

2020年（上）

中国二手电商消费投诉数据与典型案例报告

数据来源：



案例来源：



发布时间：2020年8月26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、榜单数据	3
二、整体数据	4
（一）投诉领域分布.....	4
（二）投诉用户性别金额分布.....	5
（三）投诉地区分布.....	7
（四）投诉问题类型分布.....	7
三、典型案例	8
【典型案例一】“红布林 PLUM”	8
【典型案例二】“转转”	13
【典型案例三】“闲鱼”	17
【典型案例四】“猎趣”	22
【典型案例其他】爱回收、孔夫子旧书网、回收宝、找靓机.....	26
四、关于我们	28
（一）关于电诉宝.....	28
（二）关于网经社.....	30
（三）报告发布计划.....	32

一、榜单数据

据国内知名电商智库网经社电子商务研究中心发布《2019年度中国二手电商市场数据报告》显示，2019年我国二手电商市场规模为2596.9亿元，用户规模超1.4亿人，二手电商初步形成了“两大寡头、四大梯队”市场格局。随着行业的扩张，二手电商平台的商品变得鱼龙混杂，近期“闲鱼”被指商品涉嫌色情低俗内容宣传和售卖，引起社会关注。

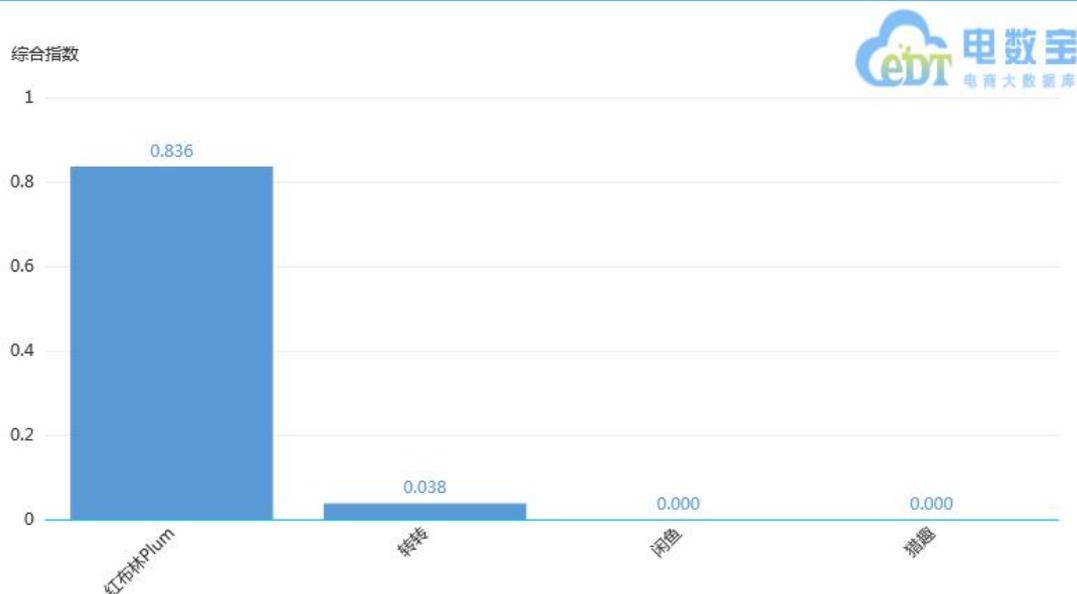
8月26日，依据国内电商专业消费调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）2020年上半年受理的全国**435家**电商平台海量用户消费纠纷案例大数据，网经社电子商务研究中心发布了《2020年(上)中国二手电商消费投诉数据与典型案例报告》。

网经社将二手电商定义为专注于闲置商品交易的电商平台。主要交易形式有二手买卖、二手置换、二手回收等。这里所指的二手电商一般不包括二手车、二手房此类大件商品。二手电商的玩家包括：1) 二手综合类：闲鱼、转转、享物说、胖球等；2) 二手电子产品类：找靓机、爱回收、回收宝等；3) 二手时尚类：花粉儿、红布林等；4) 二手奢侈品类：只二、心上、胖虎等；5) 二手书类：孔夫子旧书网、阅邻等。

2020年上半年“电诉宝”受理投诉中涉及的二手电商平台有红布林 PLUM、爱回收、转转、闲鱼、猎趣、孔夫子旧书网、回收宝、找靓机。此前，只二、享物说、多抓鱼、旧书街、拍拍二手、心上等也接到消费者的投诉。

其中，**红布林 PLUM、转转、闲鱼、猎趣** 4家二手电商消费投诉数据及典型案例被披露。

2020年上半年二手电商消费评级指数对比



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

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

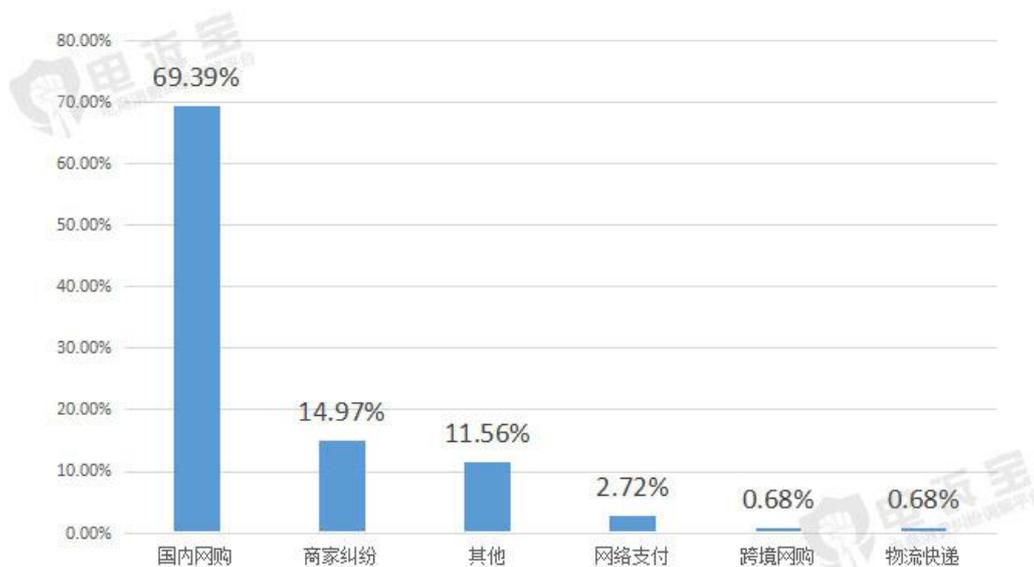
据“电数宝”电商大数据库（DATA.100EC.CN）显示，红布林获“建议下单”评级；转转、闲鱼、猎趣均获“不建议下单”评级，在受理平台移交的用户投诉，平台反馈率、回复时效性、用户满意度相对较低，需积极受理第三方移交督办的全国各地用户投诉线索并第一时间相应、及时反馈，努力提高售后服务水平和口碑。

