

# 2020年度 跨境电商消费投诉数据与典型案例报告

数据来源： 电数宝  
电商大数据库

案例来源： 电诉宝  
电商消费纠纷调解平台

发布时间：2021年1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

<b>一、榜单数据</b>	<b>3</b>
<b>二、整体数据</b>	<b>5</b>
(一) 投诉问题类型分布	5
(二) 投诉用户性别、金额分布	6
(三) 投诉地区分布	8
<b>三、主要平台数据与案例</b>	<b>8</b>
(一) “寺库”	8
(二) “亚马逊中国”	14
(三) “海豚家”	19
(四) “考拉海购”	24
(五) “全民海淘”	29
(六) “海淘免税店”	34
(七) “HIGO”	39
(八) “别样海外购”	45
(九) “天猫国际”	51
<b>四、关于我们</b>	<b>56</b>
(一) 关于电诉宝	56
(二) 关于网经社	59
(三) 报告发布计划	61

## 一、榜单数据

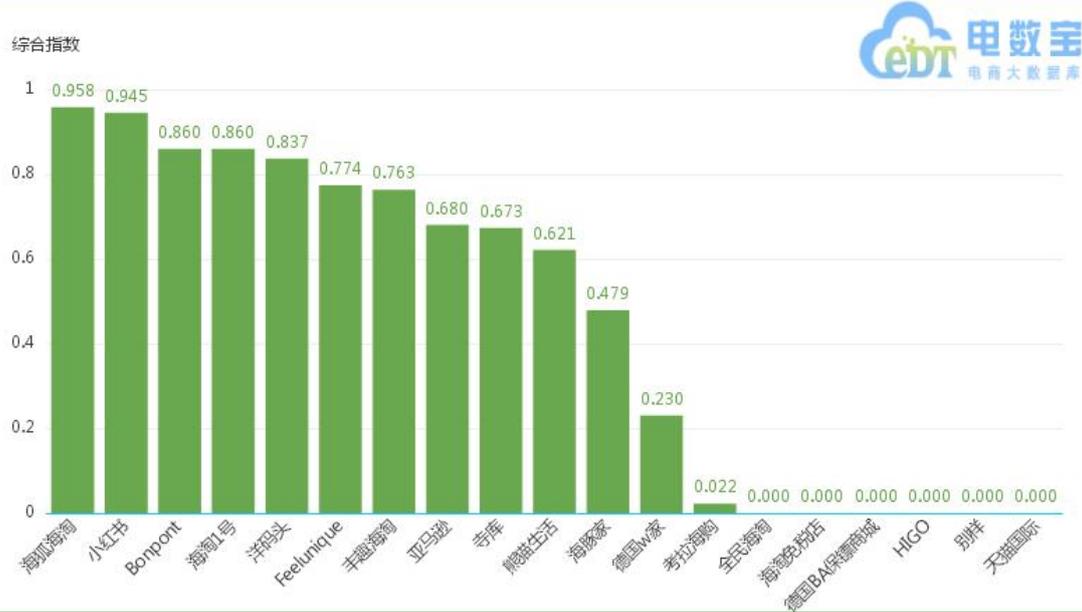
真假难辨、流通信息不透明、物流慢、退换货困难……一直以来都是消费者跨境网购过程中的难点，也是跨境电商平台在提升用户体验方面必须跨越的门槛。1月26日，依据国内电商专业消费调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）2020年全年受理的全国480家电商平台海量用户消费纠纷案例大数据，网经社电子商务研究中心发布了《2020年度跨境电商消费投诉数据与典型案例报告》。

2020年全年“电诉宝”受理投诉中涉及跨境电商平台有海狐海淘、洋码头、小红书、寺库、考拉海购、Feelunique、亚马逊中国、海淘1号、丰趣海淘、德国BA保镖商城、德国W家、全民海淘、海淘免税店、HIGO、55海淘、别样海外购、熊猫生活、Bonpont、英超海淘、莎莎网、babymarkt、宝贝格子、AC派、86mall、洋葱、速卖通、NZH跨境平台、虾皮（shopee）、万里目、欧洲生活购、蜜芽、聚美优品、西集网。此前，Wish、羊贝比海淘、爱飞海淘、澳洲直邮、铭瑄海淘、敦煌网、东方全球购、人人海淘、冰冰购、波罗蜜等也涉及消费者投诉。

同时，报告还公布了《2020年全国零售电商（跨境电商）消费评级榜》，其中，跨境电商共**19家**电商平台入选，包括：海狐海淘、小红书、Bonpont、海淘1号、洋码头、Feelunique、丰趣海淘、亚马逊中国、寺库、熊猫生活、海豚家、德国w家、考拉海购、全民海淘、海淘免税店、德国BA保镖商城、HIGO、别样海外购、天猫国际。

据悉，榜单依据反馈率、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年全国零售电商（跨境电商）综合指数对比图



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

注：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”数据显示，海狐海淘、小红书、Bonpont、海淘1号、洋码头、Feelunique、丰趣海淘获“建议下单”评级；亚马逊中国、寺库、熊猫生活、海豚家获“谨慎下单”评级；德国w家、考拉海购、海淘免税店获“不建议下单”评级；对全民海淘、海淘免税店、德国BA保镖商城、HIGO、别样、天猫国际“不予评级”。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。

跨境电商定义：狭义指跨境零售电商，分属于不同关境的交易主体，借助互联网达成交易、支付结算，并通过跨境物流将商品送达消费者手中的交易过程，包括：9610、1210、1239等海关监管代码模式。广义网经社定义为电子商务在进出口贸易及零售中的应用，包括：进出口跨境电商、跨境电商（B2B、B2C、C2C）以及9710、9810等海关监管代码和相关服务商。

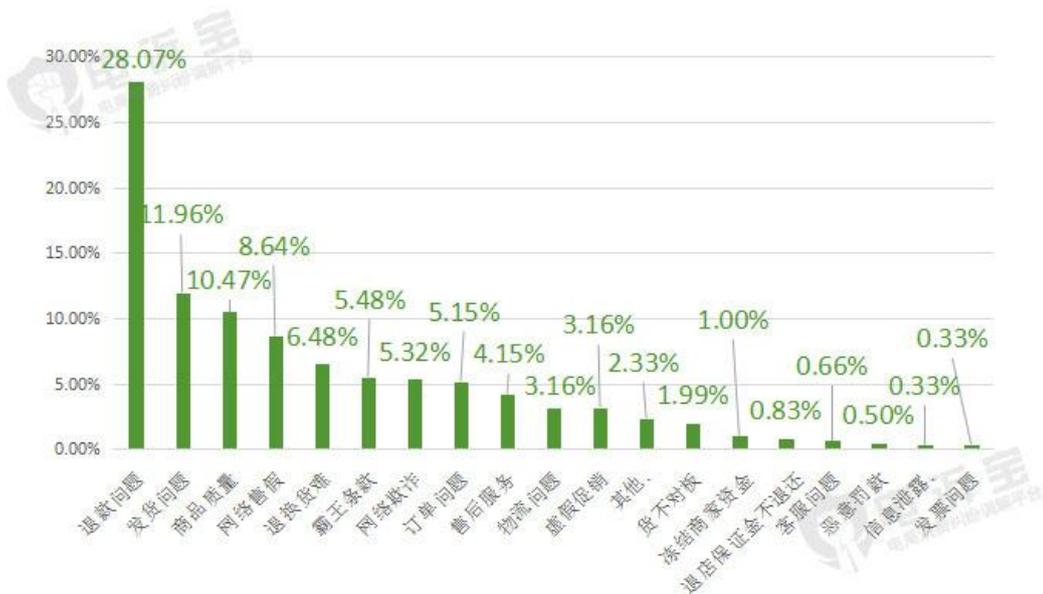
在跨境电商产业链中，主要的玩家包括：1) **进口电商平台**：天猫国际、京东国际、淘宝全球购、考拉海购、洋码头、苏宁国际、唯品国际、丰趣海淘、蜜芽、宝贝格子、55海淘、亚马逊海外购、行云全球汇、海带、海拍客等；2) **出口跨境电商平台**：阿里国际站、中国

