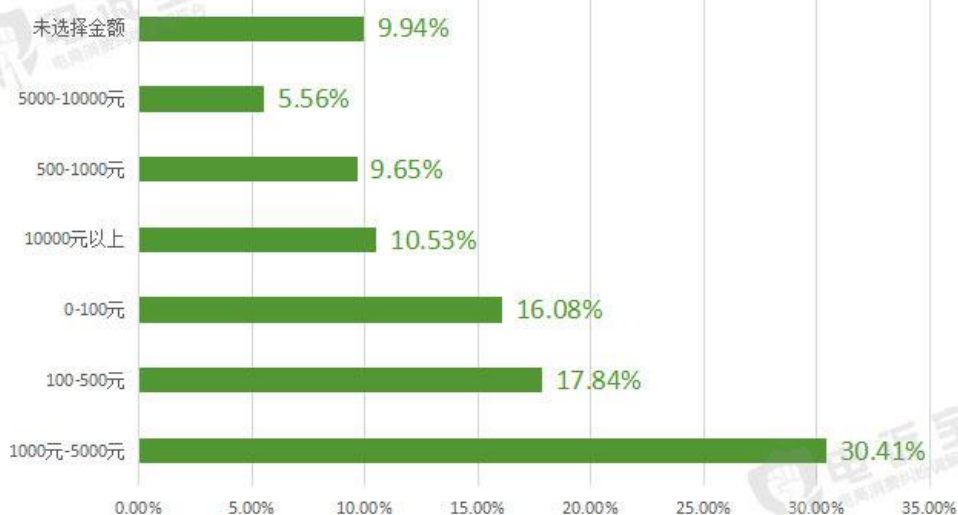
2020年9月全国电子商务投诉用户性别分布



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9月全国电子商务投诉金额分布



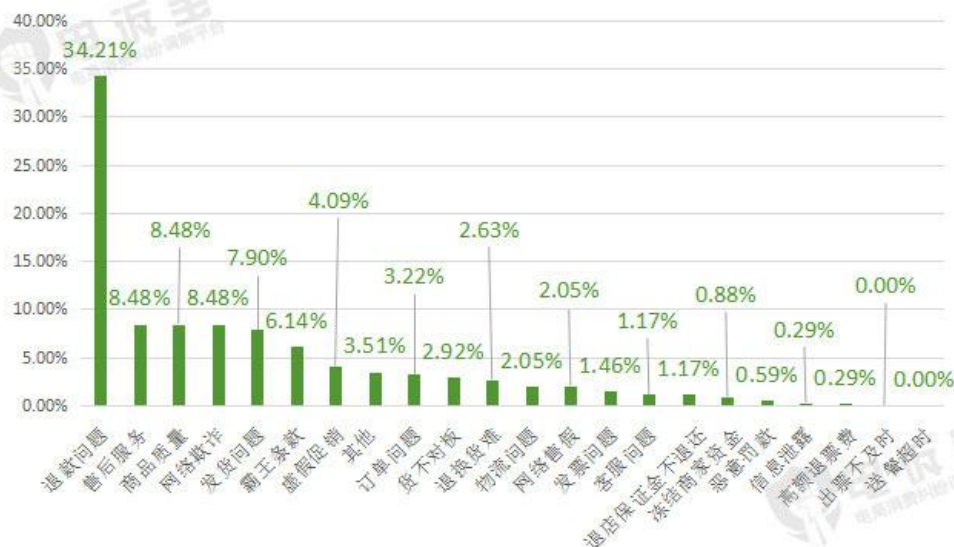
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

（四）投诉问题类型分布

据“电诉宝”显示，9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、售后服务、商品质量、网络欺诈、发货问题、霸王条款、虚假促销、订单问题、货不对板、退换货难。

2020年9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】“好乐买”商品到货不对板 退换货信息被删引纠纷

广东省的梁先生于2020年8月9日在天津好乐买信息技术有限公司旗下“好乐买”电商平台购买[海谜璃 女式 坠感直筒天丝牛仔阔腿裤女]，8月13日收货却发现货不对板不是海谜璃的裤子，于是联系客服退换货并于8月16日退回商品，且在好乐买网站中正确填写了退换物流信息。8月18日，物流显示已签收，查询好乐买网站上也显示正等待入库处理。8月26日联系客服让跟进处理换货。但是当9月1日登录好乐买网站查询处理结果，发现订单已经被设置成超15天无处理，并把退换货信息删除了。