据悉，消费评级指数依据反馈率、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。

二、整体数据

（一）投诉领域分布

2020年（上）二手电商投诉领域分布



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

2020年上半年期间，二手电商的用户投诉领域主要集中在国内网购、商家纠纷，占比分别为69.39%、14.97%。

（二）投诉用户性别金额分布

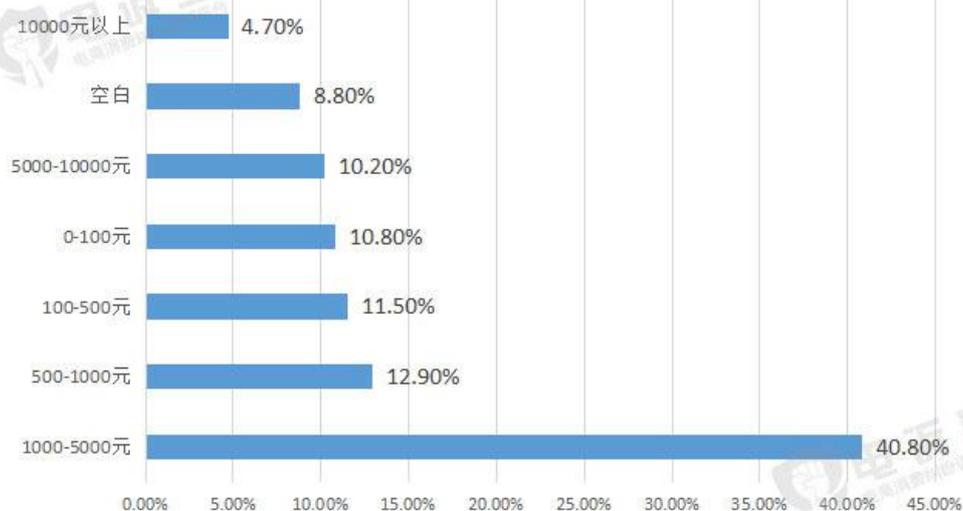
2020年（上）二手电商投诉用户性别分布



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（上）二手电商投诉金额分布



图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

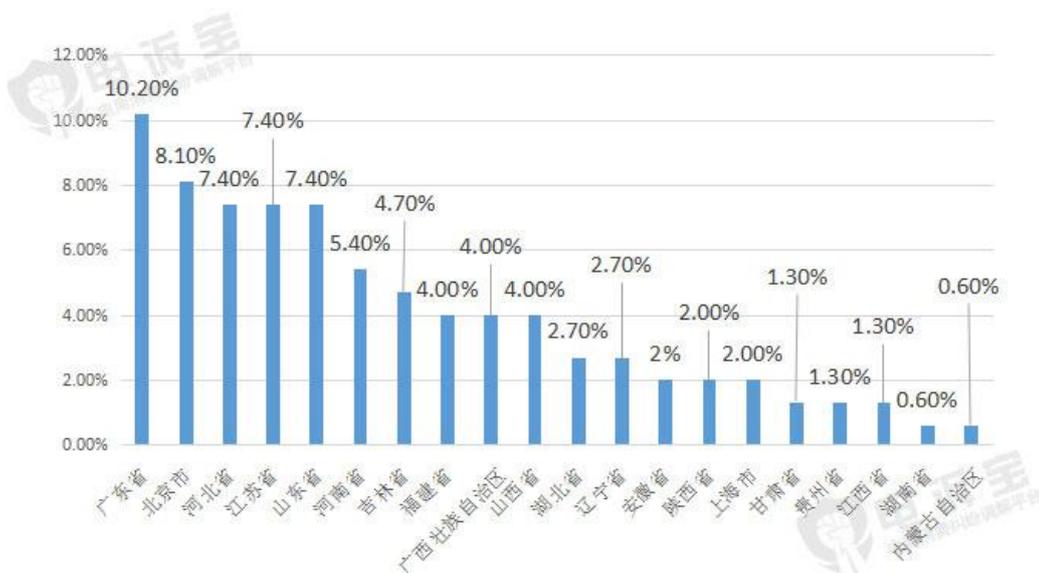
数据来源：WWW.100EC.CN

2020年上半年期间，投诉二手电商的用户性别占比分别为男性（51.70%）、女性

(48.20%)；投诉金额区间前三依次为 1000-5000 元区间 (40.80%)、500-1000 元 (12.90%)、100-500 元 (11.50%)。

(三) 投诉地区分布

2020年(上)二手电商用户投诉地区分布



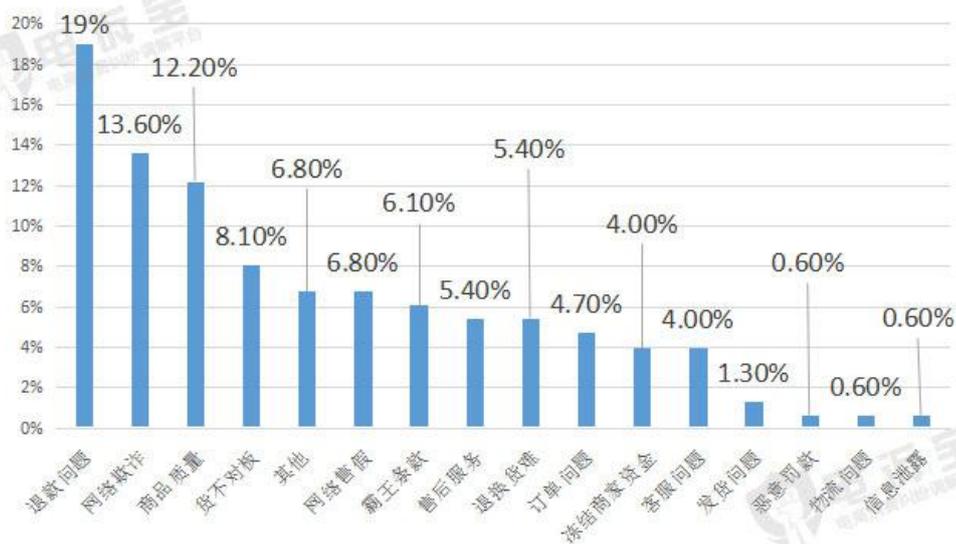
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

2020 年上半年期间，投诉二手电商的用户集中地前三依次为广东省、北京市、河北省，占比分别为 10.20%、8.10%、7.40%。

(四) 投诉问题类型分布

2020年（上）二手电商投诉问题类型分布



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

据国内电商专业消费调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）受理用户维权案例显示，退款问题、网络欺诈、商品质量、货不对板等是2020年上半年期间二手电商投诉的主要问题。

三、典型案例

【典型案例一】“红布林 PLUM”

上半年投诉数据



据“电数宝”电商大数据数据库（DATA.100EC.CN）显示，2020年（上）致美生活（北京）科技有限公司旗下“红布林”共获9次消费评级，8次获“建议下单”评级，1次获“谨慎下单”评级。综上所述，2020年上半年红布林获“建议下单”评级。