制造网、环球资源、敦煌网、亚马逊全球开店、eBay、全球速卖通、Wish、兰亭集势、环球易购、棒谷科技、执御、有棵树、傲基电商、安克创新、通拓科技等；3) 跨境电商服务商：中国邮政、顺丰速运、京东物流、菜鸟网络、Paypal、连连支付、一达通、卓志等。

## 二、主要平台数据与案例

### (一) 投诉问题类型分布

#### 2020年跨境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、发货问题、商品质量、网络售假、霸王条款是2020年全年跨境电商投诉的主要问题。

## （二）投诉用户性别、金额分布

### 2020年跨境电商投诉用户性别分布

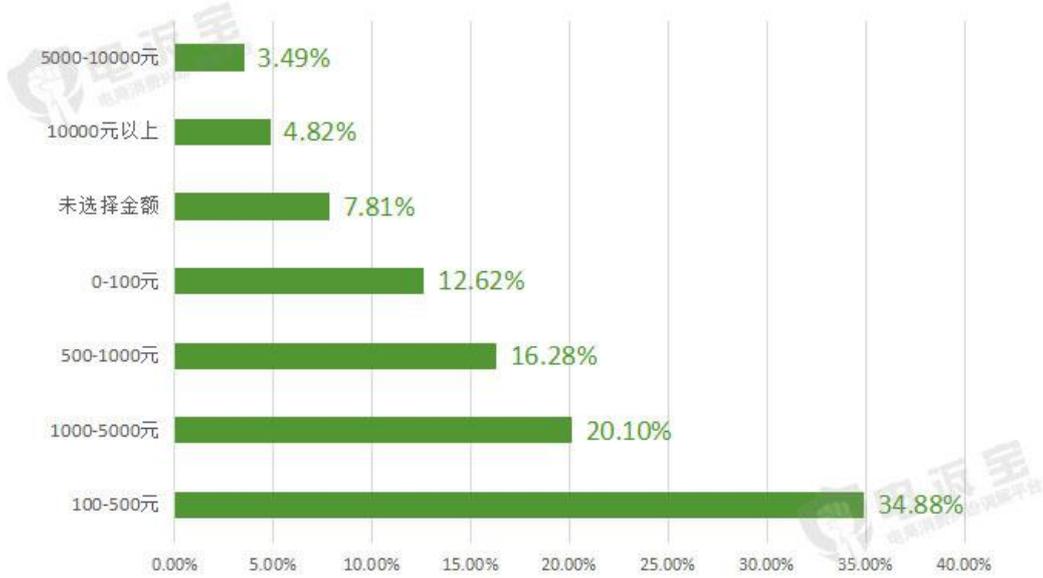


图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

2020年全年投诉跨境电商的用户性别占比分别为男性（26%）、女性（74%）；

## 2020年跨境电商投诉金额分布



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

投诉金额区间前三依次为 100-500 元（34.88%）、1000-5000 元（20.10%）、500-1000 元（16.28%）。

### (三) 投诉地区分布

## 2020年跨境电商用户投诉地区分布TOP20



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年全年投诉跨境电商的用户集中地前三依次为广东省、山东省、北京市，占比分别为10.30%、8.97%、7.81%。

## 三、典型案例

### 【典型案例一】“寺库”

2020年全年投诉数据



据“电数宝”显示，2020年北京寺库商贸有限公司旗下运营“寺库”共获得18次消费评级，其中，9次获“不建议下单”评级，9次获“谨慎下单”评级，全年整体消费评级为“谨慎下单”。

寺库电商消费2020年评级数据

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	全年	95.92%	0.245	5.500	0.673	谨慎下单
2020年	第四季度	112.82%	0.282	4.667	0.755	建议下单
2020年	双11	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	12月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	11月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	第三季度	30.00%	0.100	8.000	0.340	不建议下单
2020年	9月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	8月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	7月	42.86%	0.143	8.000	0.417	谨慎下单
2020年	上半年	51.61%	0.245	0.000	0.332	不建议下单
2020年	第二季度	100.00%	0.547	2.000	0.724	谨慎下单
2020年	6月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	5月	100.00%	0.714	0.000	0.714	谨慎下单
2020年	4月	50.00%	0.500	0.000	0.400	谨慎下单
2020年	第一季度	100.00%	0.089	0.000	0.527	谨慎下单
2020年	3月	100.00%	0.150	0.000	0.545	谨慎下单
2020年	2月	100.00%	0.250	0.000	0.575	谨慎下单
2020年	1月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

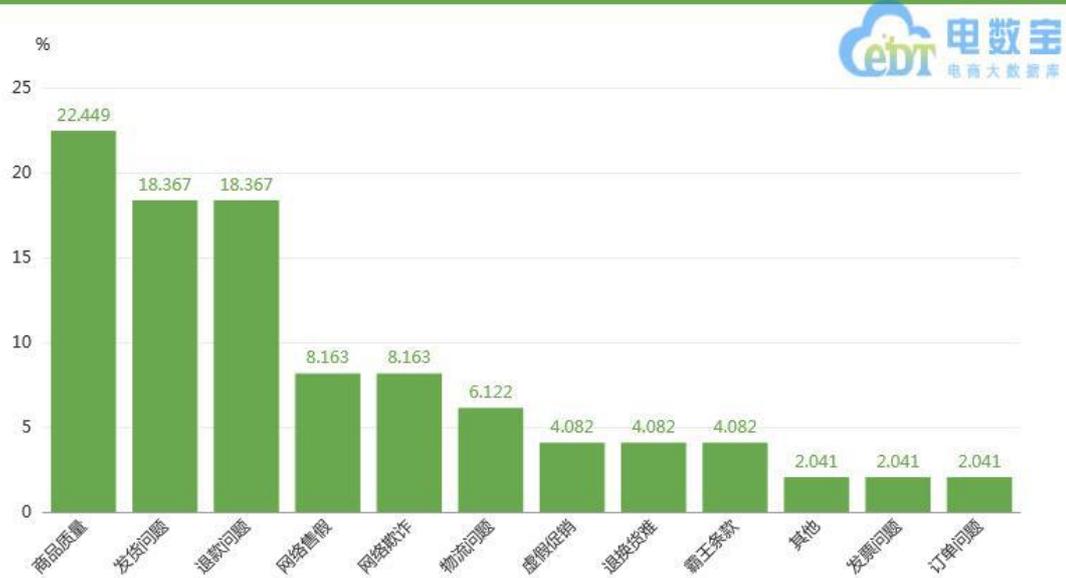
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