【案例二】“国美”商品质量问题引不满 售后拖延退款难

9月3日，“电诉宝”接到四川省的蒲女士投诉称她于2020年8月2日在国美在线电子商务有限公司旗下“国美”订购一款苏泊尔的低糖电饭煲，8月4日到货，发现不能煮饭，本想申请售后，但国美APP系统平台一直无法签收，多次与国美在线服务系统联系，一直未处理，两周后蒲女士打400电话仍被告知等待，送到苏泊尔维修中心检测确实不能煮，苏泊尔说已经超出15天不能出检测报告，国美说没有质检书不能进行售后退款，就直接把我申请的售后关掉了。

【案例三】“小米有品”家电到货破损 因未验货退换货遭拒

湖北省的吴先生于2020年6月14日在有品信息科技有限公司旗下“小米有品”买了一套圈厨油烟机和燃气灶，8月24日顺丰送货上门，由于当时上班不在家让顺丰直接放到厨房。9月3日售后安装师傅上门安装，拆发现燃气灶边角玻璃是破的，于是立即联系圈厨的客服被告知因当时没有验货拒绝更换。吴先生表示第一次碰到这家商家，收到的商品破损却不给更换，商家态度极其恶劣，服务极其差。对此，“小米有品”表示核实处理中。

【案例四】“多点”绑定购物卡无故清零 联系客服说法不一

北京市的杨女士于8月19日在物美惠新店购买500元美通购物卡一张，在店员指导下通过多点新鲜（北京）电子商务有限公司旗下“多点”商城app存入绑定的手机号码会员中，当天只消费1元，随后卡片自行带回家并进行损毁处理，再无消费。8月31日消费时，发现APP中余额为0无法消费，随即拨打客服咨询，客服回复查询到卡内余额还有499，将上报主管咨询为何显示错误。客服当天未回复，9月1日经过催促后下午得到回复：卡内余额已于8月24日持实体卡分批进行了线下消费。客服两次回复不一致、无法给出令人信服的解决方案，以及多点平台无法保证储值账户的资金安全问题引杨女士不满。

【案例五】“小米商城”优惠券发放致延迟 众筹产品发货时限变90天引不满

9月5日，“电诉宝”接到河北省的赵先生投诉称他于2020年7月1日10:53:43在小米科技有限责任公司旗下“小米商城”下单，产品订单是众筹产品，预计发货时间定的是7月15日，但是在2周后小米商城借着发优惠券的理由通知众筹的小米吉姆尼遥控车现在不能发货，需等到9月30日以后再陆续发货。赵先生表示致电小米商城客服多次仍未得到准确时间发货且告知可以先退货。

【案例六】“三星网上商城”商品质量问题引不满 售后复杂退换货遇阻

上海市的曾先生于8月31日在三星（中国）投资有限公司旗下“三星网上商城”购买三星无线充电移动电源，9月2日到货发现商品质量问题：无线充电功能无法使用。于是要求商城换货，可客服要求去三星售后检测。曾先生认为商品质量问题需至几十公里去检测，不合理也不划算，于是无理由退货却被告知无理由退货要看完整包装，在发送客服照片后仍被要求去检测，不顾7天无理由退换货条款。

【案例七】“绿森商城”摊上事了不发货不退款 被投诉“猫腻”太多

广东省的王先生于8月7日在浙江绿森信息科技集团有限公司旗下“绿森商城”极速版APP下单购买一部iPhone11，于8月11申请退款，平台网站写的10-15个工作日处理退款，如今快一个月了，平台对处理退款仍然遥遥无期，永远没有一个准确的时间，最近疯狂接到绿森app的各种充值优惠福利，王先生怀疑集资准备跑路，涉及金额都是几千几万的，截止9月7日，平台一直不处理退款，期间打了无数个电话，一直在各种理由搪塞，拒不退款。同时，该平台没有任何第三方监管机制和平台，付款后，订单金额直接到对方公司账户，没有任何监管机制。

【案例八】“蘑菇街”被指恶意罚款 商品未出售却因售假被罚

9月8日，“电诉宝”接到浙江省的李女士投诉称她是杭州卷瓜网络有限公司旗下蘑菇街的商家，在2020年8月29日发现被扣除2000元罚款，扣款原因是卖假货，具体经过李女士表示她卖的是饰品，上架一个面膜但未通过审核21日被下架，但29号却被扣款。李女士认为商品都未审核通过不存在假货，直播播8天盈利300被扣除2000。