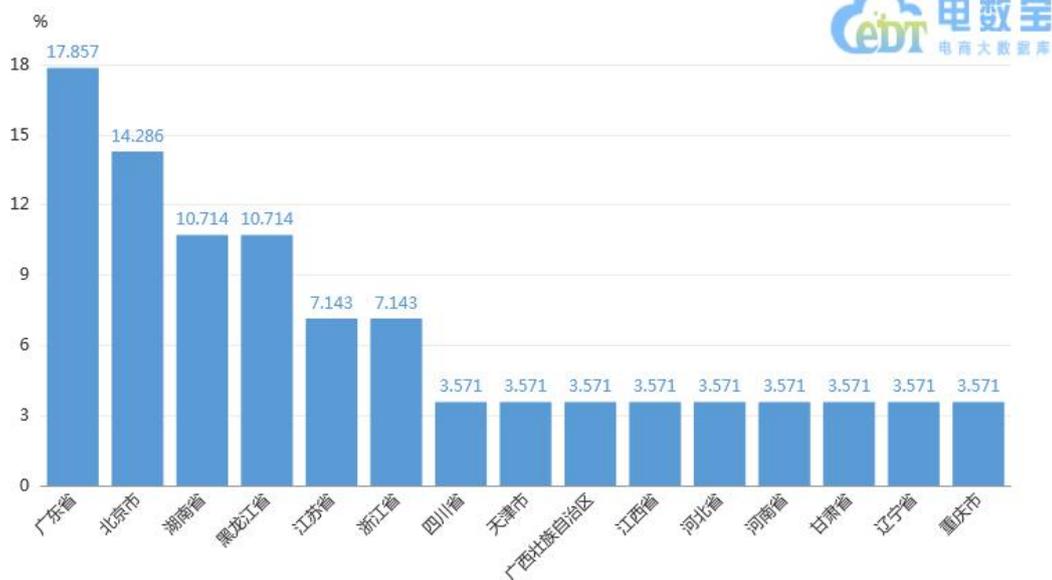
2020年（上）红布林Plum月/季消费评级数据明细						
年份	时间段	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
2020年	7月	80.00%	0.720	0.000	0.616	谨慎下单
2020年	上半年	100.00%	0.921	2.000	0.836	建议下单
2020年	第二季度	100.00%	0.917	2.000	0.835	建议下单
2020年	6月	100.00%	0.750	0.000	0.725	谨慎下单
2020年	5月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2020年	4月	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
2020年	第一季度	100.00%	0.925	2.000	0.838	建议下单
2020年	3月	100.00%	0.943	2.000	0.843	建议下单
2020年	2月	100.00%	0.933	2.000	0.840	建议下单
2020年	1月	100.00%	0.867	0.000	0.760	建议下单

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

投诉地区分布

据“电数宝”显示，2020年（上）投诉“红布林 PLUM”的用户主要集中地依次为广东省、北京市、湖南省、黑龙江省、江苏省、浙江省。

红布林Plum2020年上半年投诉者地区占比图



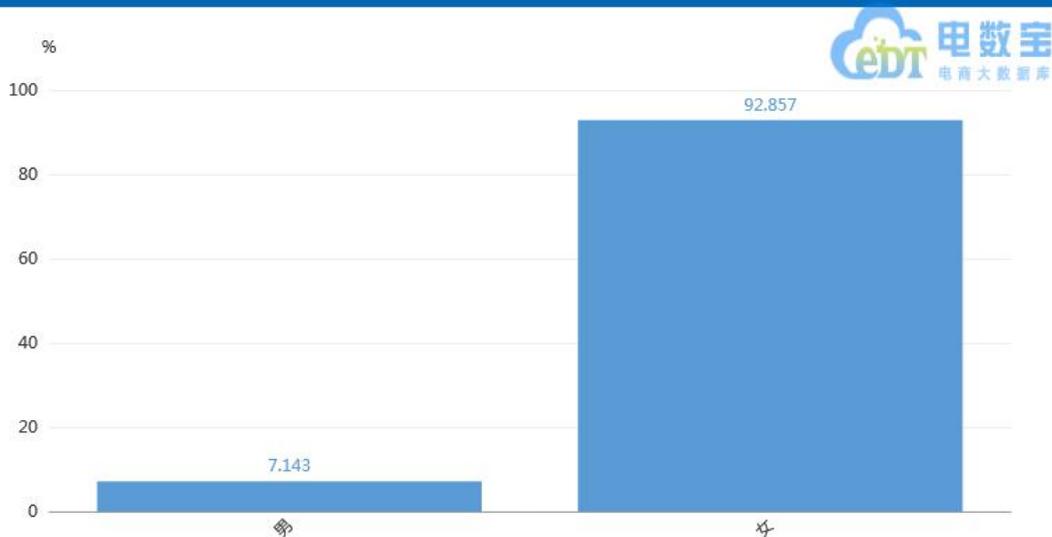
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉性别及金额分布

据“电数宝”显示，在投诉“红布林 PLUM”的用户中，男性占比 7.143%，女性占比 92.857%。另外，用户投诉“红布林 PLUM”的消费金额在 1000-5000 元区间、5000-10000 元区间、10000 元以上的占比较多，分别为 39.286%、28.571%、17.857%。

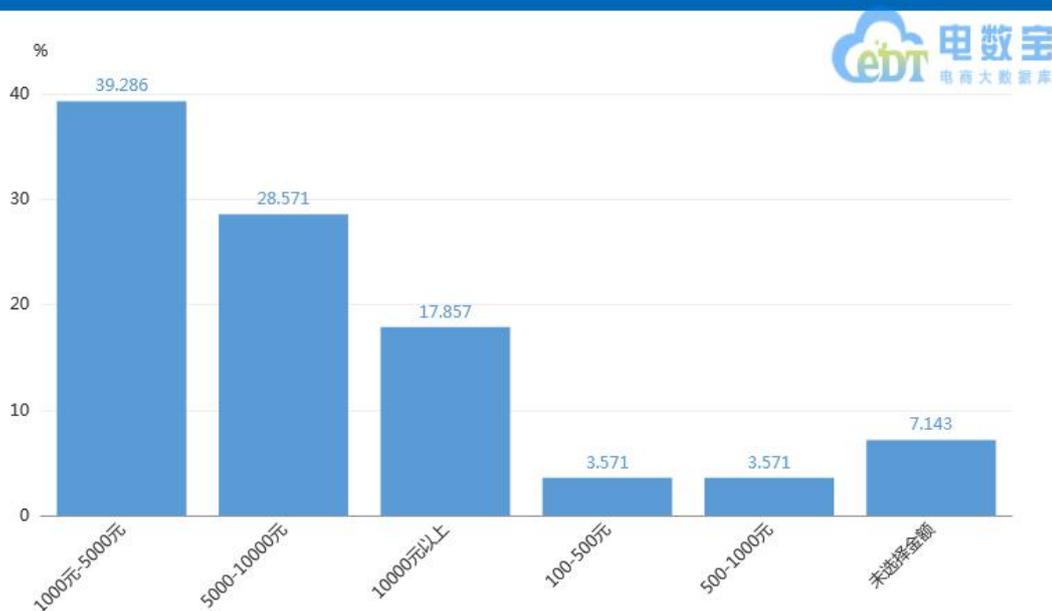
红布林Plum2020年上半年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