## 消费问题分布

据“电数宝”显示，“寺库”存在发货问题、商品问题、退款问题、霸王条款等其他问题。

## 寺库2020年全年投诉问题类型占比图



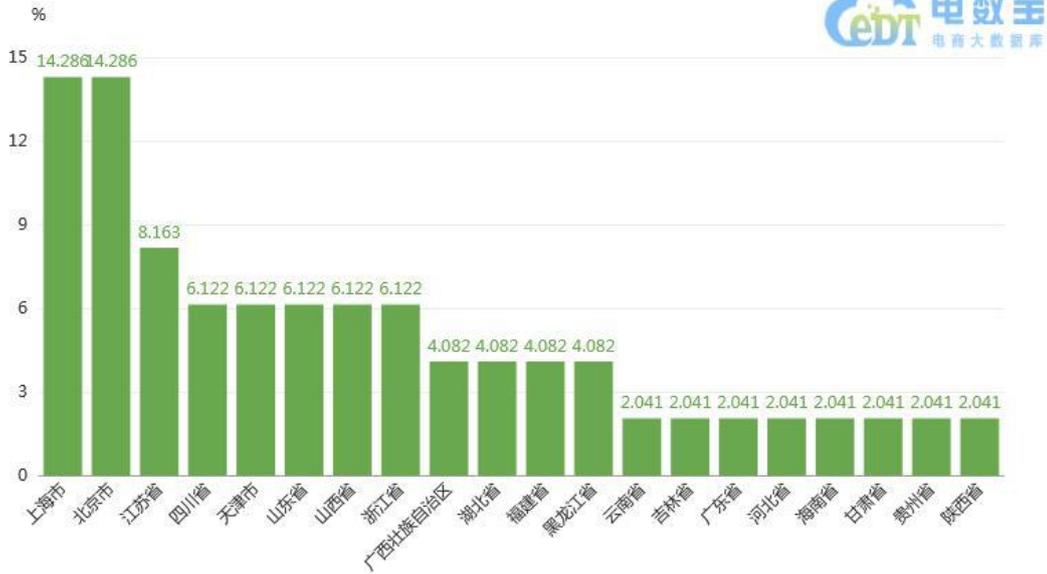
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

### 投诉地区分布

据“电数宝”显示，2020年度投诉“寺库”的用户主要集中地排名前十的依次为上海市、北京市、江苏省、四川省、天津市、山东省、山西省、浙江省、安徽省、广西壮族自治区、湖北省。

## 寺库2020年全年投诉者地区占比图



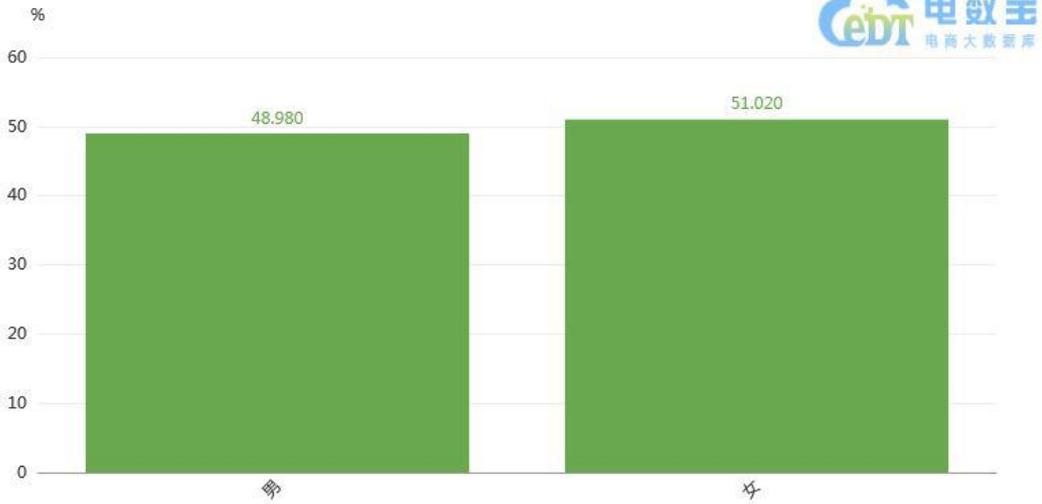
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

### 投诉性别及金额占比

据“电数宝”显示，在投诉“寺库”的用户中男生占比 48.98%，女生占比 51.02%。用户投诉“寺库”的消费金额主要在 1000-5000 元、5000-10000 元、10000 元以上，占比分别为 42.857%、16.327%和 12.245%。

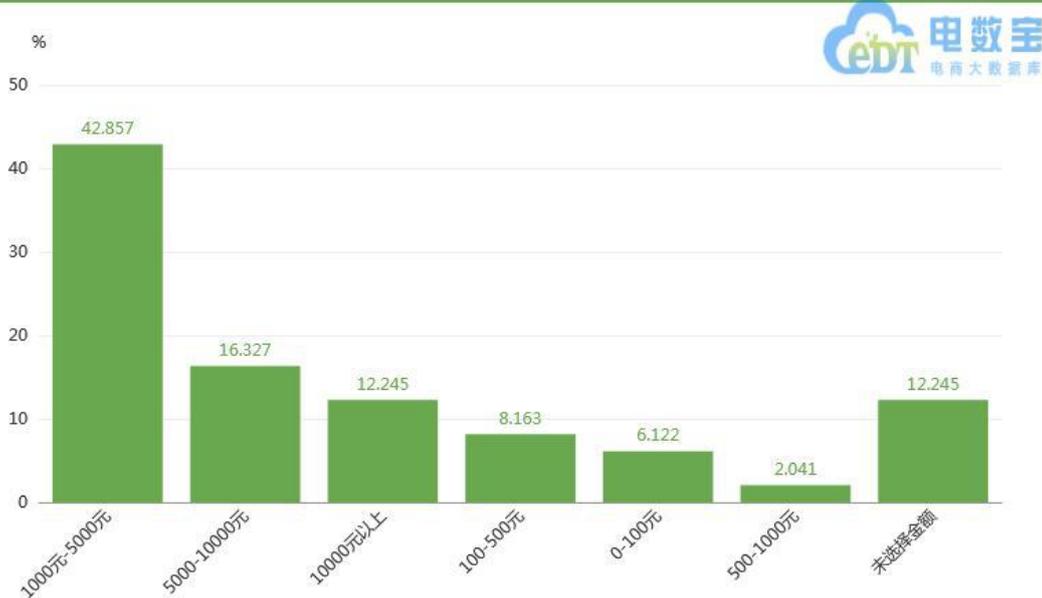
### 寺库2020年全年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

### 寺库2020年全年投诉金额占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

#### 典型案例披露

【案例一】“寺库”下单包包质量存瑕疵 售后退换货遭拒

张女士于2020年8月4日在寺库平台上购买了一只celine的包包，8月21日收到该包包，收到包包后发现包包边角不一，内衬不平整，logo黑色字体发绿，我在发现上述问题后联系到寺库客服，客服以不属于他们平台认定的质量问题不予处理。我致电celine的客服，客服说如果真实存在字体发绿等包包状态不行的问题可以进行退换，我真对以上celine的答复跟寺库进行沟通，寺库以不同平台为理由不允许退换。客服售后不处理，踢皮球。

### 【案例二】“寺库”直播下单包包 售后退款遇阻

张女士于2020年8月9日，在寺库直播平台Amy妈奢品汇商家直播时购买Gucci酒神包，因当时直播间有夸大产品销售，并且速度很快，导致拍错款式，在一个小时之内申请退款，卖家并不理睬，说一经付款不接受任何形式退款，说不存在有退款，随便让我去哪个平台投诉都不行，我没有收到货，且当时直播已结束并不影响其二次销售，也不同意退款，随后第二天下午卖家偷偷发货了，我拒签了，在退款情况下卖家还偷偷发货，感觉这就是强买强卖，店大欺客，处理退款客服也不同意退款。