【案例九】“D2C”平台被指拖欠货款 不发货退款难客服疑“失踪”

9月8日，“电诉宝”接到江苏省的班先生投诉称她于6月份在杭州迪尔西时尚科技有限公司旗下“D2C”设计师平台购买5个商品，迟迟没有发货，联系客服说被告知没有货且建议申请退款但却迟迟未退款，三个月过去再次联系客服以及服务电话却没人回复。微信班先生对这笔钱进行了投诉，但是得不到回复，怀疑平台出问题。

【案例十】“年丰大当家”新鲜水果到货质量不一 售后赔付引不满

9月5日，“电诉宝”接到湖北省的王女士投诉称她于2020年8月17日在深圳市年

丰大当家科技有限公司旗下“年丰大当家”（原顺丰大当家）精选平台（林园生鲜店）购买芒果出现质量问题，到货芒果从内心损坏，与客服多番沟通过程中只同意赔偿 10 元，总订单额是 39.9 元，收到 3 个果子，且坏掉的是最大的果子，要求赔偿 17 元（按照 4/9 的标准计算），客服反复说平台发果 5 个以上为由，最多赔偿十元，有违背诚实信用原则。

【案例十一】“转转”180 天保质期被指虚假 质量问题未解决引二次投诉

广东省的李先生于 2020 年 5 月下单购买了北京转转精神科技有限责任公司旗下“转转”自营的一台笔记本，在 7 月份使用过程中出现不能开机，于是李先生 8 月份寄到维修站点维修到 9 月份却被告知不能开机查不了笔记本串码不给维修，退回给李先生。联系转转自营平台在线客服和电话客服反应都没人处理，9 月 4 日通过电诉宝第一次投诉终于有客服联系让去当地维修店咨询换主板多少钱再和他们说，咨询后要 520 元。但之后电话客服却再次告知李先生笔记本商品是不能维修但可以补偿 100 元。李先生怀疑平台显示保质 180 天是欺骗消费者的。

【案例十二】“闲鱼”平台处理有失“公允” 货不对板退货账号却被封

辽宁省的秦先生于 2020 年 9 月 21 日收到“闲鱼”卖家出售的糖果纸尿裤两包，收到货后，和自家实物对比，发现从质量，外形，颜色，气味和现在的纸尿裤完全不同，联系卖家遇到推诿，要求卖家如果觉得有争议可以让闲鱼客服参与解决纠纷。卖家给我退货，但是秦先生表示闲鱼号被无故封号，无法使用，且不能申诉，感觉有失公平。

【案例十三】“红布林”同款商品存差距 因误导下单联系客服退货遭拒

北京市的苏女士于 2020 年 9 月 6 日在致美生活(北京)科技有限公司旗下“红布林 PLUM”APP 购买连衣裙一条，该衣物布料颜色灰暗，无光泽，无筋骨，明显因多次不当洗涤造成布料表层的损坏，且该衣物内侧水标有剪标现象，一般水标剪标、划标均因品牌认定有瑕疵后加以处置的标识。同时，苏女士表示此前 7 月 5 日在该平台购买了同品牌、同款式、同成色的连衣裙，因尺码不适合又另行购买大一号产品，两件衣物平台统一评为 95 成新，但实物成色差距巨大，在一个与客服人员沟通后，平台回复“不支持退货”。苏女士怀疑该平台利用信息不对称，用不统一的评级标准随意标注衣物成色，误导消费者。

【案例十四】“抖音”主播被指虚假促销 不发货平台退货处理引不满

山东省的胡女士于 2020 年 8 月 16 日在北京微播视界科技有限公司旗下“抖音”直播间

购买小火锅，当时主播说买四盒小火锅另外 0.1 元购小烤箱一个，15 天发货，下单后到 8 月 31 日没有发货咨询小火锅店铺，小火锅店铺表示不知情，咨询小烤箱店铺至今无人回复，后来找到抖音客服，抖音客服说解决问题，一直到 9 月 2 日没有解决，9 月 4 日再次联系客服明确表示不接受虚假销售，只要小烤箱，客服说 2 个工作日解决，直到 9 月 10 日抖音发短信让胡女士申请退货。