红布林Plum2020年上半年投诉金额占比图



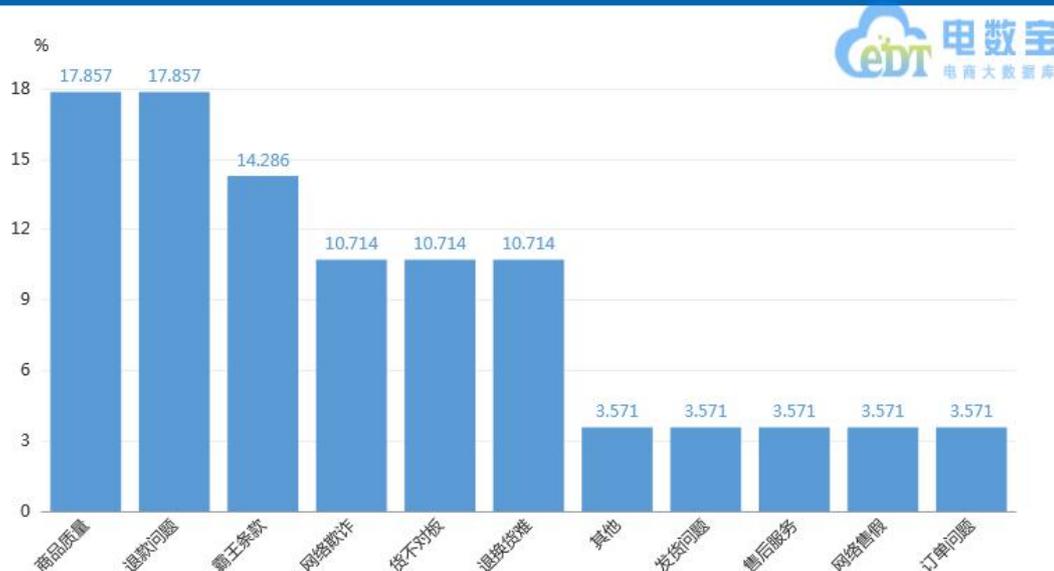
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

典型案例披露

此外，据国内电商专业消费调解平台“电诉宝”受理用户维权案例显示，“红布林 PLUM”存在商品质量、退款问题、霸王条款、网络欺诈、货不对板、退换货难等问题。

红布林Plum2020年上半年投诉问题类型占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

【案例一】“红布林 plum”商品质量问题 售后退货遭拒

李女士4月12日在致美生活(北京)科技有限公司旗下“红布林”琼芝直播外场花15730购买卡地亚手表，4月26日收到表之后发现表不走，第一时间联系红布林，售后辩称是电池没电不承认是质量问题，5月2日来到卡地亚售后服务中心，本想更换电池，但经专业人士检查此表为进过水，电路板已生锈损毁的表，在售后中心第一时间联系红布林，客服以已反馈耐心等待等说词推延，从5月2日之后每天都询问进展，直至5月5日中午红布林售后来电，说从我4月26日收货已过了7天售后时间，无法提供售后服务。对此，“红布林 PLUM”发来反馈称：平台已收到用户反馈问题，该问题已反馈给平台相关负责人核实解决中，核实结果后第一时间联系用户，请用户耐心等待。用户商品已给协商处理完毕，用户认可。

【案例二】“红布林”商品质量问题 售后退款遭拒

卢女士于2020年2月28日在“红布林”网站平台的直播间购买的 gucci 包，3月5日收到货发现包有质量问题。包的皮面有明显的皱纹，裂纹现象。关键与直播间介绍的九九新的包有很大的差距，直播间介绍包有欺瞒瑕疵现象。收到的实物与直播间介绍的有明显的差别。花了7978元买的这个品质的包有种上当受骗的感觉。所以我申请退款，红布林不给退

让我寄卖。对此，“红布林”发来反馈称：平台已经收到用户反馈信息，目前已将用户反馈信息转给相关负责人核实，核实后和用户联系，请用户耐心等待。

【典型案例二】“转转”

上半年投诉数据



据“电数宝”显示，2020年（上）北京转转精神科技有限责任公司旗下“转转”共获9次消费评级，9次均获“不建议下单”评级。综上所述，2020年上半年转转获“不建议下单”评级。

2020年（上）转转月/季消费评级数据明细

年份	时间段	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
2020年	7月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	上半年	4.76%	0.048	0.000	0.038	不建议下单
2020年	第二季度	20.83%	0.208	0.000	0.167	不建议下单
2020年	6月	20.00%	0.200	0.000	0.160	不建议下单
2020年	5月	20.00%	0.200	0.000	0.160	不建议下单
2020年	4月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	2月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	1月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

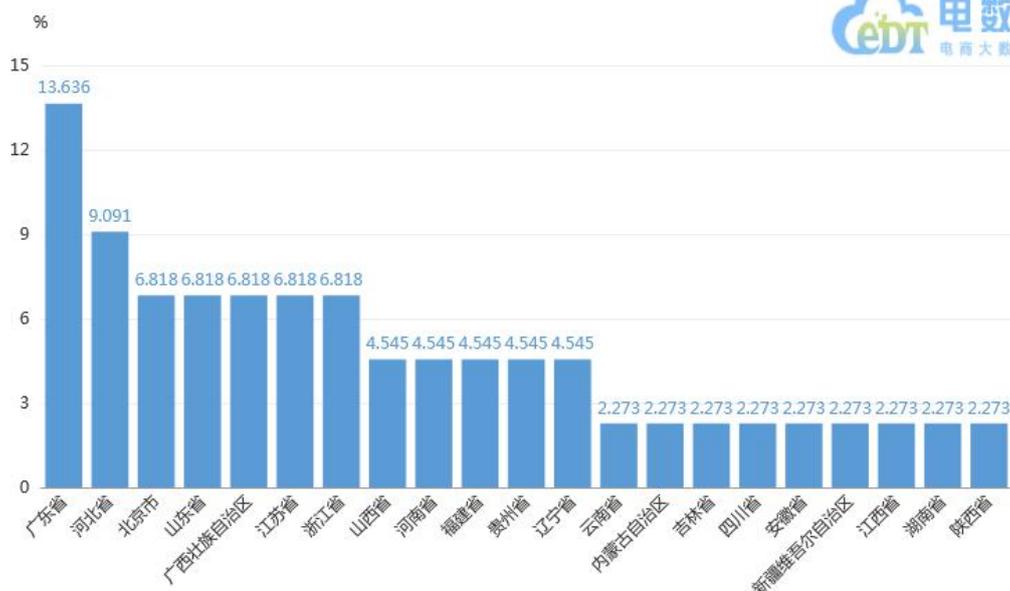
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉地区分布

据“电数宝”显示，2020年（上）投诉“转转”的用户主要集中地为广东省、河北省、北京市、山东省、广西壮族自治区、江苏省、浙江省。

转转2020年上半年投诉者地区占比图



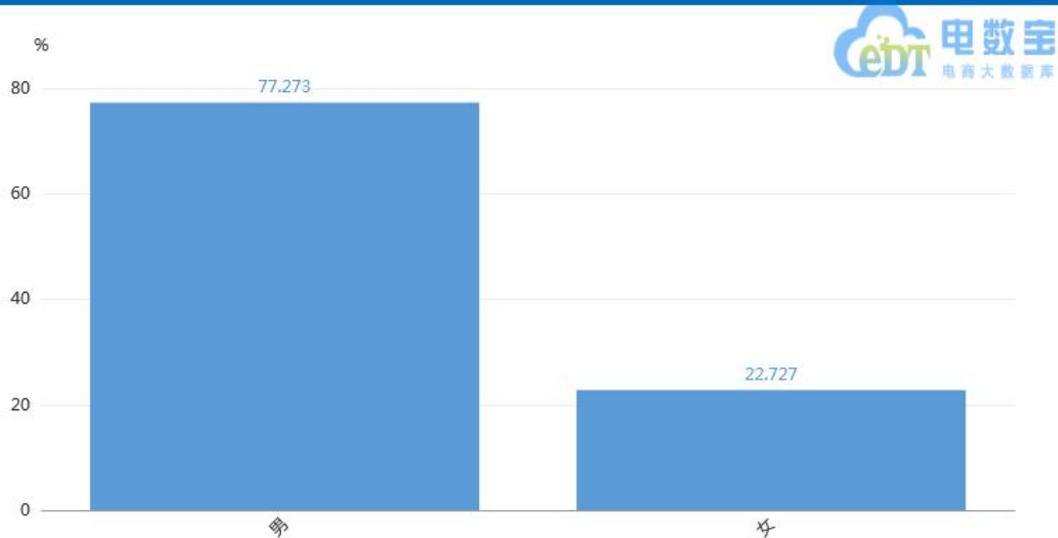
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉性别及金额分布