接到以上用户投诉后，彼时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，但我们尚未收到来自被投诉平台的任何有关处理回复。

### 【案例三】“寺库”商品质量差 售后退货遭拒

柏女士于2020年5月20日，在“寺库”奢侈品电商平台购买卡地亚Love系列玫瑰金戒指一枚，去专柜售后服务不受理，戒指质量与专柜质量完全不同，期间与寺库人工客服反馈问题三次，没有解决问题，现要求退货，寺库平台不予退货。

接到该用户投诉后，彼时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，“寺库”发来反馈称：电话联系顾客商品保证正品，对于保卡日期和官网日期不对应的原因：供货商好多商品是一起采购的，因为有几件商品需要调货，所以保卡日期都是到货一起填写的，已经给顾客提供采购凭证，可以拿着小票去专柜售后联保，商品已经使用，无法退换货，考虑体验可以申请100元优惠券，顾客不认可。

## 【典型案例二】“亚马逊中国”

2020年全年投诉数据



据“电数宝”显示，2020年“亚马逊中国”共获得12次消费评级，其中，获3次“不建议下单”评级，5次“谨慎下单”，4次“建议下单”，全年整体消费评级为“谨慎下单”。

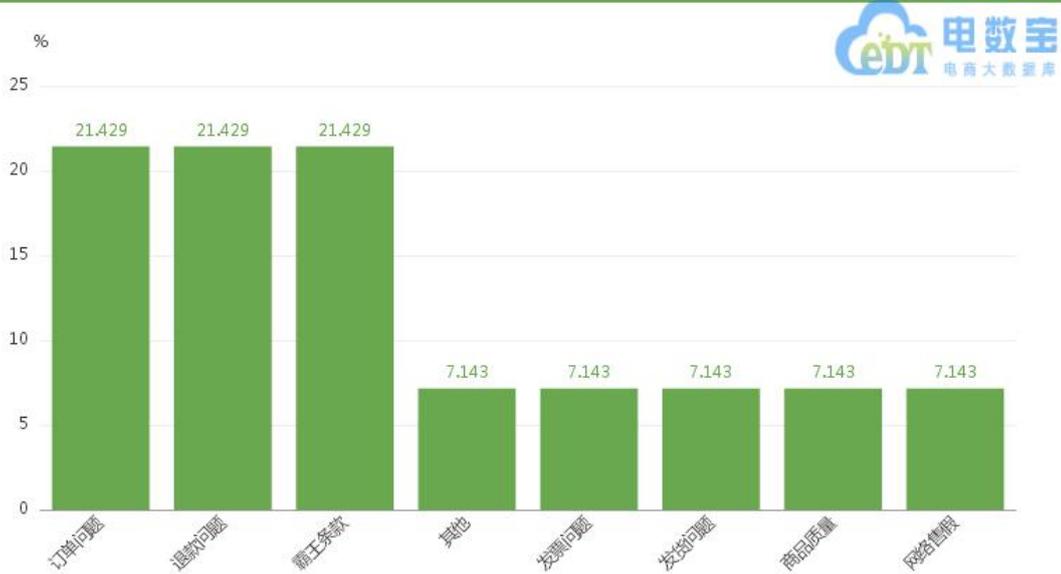
亚马逊电商消费2020年评级数据						
年份	时间段	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
2020年	全年	78.57%	0.757	2.000	0.680	谨慎下单
2020年	第四季度	84.62%	0.815	2.000	0.728	谨慎下单
2020年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	8月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	上半年	84.62%	0.815	2.000	0.728	谨慎下单
2020年	第二季度	50.00%	0.500	0.000	0.400	谨慎下单
2020年	6月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	5月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2020年	第一季度	100.00%	0.956	2.000	0.847	建议下单
2020年	3月	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单
2020年	2月	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单
2020年	1月	100.00%	0.600	0.000	0.680	谨慎下单

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

### 消费问题分布

据“电数宝”显示，“亚马逊中国”存在订单问题、退款问题、霸王条款等其他问题。

### 亚马逊2020年全年投诉问题类型占比图



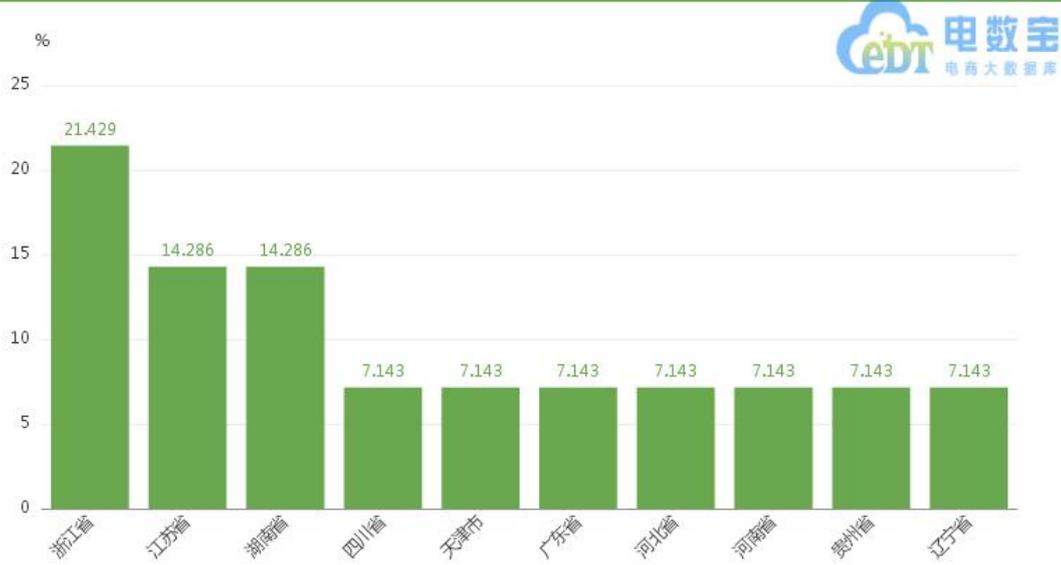
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