【案例十五】“达令家”商品规格相同价不同 活动降价售后价保遇阻

江苏省的吉先生于 9 月 5 日在北京普缇客科技有限公司旗下“达令家”购买 2 套内衣 99 元，9 月 10 这套内衣搞活动优惠后 29.9 元，于是联系客服被告知商品不一样，吉先生再次购买一套 29.9 的内衣，收到货后发现商品，包装，条形码一模一样。达令家有近期商品降价补差价的规定，联系客服和达令家平台要求补 39 元差价，皆说商品规格不一样，销售页面 99 元 2 套有保暖 2 个字，而 29.9 的销售页面没有，而商品，包装，条形码一模一样。吉先生认为这是和消费者玩文字游戏，反复强调商品质量，包装，条形码一模一样，要求退差价 39 元客服和平台又说他们权力有限，无法解决。对此，“达令家”发来反馈称：已与用户进行了沟通并达成了一致意见，并且得到了用户的认可。

【案例十六】“微拍堂”手工艺品到货成印刷品 鉴定费难退售后客服引不满

9 月 5 日，“电诉宝”接到广东省的李先生投诉称他于 2020 年 8 月 24 日在杭州微拍堂文化创意有限公司旗下“微拍堂”上以 92 元的价格拍到了一副莲花生大士手绘唐卡，收到货以后是却一副现代印刷品，不是商家描述的手绘唐卡，就申请售后和鉴定，鉴定结果是现代工艺品，收取了 100 元鉴定费和快递费用，但是关于手绘唐卡还是印刷品的问题还没有解决，多次投诉没有结果，李先生表示客服态度差，偷换概念、欺骗消费者的行为真的很让人气愤。对此，“微拍堂”发来反馈称：会尽快核实情况。

【案例十七】“云集”商品未收显示已签收 售后退货遇阻时效低引不满

河北省的刘女士于 9 月 10 日在云集共享科技有限公司旗下“云集”购买的商品于 11 日显示已经被签收，但期间未收到任何电话或者短信，所购商品就被签收。9 月 12 日联系云集售后没有给很好的解决问题，9 月 13 日申请退款，云集售后电话告知，尽快帮助解决。9 月 14 日，退款申请被驳回，驳回理由是影响二次销售。要求将退货申请修改为退款退货，并且要写明是拒收。刘女士认为理由不成立：一，她没有收到货，无法退货；。二，她也没

有拒收，且一直没有收到货。再次联系售后，给予的回复要求修改退货申请，再一次被云集提出不合理的要求，当她投诉后云集客服给予的答复是明天才能给解决，刘女士表示对于这种处理方法和效率都不认可。

【案例十八】“快手”《派单精灵》广告被指虚假 广告下架售后退款难

9月3日，“电诉宝”接到江苏省的夏女士投诉称她在北京快手科技有限公司旗下旗下“快手”平台上发现关于《派单精灵》的广告，内容就是下载使用后可以挣钱的广告，夏女士表示因之前使用过快手，也知道快手平台登陆签到看视频是能提现到帐，了解到是快手上发布的，然后就使用了〈派单精灵〉，但使用几天后被卷款2000多元，其朋友也损失几百。都是通过快手的广告直接和间接下载使用的，现在快手上这个广告也下架了，但是仍留有记录的。同时夏女士认为快手发布虚假广告，不审核不把关。

【案例十九】“微盟” 用户代理经营困难 合同到期久未结算保证金难退

9月3日，“电诉宝”接到薛先生投诉称他于2017年11月30日与上海微盟企业发展有限公司签订了两份 微盟营销代理协议 5.0 合同编号，由于对市场了解不够充分，代理后经营异常困难 也就没继续经营，合同到2018年12月31日到期后合同终止不再继续经营。合同到期后微盟一直没有履行合同以及结算以及退还保证金等合同内容，直至现在 都没有一个明确答复。对此，“微盟”反馈称：经核实，目前受理投诉的相关负责人已经电话联系此用户，双方针对此例投诉问题已沟通协商完毕，并且对方同意退款方案。

【案例二十】“找靓机”二手手机质量存疑 包装不符售后运费难退

9月21日，“电诉宝”接到福建省的廖先生投诉称他于2020年09月14日在深圳市万事富科技有限公司旗下“找靓机”平台购买手机华为 nova7 二手手机，收到手机接通开电，对方要3到5秒左右才能正常听到我讲话内容，于是廖先生在找靓机平台投诉质量问题申请退货，货款已经退还，但是运费20元不退且告知不是质量问题无法退运费，要求提供购买手机重新检测的第三方检测报告。同时，廖先生表示他在“找靓机”平台购买的手机，可是收到的手机外包装却是转转平台，廖先生对此感到疑惑。