据“电数宝”显示，在投诉“转转”的用户中男性的占比为77.273%，女性的占比为22.727%。另外，用户投诉“转转”的消费金额都集中在1000-5000元区间、500-1000元区间、5000-10000元区间，占比分别为59.091%、11.364%、11.364%。

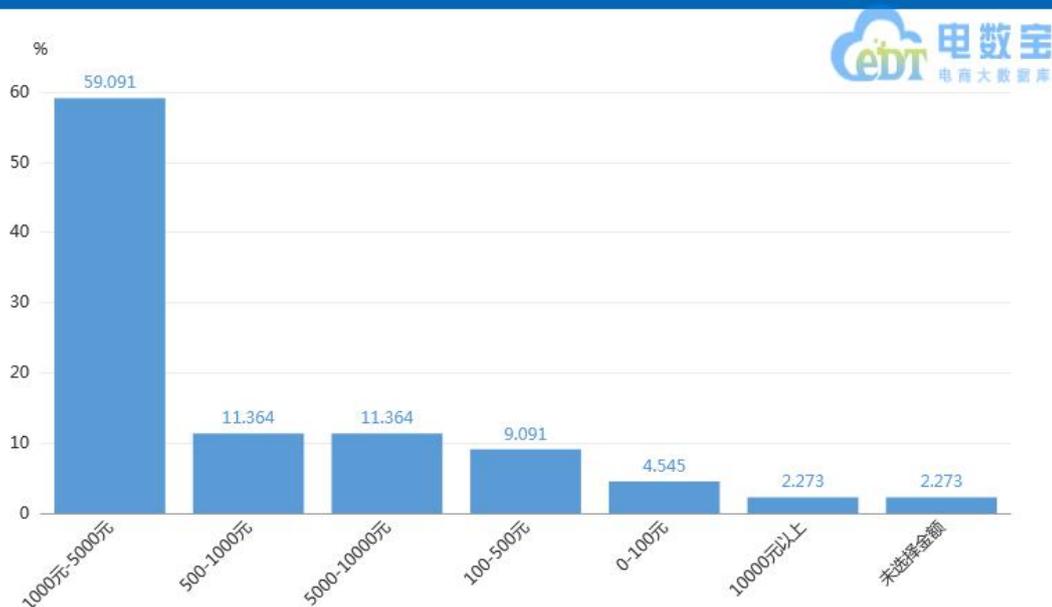
转转2020年上半年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

转转2020年上半年投诉金额占比图



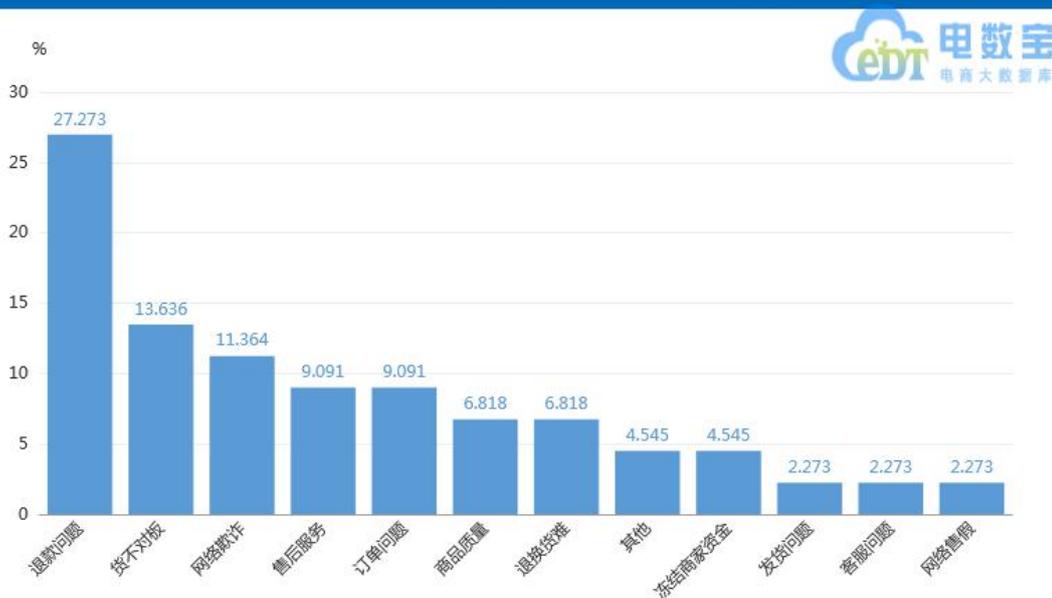
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

典型案例披露

此外，据国内电商专业消费调解平台“电诉宝”收到用户维权案例显示，“转转”存退款问题、货不对板、网络欺诈、售后服务、订单问题等问题。

转转2020年上半年投诉问题类型占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

【案例一】“转转”商品质量遭投诉 售后多次平台“花样频出”

2020年6月8日，山东省的高先生在北京转转精神科技有限责任公司旗下“转转”平台下单购买一部手机，下单前客服明确说明商品售后服务包含七天包退，6月11日收到手机后发现质量问题（闪屏，屏幕有划痕），后与商家联系且提供售后服务方式，联系后对方同意退货并且提供了退货地址，在6月12日完成退货15日商家收到退货后不予理睬。高先生在多次联系后对方的回答首先是要挟他对其在平台交易进行好评，当按其要求完成后对方又给与回复说按照下单时间到他收到退货时间计算超出了七天，不给我退款，自作主张维修后给发回，当再次联系时转转不接电话不回消息。平台客服以私下交易为由拒绝处理，推脱责任，让高先生进行报警然后举报商家。

【案例二】“转转”平台售卖商品资金被冻结 售后需“看脸色”

杨先生于2020年5月17日在“转转”平台售出一辆二轮摩托车，经买家授权朋友过来帮他验车没问题后于当天发货，买家在当天晚上就已经收到了车子，在交易之前同买家商量好了车子一旦寄出就立马在平台付款，可是平台冻结了这笔交易款，买家在收到车子两天后打电话给我找各种理由让我退一半钱给他，否则钱财两空，买家会无限期延长冻结时间，我多次找转转客服咨询，如何解冻这笔钱，他们给的回复是只能跟买家协商，只有买家有申请解除冻结的权利。

【典型案例三】“闲鱼”