### 投诉地区分布

据“电数宝”显示，2020年度投诉“亚马逊中国”的用户主要集中地为浙江省、江苏省和湖南省。

## 亚马逊2020年全年投诉者地区占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

### 投诉性别及金额占比

据“电数宝”显示，在投诉“亚马逊中国”的用户中男生占比 50.00%，女生占比 50.00%，各占一半。

### 亚马逊2020年全年投诉者性别占比图

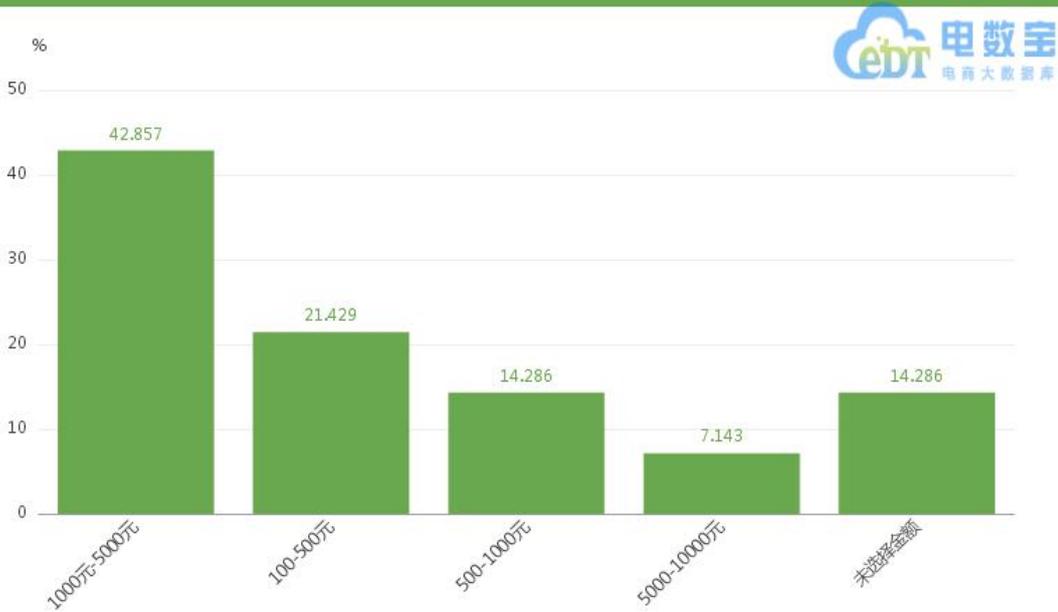


图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

据“电数宝”显示，用户投诉“亚马逊中国”的消费金额主要在1000-5000元、100-500元、500-1000元、5000-10000元区间，占比分别为42.857%、21.429%、14.286%和7.143%。

### 亚马逊2020年全年投诉金额占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

典型案例披露

### 【案例一】“亚马逊中国”购物迟迟不能发货 最后被单方面取消

肖先生于2019年11月29日在海外购（英国亚马逊，卖家为亚马逊，非第三方）购买ecco靴子一双，订单金额1004.67人民币元，该订单被亚马逊于2020年3月19日单方取消，并退还原订单金额。（期间于2020年1月、2月多次催促发货，一直答复商品在采购中）。肖先生认为亚马逊已违反《消费者权益保护法》，需按消法规定的三倍订单金额进行赔付。

### 【案例二】“亚马逊中国”到货产品参数不对 沟通无果只让消费者退单

周先生在外购订单，购买的是全新Microsoft Surface Pro X 16GB+512GB收到的产品参数是16GB+256GB，经过长达一周的时间沟通，都是周先生在主动和他们沟通，他们只有一次是个客服对接人回复也没有处理方案，只是让周先生等。3月27号通过电话客服得到回复说是让其退单，周先生购买的时候是低价购入，现在只退款，对其造成的经济损失只字不提。

### 【案例三】“亚马逊中国”货不对板致退货却不承担退回运费

该用户于2020年5月10日在亚马逊购买伊丽莎白雅顿视黄醇神经酰胺胶囊90粒装，亚马逊海外购发来包裹为空瓶子，总重量仅为0.17kg（提供照片在附件）。用户称与客服沟通，客服要求颇多，大致意思是必须邮寄回北京审查后方可办理退款，而且快递必须为顺丰，运费要我垫付，有短信为证，且信息说7天回给我回复。按照要求我寄回包裹，中间等待了10天都没有收到任何回复（怀疑若我不联系亚马逊，对方不会退款），于是我主动打客服电话，客服以核实为名要求提供运单号，我按照要求提供，后续对方说可以办理退款。但是对于邮费方面需要凭证，我提供了凭证，并发送对方指定邮箱，当天客服说没有问题，有短信为证。但今天我又收到客服电话，以凭证不足为由拒绝赔偿运费。

## 【典型案例三】“海豚家”

2020年全年投诉数据



据“电数宝”显示，2020年北京凯谱乐科技有限公司旗下运营“海豚家”共获得13次消费评级，8次获“不建议下单”评级，5次获“谨慎下单”评级，全年整体消费评级为“谨慎下单”。

海豚家电商消费2020年评级数据						
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	全年	91.43%	0.029	0.000	0.479	谨慎下单
2020年	第四季度	94.12%	0.030	0.000	0.494	谨慎下单
2020年	12月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	8月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	上半年	12.12%	0.031	0.000	0.072	不建议下单
2020年	第二季度	87.50%	0.143	0.000	0.543	谨慎下单
2020年	6月	100.00%	0.333	0.000	0.600	谨慎下单
2020年	5月	100.00%	0.000	0.000	0.500	谨慎下单
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

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

## 消费问题分布

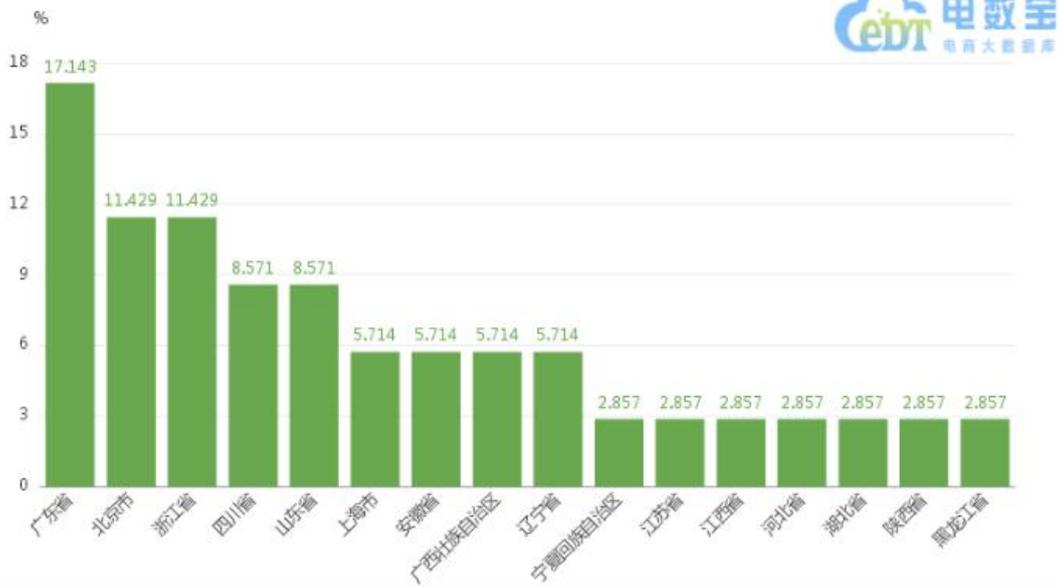
据网经社“电数宝”电商大数据库（DATA.100EC.CN）显示，“海豚家”存在退款问题、发货问题、虚假促销、网络欺诈等其他问题。



## 投诉地区分布

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，2020年度投诉“海豚家”的用户主要集中地排名前十的依次为广东省、北京市、浙江省、四川省、山东省、上海市、安徽省、广西壮族自治区、辽宁省、宁夏回族自治区。