【案例二十一】“当当”网购书籍超72小时未发货 售后客服被指无限拖延

福建省的柳女士于2020年9月17日下午3:42在北京当当网信息技术有限公司旗下“当当网”下单购买《世界民族与宗教》一书。18日未发货联系客服被告知48小时以内发货。

但超 48 小时后仍未发货。20 日因仍未发货联系客服告知可能库房在休息，或者快递下班，周一发。但是周一下午联系客服却让柳女士“稍等”。柳女士表示 172 下单五天未见发货，客服每次只会说抱歉让她很不满。

【案例二十二】“易果生鲜”下单容易发货难 客服难联系售后退款遇阻

上海市的孙女士于 2020 年 9 月 22 日在上海易果电子商务公司作为生鲜电商企业旗下“易果生鲜”购买商品，商家确认订单，并承诺再 9 月 23 日 9:00-21:00 期间发货，截止至 9 月 28 日仍未发货，订单查不到物流信息，在线客服不回复消息，客服电话打不通，目前联系不到商家，不能退货也无法退款。

同时，上海市的另一位女士投诉称她于 9 月 17 日在“易果生鲜”下订单，当时网页商品介绍里说明有货隔天可以发货，但到目前 28 日订单却没有任何信息，查不到任何物流信息，客服联系不上，联系不到商家，退货退款都无法操作，整个订单属于无人应答，无人处理状态，期间在订货前和客服交流了几次，都有回应，但在订货后，再试图沟通都处于无人应答状态，网页上的投诉电话已经联系一个多星期了，无人应答。

【案例二十三】“淘宝”活动商品被指虚假促销 下单成功却被强制取消

9 月 23 日，“电诉宝”接到重庆市的高先生投诉称淘宝网于 2020 年 9 月 22 日 17 时左右发布百亿补贴促销商品，购买商品需先按活动要求找 80 个人助力后领取优惠券，他按其要求完成助力，领取了优惠券，于当天 17 时 41 分成功支付订单，等待发货。9 月 23 日 15 时 24 分，淘宝单方面取消订单退款，且无法重新下单，未做出任何解释，未给予任何理由，单方面强制取消订单，高先生也按其要求完成助力，领取优惠券，其过程合法合规。

【进口跨境电商】

【案例一】“洋码头”下单 MK 包包质量存瑕疵 售后退货遭双双拒绝

陕西省的赵女士于 2020 年 8 月 29 日在上海洋码头网络技术有限公司旗下“洋码头”购买了 MK 的包，9 月 18 日到货拆开后拆开发现包包前面金属扣和带子连接处有咯吱咯吱的杂音，后面没有声音，是正常的。赵女士认为因是新包，背两天就好，但是背了一天不见好，特别影响使用感受，就跟卖家和平台沟通，都拒绝退货。赵女士因此怀疑是假货，不能上传产品照片，只能上传视频才可以证明此包的瑕疵和质量问题，照片不行。

【案例二】“熊猫生活”代购商品清关遭拒被退回 售后客服说法引质疑

9月23日，电诉宝曾接到肖女士投诉称她于2020年9月5日在上海惊浪计算机信息技术有限公司旗下“熊猫生活”代购了一个破壁机和一些测血糖试纸，申请发往加拿大。肖女士在付齐国际运费和保险费后7日发送，过了十天根据熊猫生活提供的物流单号在网上跟踪查询我的包裹，发现包裹17号日被上海海关退了，于是和熊猫客服联系却被告知包裹运输状态正常，在9月19日包裹退回后依然告知包裹运输状态正常。在将查到的物流信息截图发给平台才承认包裹被海关退了。当知道包裹无法寄往加拿大肖女士要求将包裹寄到中国的地址，却遇到熊猫生活工作人员拖延说没有收到邮局退回的包裹无法得知送达时间，但肖女士表示21日中国邮政的投递员已经退货妥投。对此，“熊猫生活”反馈称包裹已退回到邮局，暂时还未退到我们仓库，已经在催促物流部门确认退回情况及时间，并会要求加急安排退回至我们仓库，一旦我们收到退包，便会按您提供的国内地址安排重发的。

（二）生活服务电商

【案例一】“智行火车票”因疫情机票订单取消 退款疑藏“猫腻”陷无限等待

2020年9月13日，电诉宝接到山东省的谭女士投诉称于5月2日在上海蒜芽信息科技有限公司旗下“智行”下单由曼谷飞济南的机票但因疫情原因取消。联系智行火车票先是被告知一个月退款，后又改口国际航班三个月退款，可至今也没有退款。询问客服多次被告知耐心等待，但狮子航空的人员告知没有收到退款申请，需要RAA号，联系智行却得到错误的号码。智行说与狮子航空协商，但是直到现在也没有答复只是让等待。