上半年投诉数据



据“电数宝”显示，2020年（上）浙江淘宝网络有限公司旗下“闲鱼”共获9次消费评级，9次获“不建议下单”评级。综上所述，2020年上半年“闲鱼”获“不建议下单”评级。

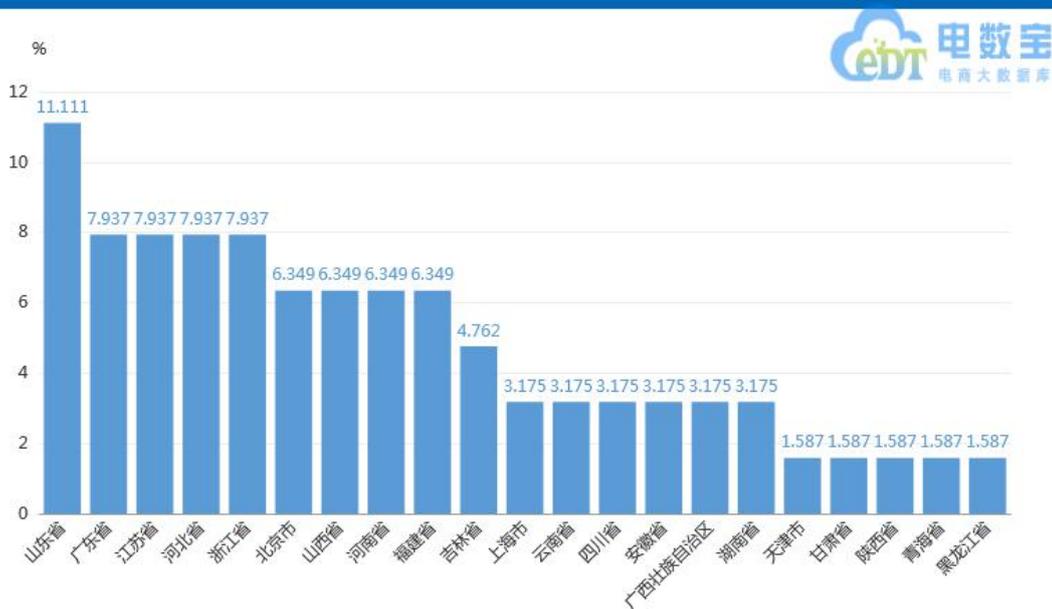
2020年（上）闲鱼月/季消费评级数据明细						
年份	时间段	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
2020年	7月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	6月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	5月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	4月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	2月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	1月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

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

投诉地区分布

据“电数宝”显示，2020年（上）投诉“闲鱼”的用户主要集中地为山东省、广东省、江苏省、河北省、浙江省。

闲鱼2020年上半年投诉者地区占比图



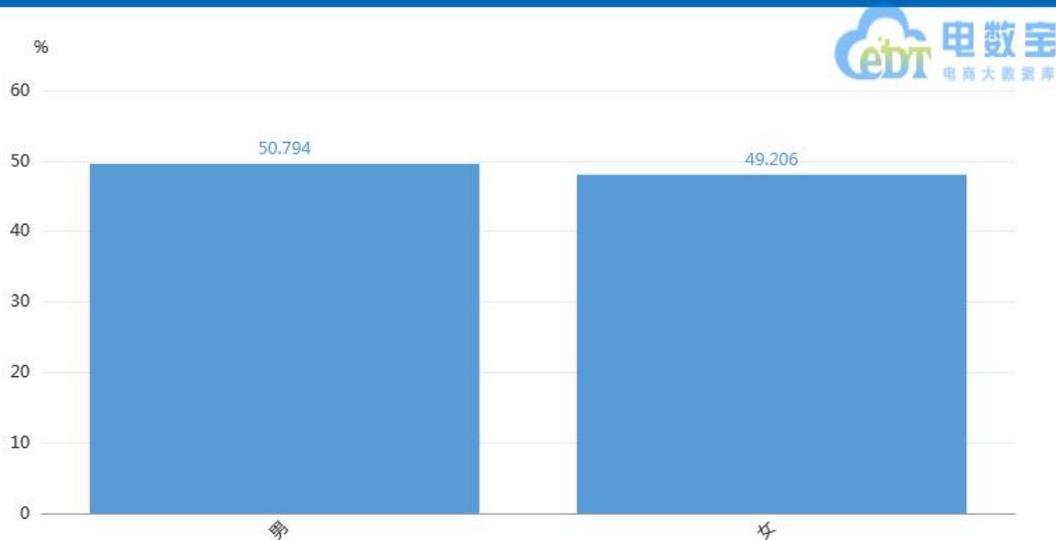
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉性别及金额分布

据“电数宝”显示，在投诉“闲鱼”的用户中男性的占比为 50.794%，女性的占比为 49.206%。另外，用户投诉“闲鱼”的消费金额都集中在 10000 元以上、0-100 元区间，占比分别为 31.746%、20.635%。

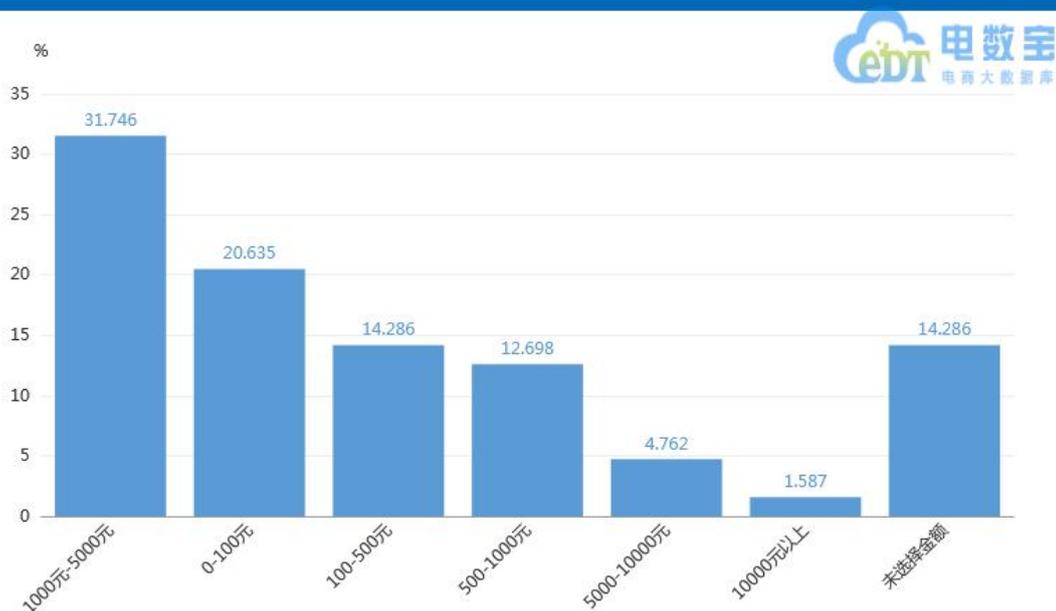
闲鱼2020年上半年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