## 海豚家2020年全年投诉者地区占比图



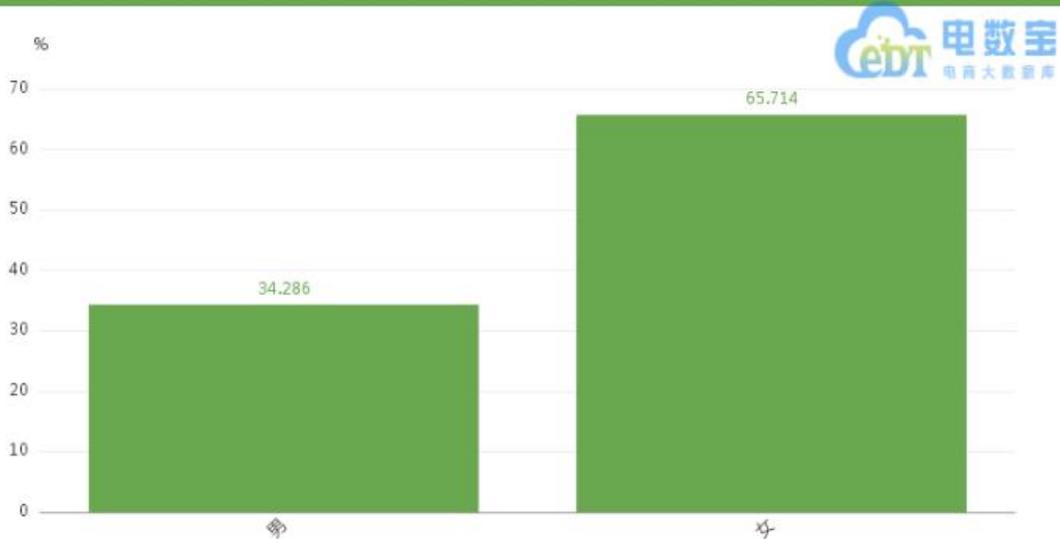
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

## 投诉性别及金额占比

据网经社“电数宝”电商大数据显示，在投诉“海豚家”的用户中男生占比 34.286%，女生占比 65.714%。

## 海豚家2020年全年投诉者性别占比图

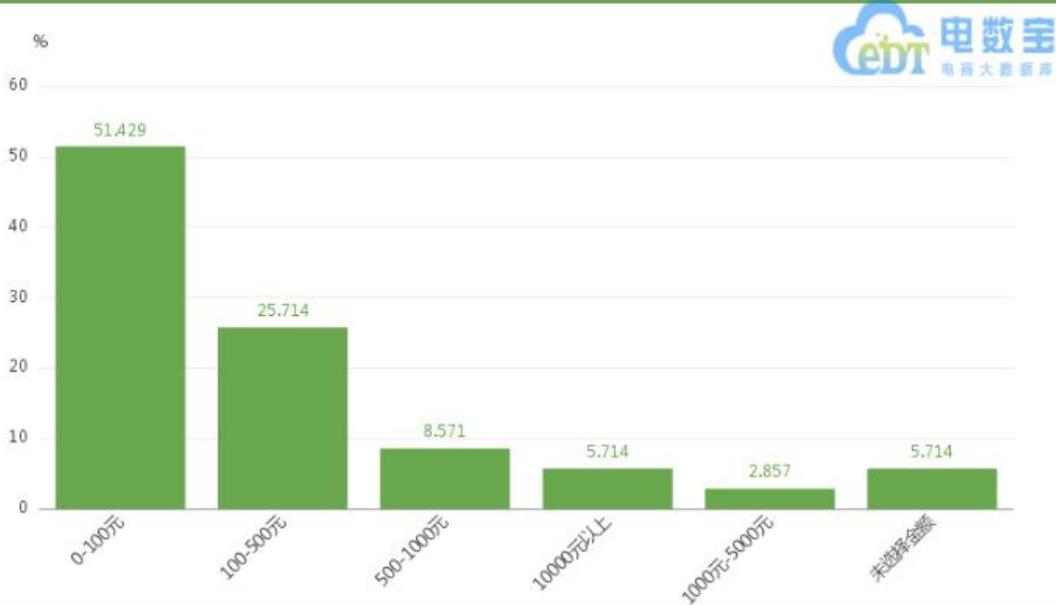


图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，用户投诉“海豚家”的消费金额主要在 0-100 元、100-500 元、500-1000 元、1000 元以上，占比分别为 51.429%、25.714%、8.571%和 5.714%。

海豚家2020年全年投诉金额占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

### 典型案例披露

#### 【案例一】“海豚家”虚假发货 售后未能有效处理

黄女士于 2020 年 2 月 1 日，在“海豚家”购买了三盒口罩。平台方承诺的是 24-72 小时内发货，然而从始至终只有一个没有快递单号的虚假物流存在，在网上我了解到所有购买了同款商品的买家收到的都是一样的物流信息，足以说明平台方并没有发货，只是虚假发货欺骗消费者，并且在超过规定发货时间后，平台方没有给出任何解决方案，也没有任何人工客服作出回复。

接到该用户投诉后，彼时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，但我们尚未收到来自被投诉平台的任何有关处理回复。

#### 【案例二】“海豚家”商品下单成功 商家单方面取消订单

周先生于 2020 年 2 月 2 日，在“海豚家”购买了滴露智慧型带呼吸阀 KN95 口罩，共计 18 片，原价 189 元，优惠后共计 152 元。下单成功后约一星期海豚家单方面宣布无货，从

而单方面取消订单。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，“海豚家”发来反馈称：已经帮您处理退款完毕。

### 【案例三】“海豚家”商品物流久未更新 售后退款未处理

邹女士于2020年2月4日，通过朋友介绍在“海豚家”拼单了一款香水。5日显示发货，结果物流一直不更新，到现在都没有收到，也不退款，联系客服也不解决，在我不知道这个平台如此垃圾的情况下2月4日还39办了会员卡，然后买了款68的眼霜，后来眼霜发货了，结果到了我们这没派送，又返回卖家了，联系客服让退款不解决，到现在都没解决，投诉电话打不通，一直推脱不解决。

接到该用户投诉后，彼时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】“考拉海购”

#### 2020年全年投诉数据



据“电数宝”显示，2020年度阿里巴巴集团旗下运营“考拉海购”共获得18次消费评级，均获“不建议下单”评级。

考拉海购电商消费2020年评级数据

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	全年	2.78%	0.028	0.000	0.022	不建议下单
2020年	第四季度	3.12%	0.031	0.000	0.025	不建议下单
2020年	双11	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	12月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	11月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	9月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	8月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	7月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	上半年	3.85%	0.038	0.000	0.031	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	7.14%	0.071	0.000	0.057	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	33.33%	0.333	0.000	0.267	不建议下单

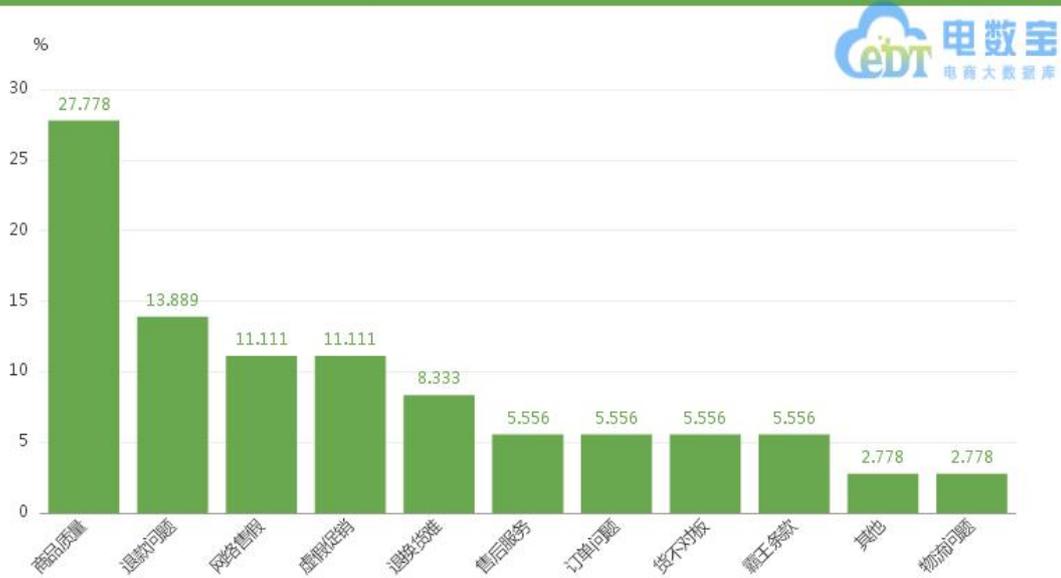
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