【在线旅游】

【案例一】“走着瞧旅行”599云南游“特价卡”退款问题引“纠纷”

广东省的邝女士于2020年9月7日上午在无锡走着瞧旅行社有限公司旗下“走着瞧旅行”“云南时光”上购买599云南游旅行卡两张。因下午原有出行计划有变，现申请商家退款，遭受商家拒绝。商家给出理由如下：1. 此卡为特价卡，不予退款；2. 已支付费用给当地酒店、门票等；3. 如要退款，需要扣除原价金额60%的费用。邝女士认为商家列举上述理由均不成立：1. 经多次在走着瞧公众号浏览，发现“云南行”售价始终为599元，所以“特价卡”只是商家推销噱头，并非特售特卖；2. 商家未向她提供任何订购酒店、门票等票据证明，且邝女士从未预约出行，也未确定出行人员。商家提前付款给酒店、景区的

理由明显不合理。3. 购买“旅行卡”所支付的费用为全额的预付款，商家拒不退还的行为无任何法律依据，且双方也并未签署过任何合同，商家提出60%扣除费用不合理，我方不认可。

【案例二】“联联周边游”预付消费藏“隐忧” 下单容易预约难售后遇推诿

上海市的张女士于2020年9月9日早上下单京联永欣科技（成都）有限公司第三分公司旗下“联联周边游”上海站微信公众号上推出的【苏州吴中希尔顿欢朋酒店】。在下单前已确认要预订的9月19日还有库存，因订单下单后才能预约具体入住日期张女士便立即下单，但下单后预约9月19日入住时发现已没有库存。订单使用日期为9月9日至10月29日，但张女士表示除9月19日外没有其他合适的时间消费，于是立即跟客服反应要求退单。联联客服表示不能解决问题，只能反馈给专员解决，专员告知需等待3—5个工作日，但反映问题一天没有专员联系，找客服要专员的联系方式也不给，张女士认为联联推诿不想解决问题。对此，“联联周边游”反馈称：特价抢购类产品预约不到不作为退款理由，已考虑到客户，特殊申请到85%退款，客户接受。

【案例三】“麦淘亲子”疫情影响8个月无授课 售后遇诱导兑换课程引不满

2020年09月10日，“电诉宝”接到北京市的王女士投诉称她于2019年在上海麦亲信息科技有限公司旗下“麦淘亲子”购买麦淘亲子年卡，有效期至2020年9月23日。因疫情从1月份中旬开始线下课就没了，截至到有效期还有8个月。结果今天9月10日发短信提示还有两周过期，就去升级年卡，而升级年卡就是兑换成线下课程。我就打客服电话问可以兑换多少课程，答复说页面有提示兑换的课程，但操作时根本没有课程提示直接就兑换了。兑换完之后发现在页面找到一个1+1的课程，是8节课。我想着也太少了吧，剩余8个月就兑了8节课，且只能兑换成一种课程。第二次找客服，却被告知5月份之前可以兑换4个主题16节课，5月份之后可以兑换2个主题8节课。对此，王女士表示不满认为首先，8个月的课时按照每周一次课应该有32节课，结果最多只给兑换16节线上课。第二，兑换规则没有提前打电话告知用户，我并不知道。第三，第一次打客服电话未告知我兑换规则。综上，麦淘有涉嫌制定霸王条款，兑换规则商家自己制定，且只能兑换一种固定课程，消费者没有选择权利，商家明明知道兑换规则却不告知消费者，诱导消费者去兑换。

【案例四】“去哪儿”抢购活动被指藏疑云 售后客服解释不一

北京市的李先生于 2020 年 9 月 9 日 15 点整参与北京趣拿信息技术有限公司旗下“去哪儿”app 开展的 999 抢购机票酒店活动，根据活动流程及页面参与抢购，在 15:00-15:06 分之间，成功参与抢购到 999 权益 7 次，但页面每一次都提示库存不足，强制退出，重新参与抢购，活动页面提示已抢光不可参与，因页面提示与实际情况不符，多次拨打电话客服要求核对其情况是否正常，客服均称无法核对。页面提示库存不足，是当时有用户未支付造成。去哪儿客服解释，客服称无法查询和提供相关记录。李先生认为活动页面按钮标注的是“去抢购”，点击会一直提示“活动太火爆，稍后再来抢”需要不断快速点击，点击进入后，会直接提示付款，如果没有了库存，页面按钮会变成“已抢光”；活动结束后会变成已结束无法再参与；根据以上情况所属，9 月 9 日参与的场次活动，实际流程与提示不符；客服三次回复，解释均都不一，最后给的答复是，因为我进入是缓存页面，所以不能支付且都给予了一样的提示。