闲鱼2020年上半年投诉金额占比图



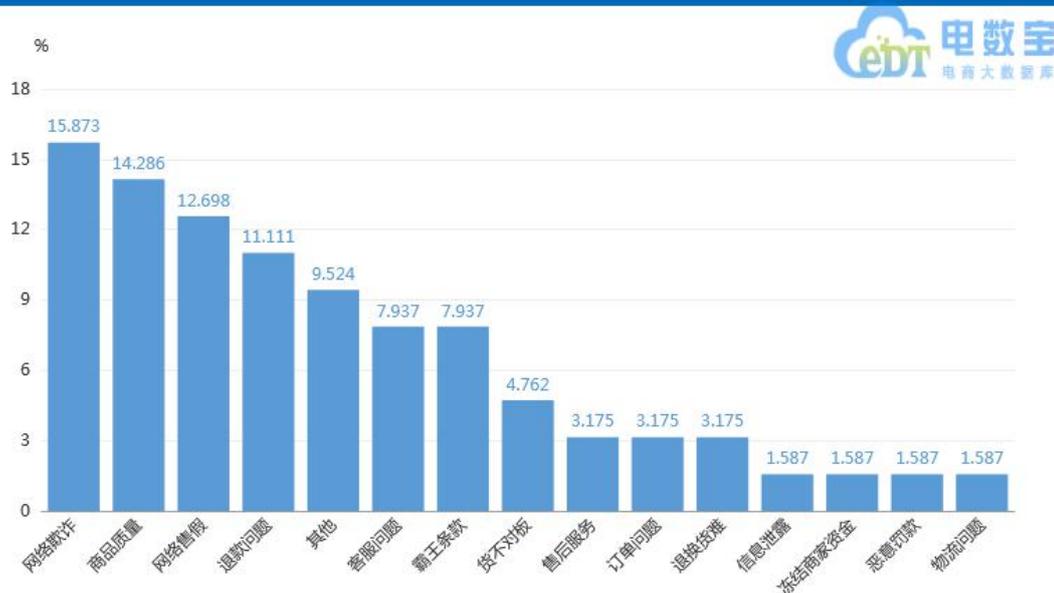
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

典型案例披露

此外，据国内电商专业消费调解平台“电诉宝”受理用户维权案例显示，“闲鱼”存网络欺诈、商品质量、网络售假、退款问题等问题。

闲鱼2020年上半年投诉问题类型占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

【案例一】“闲鱼”商品质量“堪忧”遭用户投诉 售后却遇“冷处理”

2020年6月22日，“电诉宝”接到上海市的谭女士投诉称她于2020年4月12日通过阿里巴巴旗下“闲鱼”app联系到卖家，约定当晚面交，当面检查苹果电脑正常开机且在保修期内，于是通过闲鱼下单、付款并确认收货。5月初电脑屏幕即出现问题，高曝光显示，无法使用，字体显示不清。当将电脑带到苹果官方店维修，被告知电脑电池为非原装，不能维修，维修费用7335元。电脑三月底有过维修记录，当时苹果已将电池非原装一事告知过当时的机主。谭女士请苹果工作人员做进一步检测。联系卖家和闲鱼均未处理。5月25日拿到苹果开具的纸质证明，证明经检测屏幕和电池均为非原装。

【案例二】“闲鱼”下单商品质量问题 售后难

文先生于4月15日在闲鱼购买了一台华为荣耀20，卖家承诺无拆无修，并支持验机。我在闲鱼购买了验机服务。闲鱼验机中心验机后显示没有大维修和小维修，结果受疫情影响封闭式管理，前两天得以去华为客户服务中心进行验机，发现手机外拆外修过，手机零件被动过，电池码和主板码不匹配，手机屏幕近两天出现黑线严重影响使用，质量开始出现问题。

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。

【典型案例四】“猎趣”

上半年投诉数据



据“电数宝”显示，2020年（上）北京猎趣电子商务有限公司旗下“猎趣”共获9次消费评级，9次获“不建议下单”评级。综上所述，2020年上半年“猎趣”获“不建议下单”评级。

2020年（上）猎趣月/季消费评级数据明细

年份	时间段	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
2020年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	6月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	5月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	4月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	2月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	1月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

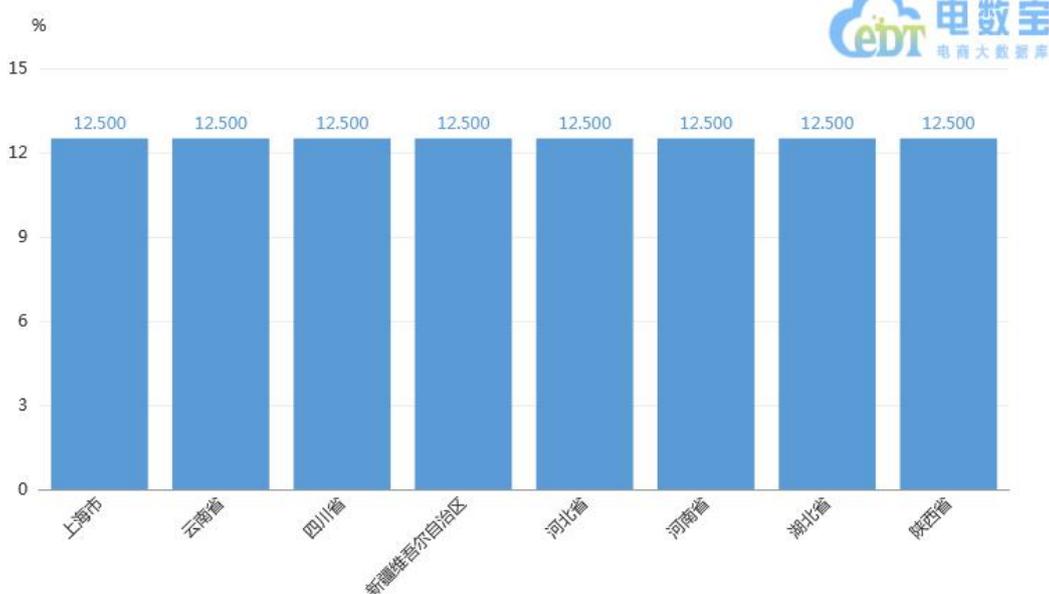
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉地区分布

据“电数宝”显示，2020年（上）投诉“猎趣”的用户主要集中地为上海市、云南省、四川省、新疆维吾尔自治区、河北省、河南省、湖北省、陕西省。

猎趣2020年上半年投诉者地区占比图



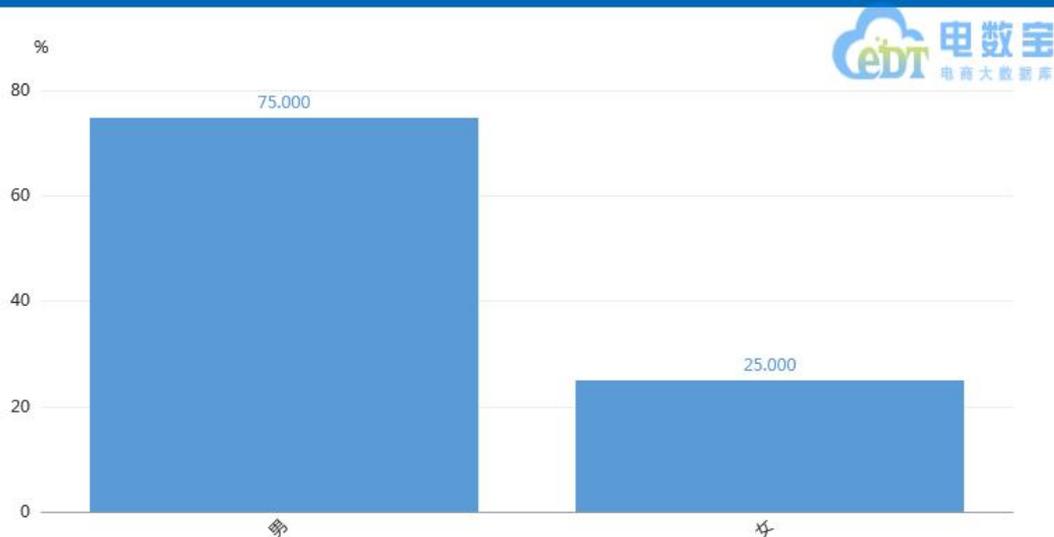
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