## 消费问题分布

据网经社“电数宝”电商大数据库（DATA.100EC.CN）显示，“考拉海购”存在商品质量、退款问题、网络售假、虚假促销等其他问题。

## 考拉海购2020年全年投诉问题类型占比图



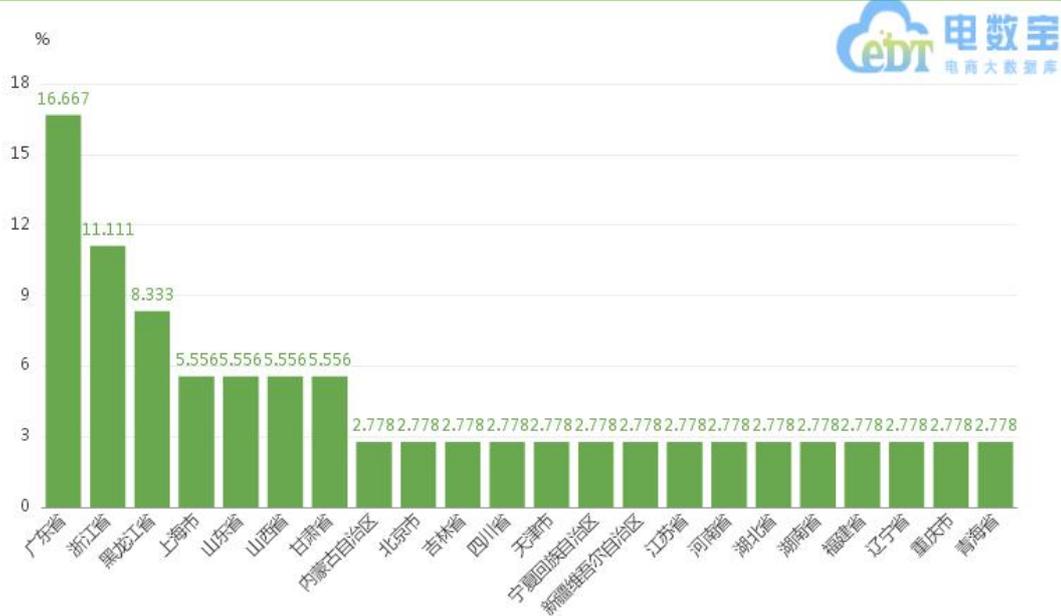
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

### 投诉地区分布

据网经社“电数宝”电商大数据显示，2020年度投诉“考拉海购”的用户主要集中在地排名前十的依次为广东省、浙江省、黑龙江省、上海市、山东省、山西省、甘肃省、内蒙古自治区、北京市、吉林省。

### 考拉海购2020年全年投诉者地区占比图



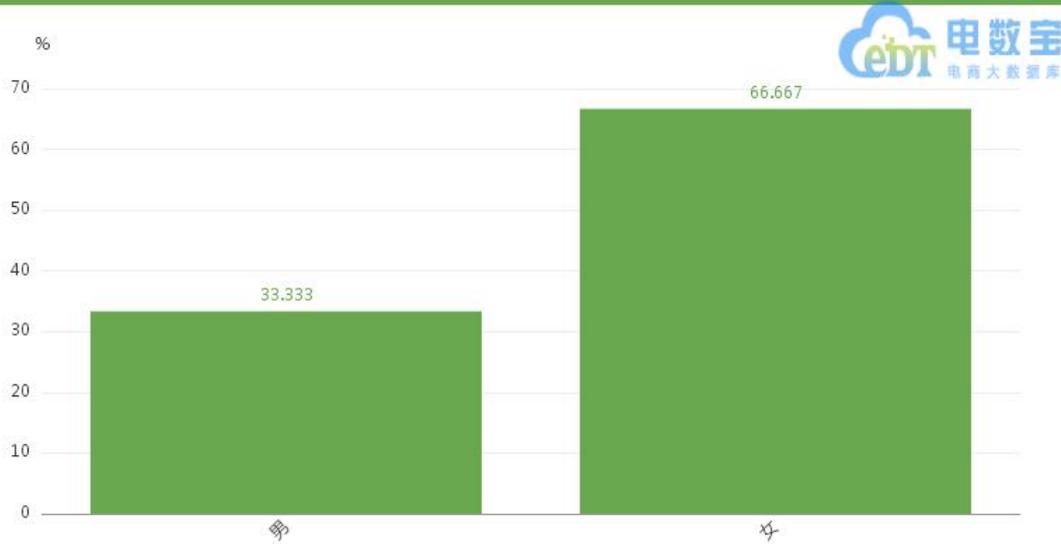
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

### 投诉性别及金额占比

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，在投诉“考拉海购”的用户中男生占比 33.333%，女生占比 66.667%。

### 考拉海购2020年全年投诉者性别占比图

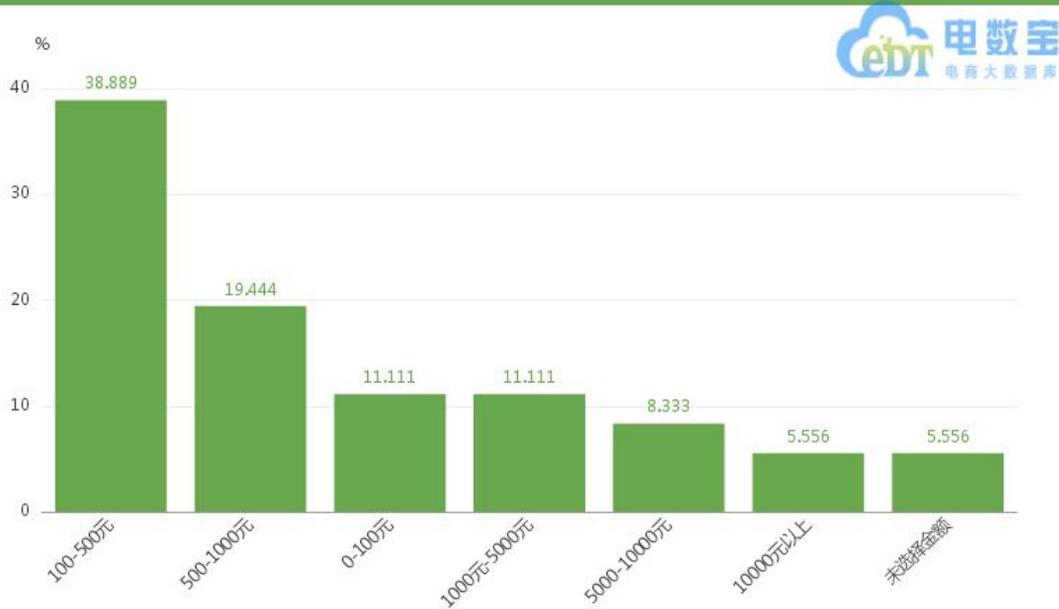


图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，用户投诉“考拉海购”的消费金额主要在 0-100 元、100-500 元、500-1000 元、1000-5000 元，占比分别为 11.111%、38.889%、19.444%和 11.111%。