【案例五】“携程”无故多出订单 因未支付被催收售后处理引不满

9 月 11 日，“电诉宝”接到河南省的晁先生投诉称他于 7 月 27 日在上海携程国际旅行社有限公司旗下“携程”预定郑州索尔斯酒店后，但之后却出现 28 日的订单，30 日联系携程后才发现又出现 28 日的订单，晁先生表示该订单他并未正常入住，却被要求支付房费，而携程和酒店都没有通知入住，28、29 日也没有任何沟通。晁先生认为存在霸王条款，拒绝支付，一直与携程沟通却未果，从 8 月 10 日后携程一直催收介入。

【案例六】“飞猪”下单成功却成测试单 酒店难入驻售后态度引不满

广东省的王女士于 2020 年 9 月 3 日在阿里巴巴（中国）网络技术有限公司旗下“飞猪”平台上下单，于 9 月 4 日 12:45 到酒店办理入住，前台表示没查到该订单。联系飞猪客服被告知是所下订单为测试单，也与酒店确认过。王女士表示一直在前台等候过程中酒店这边并未收到任何飞猪的来电。被告知无法安排原单入住只能前台现付，多付一间房费才能入住。接着 12:02 在线联系飞猪客服再次被告知是测试单。王女士表示这个订单是要正常入住的但平台回复一样。投诉飞猪商家客服以及飞猪淘 1 站专营店，处理问题态度恶劣。且飞猪客服与飞猪合作商在未与酒店未与客人核实的情况下，直接就说这是测试单，态度恶劣，之后便不再受理。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，对此，“飞猪”发来反馈称：经过综合判断未测试单，无法支持到相关赔付。

【案例七】“旅划算”团购订餐商品规格下降 售后退款 30%手续费

9月5日，“电诉宝”接到杨女士投诉称她于2020年5月在广州市旅划算国际旅行社有限公司旗下“旅划算”团购了2个订单共计6份长沙现代凯莱酒店的自助餐。这家餐厅常去所以品质认为有保证，今年餐厅是疫情过后重新开业的，后发现餐厅菜品相较以前品质、数量都有下降，特别是一人一例的佛跳墙，从以前的一罐变成了半罐。不太满意地用完这次，准备将另一个订单取消，才发现旅划算根本没有退款这一项，之后联系客服先是告知不能退。杨女士表示国家有规定可以退时客服表示退款可以，只能退70%。

【案例八】“艺龙旅行网”APP 国庆预定酒店被“砍单” 假期房价上涨引不满

浙江省的王先生于9月8日在艺龙网信息技术（北京）有限公司旗下艺龙酒店APP上，预订了杭州市临安区天目山云水山居民宿10月1日至10月4日3晚的住宿，已经过了酒店的确认。艺龙酒店APP于9月17日以没有了房间、没联系上王先生为由就把订的酒店取消了。因国庆节临近，酒店把原来的房间价格翻倍涨价，造成了本人原定计划不能实施。对此，“同程艺龙”发来反馈称多次联系客人电话拒接或无人接听。

【在线教育】

【案例一】“对啊网”申请容易退款难 贷款分期成“潜规则”

9月1日，“电诉宝”接到广东省的冯女士投诉称她于2020年7月31日傍晚在“对啊网”购买对啊网旗舰店啊注会网络课程。冯女士通过卖家提供付款链接进行贷款式分期付款，付款完成后卖家并未说明退款事项，于2020年8月6日下午（符合在消费7天内）还没收到全部教材的情况下向卖家提出退款申请。商家用各种理由推脱说不符合24小时内退款的规定，霸王条款不同意退款并不予受理。

【案例二】“大塘小鱼”商城下单商品质量存“隐忧” 低价促销售后难

9月7日，“电诉宝”接到广东省的马女士投诉称她于2020年8月11日在北京渔塘软件科技有限公司旗下“大塘小鱼”绘本课堂公众号的商城购买了一个塑腰带，使用几次就坏了，以为没电但充满电后还是不能正常使用；跟客服反映问题，但是不及时回复，马女士认为该平台只负责售卖，其他售后服务等问题就不搭理，平台利用低价吸引消费者，却提供劣质产品给消费者，怀疑合作方提供的产品来源的可靠性。对此，“大塘小鱼”发来反馈称：我方已经和用户做了沟通，向用户做了解释说明，对于产品售后问题，给用户带来不便表示抱歉，并联系用户帮用户妥善处理。