投诉性别及金额分布

据“电数宝”显示，在投诉“猎趣”的用户中男性、女性的占比分别为 75.000%、25.000%。另外，用户投诉“猎趣”的消费金额都集中在 500-1000 元区间、100-500 元区间、1000-5000 元区间，占比分别为 37.500%、25.000%、25.000%。

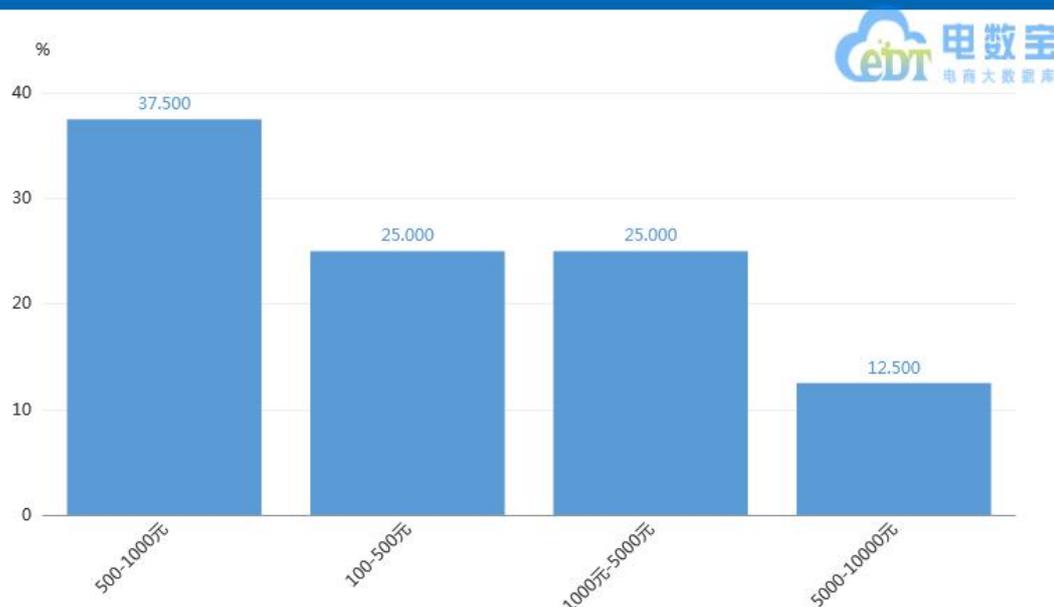
猎趣2020年上半年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

猎趣2020年上半年投诉金额占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

典型案例披露

此外，据国内电商专业消费调解平台“电诉宝”受理用户维权案例显示，“猎趣”存冻结商家资金、网络欺诈、订单问题等问题。



【案例一】“猎趣”遇网络欺诈 售后保证金难退

袁先生5月1日在“猎趣”App上发布了自己的出售iPad的消息，然后有个买家想买我的ipad。当他准备付款的时候，这个时候有个自称客服的发了邮件给我们两，说一定要买卖双方交800元保证金到账户。当时我有点警觉，觉得这个没走官方系统，但迫于心急卖掉的心情还是交了。但对方以我迟交了为由，说还要再交，我觉得肯定有问题。因为正常情况下，比如闲鱼等网站是不需要交保证金，而且直接全部走系统。此外，就算是这次没看到，如果再交一次，肯定还没检测到。然后他就没回我了。

【案例二】“猎趣”售卖商品 售后提现久未到账

韩女士于2月15日在苹果软件商城下载了猎趣APP，然后在“猎趣”APP卖出了一台闲置电脑。交易前期金额到账慢但后来也到账了我也没多疑，但他们平台是需要卖家自己绑定支付宝提现的，就在这个环节出了问题。提现时提不出来，他们客服是机器人无法回答，

我打人工客服他们电话从来没打通过，平台承诺支付宝提现实时到账，去查询提现金额又说支付宝提现 1-7 工作日可是如今都 10 天了也没提出来。

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。

【典型案例其他】

【案例一】“爱回收”商家已退支付款 售后遇退款难

北京市的李女士称他于 2020 年 6 月 18 日使用旧手机+自付的形式购买了一台价值 999 的红米，官方提示可以用以旧换新。旧手机网上评估价 550 元，我自付 449 元。上海悦易网络信息技术有限公司旗下爱回收工作人员拿着新机来收走了李女士的旧手机，给旧手机评估价格 150 元，需再交付 400 元差价。后因各种原因李女士选择退货。购物平台退回 449 元的付款，剩余 550 元需找爱回收人员进行沟通，但是被告知退回新机后可以支付 150 元旧手机的钱，退回新手机李女士表示收到支付款，但是爱回收一直不对此表示任何回应，交付给爱回收工作人员 400 元需要李女士提供证明。当再进行追问时对方自行结束了对话。李女士表示爱回收拿走旧手机，同时又让交 400 元，现在新机器已退货，爱回收也不退钱。

【案例二】“孔夫子旧书网”购买书籍现空白页 售后客服无作为

闫女士于 2020 年 3 月 5 日在北京古城堡图书有限公司旗下“孔夫子旧书网”平台购买了一本运动生理学的书，出现了书里有空白页，店家发货前不检查是否存在问题就发货，发现问题后找店家协商，店家在答应退款之后就再也不回复消息的情况，我就去找平台的客服，请客服介入，可是客服一直显示在处理中，也不回复消息。

【案例三】“回收宝”预付款变红包 售后平台商家互推诿

江苏省的徐先生于 6 月 12 日在天猫以旧换新想买部手机，之后对回收宝不放心就取消了回收订单，深圳回收宝科技有限公司旗下回收宝之后没有把预付款（1486.1 元）收走而是私自扣取支付宝花呗的钱，而预付款则变成了天猫红包，无法取现只能消费，之后我联系了回收宝让找天猫，而天猫则是把问题又转到了回收宝，互相推诿。

【案例四】“找靓机”下单手机频关机 是后续自付费维修

四川省的付先生于 2020 年 3 月 20 日在“找靓机”平台购买了一部 95 新华为 P20pro 手机，在使用过程中多次出现无故关机问题，与客服协商同意退货退款处理，遂在收货当日将手机寄回商家。商家收到手机后说手机有磕碰不予退货，并且检测到手机无故关机为主板故障，维修费 499 元需买家自行承担，这一处理结果不符合商家的 7 天无理由退换服务和一年质保服务。

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》	√			
《2019 年度中国综合电商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(上)中国二手电商消费投诉数据与典型案例报告》”。

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26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)