【案例三】“一只船教育”被指虚假宣传 消防工程师挂靠存风险售后态度差引不满

9月15日，“电诉宝”接到上海市的陈先生投诉称他在销售的鼓动下加入北京一只船教育科技有限公司旗下“一只船教育”消防工程师，加入后发现所谓的宣传均为虚假宣传，与实际不符，且误差很大。所谓的高通过率，承诺挂靠毫无风险，实际挂靠风险极大。当投诉商家后，接到电话沟通中出现质问、反问、讥讽、嘲笑用户。且服务态度相当恶劣。全程沟通都是用户声音压制用户，反复询问用户为什么投诉，最后客服主动挂断电话，电话中承诺非消防专业也可以考证。

【案例四】“51Talk 无忧英语”外教课程进度难跟 售后退款 20%手续费引疑惑

9月18日，“电诉宝”接到湖南省的彭女士投诉称她于7月19日花4699元为小孩子购买了北京大生知行科技有限公司旗下“51talk”哈沃小班特色课程88次外教+额外赠送44次中教课程。8月11日正式上课，因全程外教小孩子英语基础差跟不上，因小孩子没兴趣于9月1日便停课。原在购买前，与销售沟通是试学期为30天，从上第一节课时算起，如果有孩子不感兴趣或效果不好，可扣除上课课时费后，全额退还剩下课费。根据这一条约，彭女士在9月2日及时与销售沟通停课事项，销售在给做工作反复劝导继续学习无果后同意按约退款，说在7—15日内退款到位。但10多天过去了，51talk负责退款的工作人员先是极力劝说再学不要退款，退费人员就说退款不仅要扣课时费，而且要扣20%的手续费。

【案例五】“学慧网”诱导报考课程考试取消退费难 强制改课引不满

9月29日，“电诉宝”接到湖南省的贺女士投诉称因2019年长沙市人力资源和社会保障局可以报销人力资源四级的考试费用，于是她就在网上咨询该考试的具体事项，因为需要提供电话号码才可以进一步咨询。于是，北京学慧网络科技有限公司旗下“学慧网”在获取联系电话之后，不断地打电话骚扰，误导并怂恿贺女士于2019年10月19日微信转账1500元报考了人力资源四级。但2020年9月份，人社局取消了人力资源四级考试，当要求学慧网退款时被告知不能退款，只能转报中级经济师，于是贺女士于2020年9月4日被迫改报中级经济师。

【案例六】“腾讯课堂”购买跨境课程承诺未兑现 售后遇推诿退费难

9月29日，“电诉宝”接到上海市的霍先生投诉称他于8月17日通过深圳市腾讯计算

机系统有限公司旗下“腾讯课堂”拍下将来教育跨境电商的课程，机构承诺赠送台湾站点店铺永久使用权，赠送各种工具等，承诺未开课课题退款，腾讯课堂承诺随时退款。在后期操作中店铺申请不下来，遂找腾讯课堂退款，腾讯课堂让和培训机构协商，培训机构说没有上课可以退款，待提交未上课证明后又以各种理由拒绝退款。现在培训机构未履行承诺保证7天下店铺，未履行未上课可退款，平台进度不到位，承诺随时退未履行。

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。



“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诊咨询与维权服务，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。

电诉宝
315.100EC.CN
电商维权直通车

投诉案例 曝光台 案例解读 法律求助 电商预警 微信投诉 自媒体爆料

电诉宝 全新升级 投诉过程透明化 信息动态一手掌握

在线投诉 进度查询 平台登录

真实姓名* 姓名 年龄* 性别*
所在地* 邮箱* example@qq.com 投诉对象* 电商平台如淘宝、京东、苏宁
网址 店铺或商品网址 订单号* 输入订单号 涉及金额
举报投诉* 投 问题类型*

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，引导消费者误以为发货了，其实根本没有发货，只是快递公司给商家做假物流信息考核，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假物流信息考核，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

电诉宝
电商消费纠纷调解平台

电商投诉，就上“电诉宝”
高效解决消费纠纷



投诉榜

更多

总排名	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

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 9 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 10 月 12 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)