考拉海购2020年全年投诉金额占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

### 典型案例披露

#### 【案例一】“考拉海购”商品质量问题 售后退换货遭拒

李先生于 2020 年 5 月 15 日，在“考拉海购”购买爱普生 3108 小白学习打印机，没打印几次后于 6 月 21 日出现打印失真，文档打印断线等情况，与客服联系后，要求喷头清洗和大墨量清洗，效果仍然不行，后寄送回厂家返修，并以测试正常等原因，不予换新。7 月 10 日，打印机寄回后，7 月 11 日进行测试，但存在打印重影等情况，与客服联系后，要求喷头清洗，但效果仍然不行。因工作原因，后未使用打印机，7 月 19 日。再次使用时，打印出来的照片失真、模糊，又按照 要求多次清洗并打印测试纸，仍然不行。后客服认为已经过了退换货期，不能退货，并要求联系厂商客服。

接到以上用户投诉后，彼时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，但我们尚未收到来自被投诉平台的任何有关处理回复。

### 【案例二】“考拉海购”赠品到货不对板 退换货却“了无音讯”

孙先生于2020年6月1日，在“考拉海购”下单购买3盒君乐宝奶粉，页面显示是买三盒赠送水杯，到货时却为奶粉，面条和湿巾，于是联系客服被告知可以调换，当孙先生将面条和湿巾退货后，16日商家收到商品，但是之后孙先生久未收到补发水杯和补退的运费，再次联系客服被答复他疏忽旺季了，各种推脱，不是下班了，就是第二天给解决然后忘记。

接到以上用户投诉后，彼时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，但我们尚未收到来自被投诉平台的任何有关处理回复。

### 【案例三】“考拉海购”商品到货未见赠品 低价赠品促销引质疑

山东省的韩先生于2020年8月21日，在“考拉海淘”购买欧莱雅眼霜，以带赠品为宣传促头，到货后未发现赠品，联系考拉官方客服，客服回复数量有限赠完即止，因为字体小当时没有发现。然后尝试再次购买页面显示有赠品，同时客服也承认还有赠品，韩先生认为商家这种以新人低价带赠品的宣传行为严重伤害消费者，客服告知将货退掉重新下单或者再单独拍赠品承担运费款，多次与考拉客服以及所谓的投诉部门回复均是一致。

接到该用户投诉后，彼时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。

## 【典型案例五】“全民海淘”

2020年全年投诉数据



据“电数宝”显示，2020年度北京优品汇中科技有限公司旗下运营“全民海淘”共获得6次消费评级，均为“不予评级”。

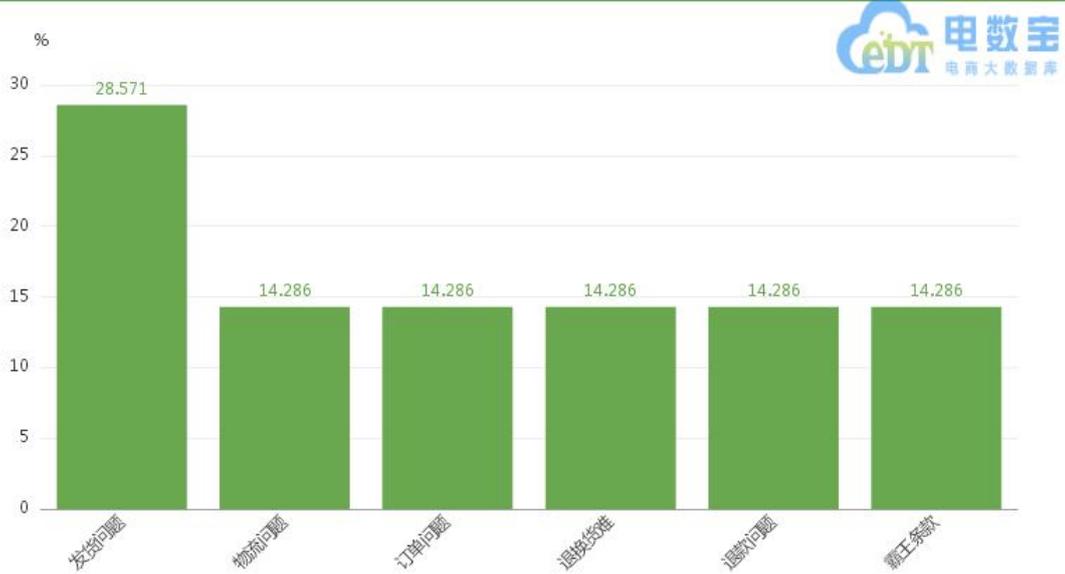
全民海淘电商消费历年评级数据						
年份	时间段	平台反馈率	回复时效性	用户满意度	综合指数	评级
2020年	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	2月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

图表编制：电数宝（电子商务消费纠纷调解平台） 数据来源：WWW.100EC.CN

### 消费问题分布

据网经社“电数宝”电商大数据库（DATA.100EC.CN）显示，“全民海淘”存在发货问题、物流问题、订单问题、退换货难、退款问题和霸王条款。

## 全民海淘2020年全年投诉问题类型占比图



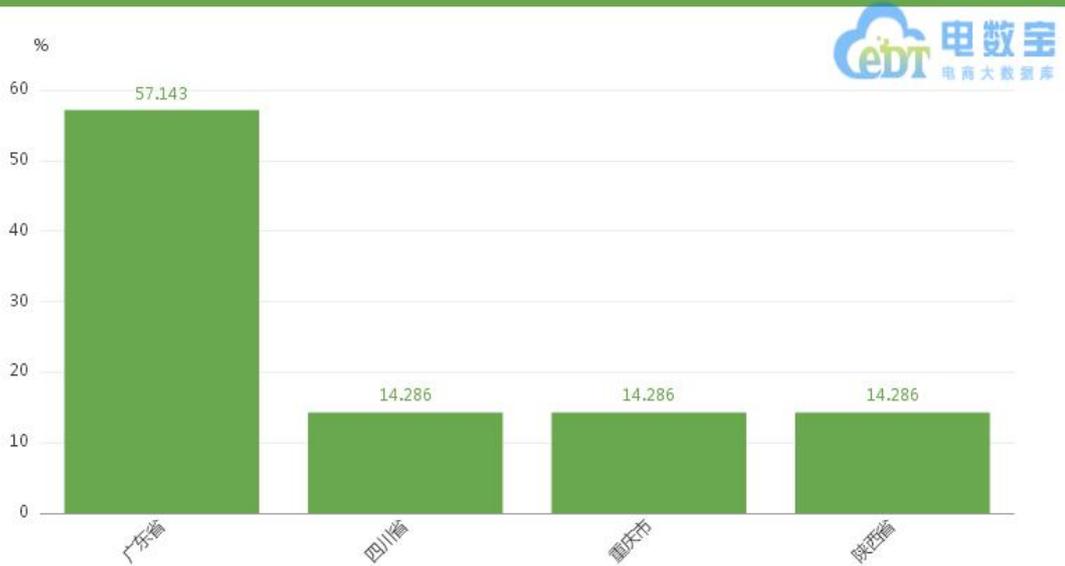
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

### 投诉地区分布

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，2020年度投诉“全民海淘”的用户主要集中地为广东省、四川省、重庆市和陕西省。

## 全民海淘2020年全年投诉者地区占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

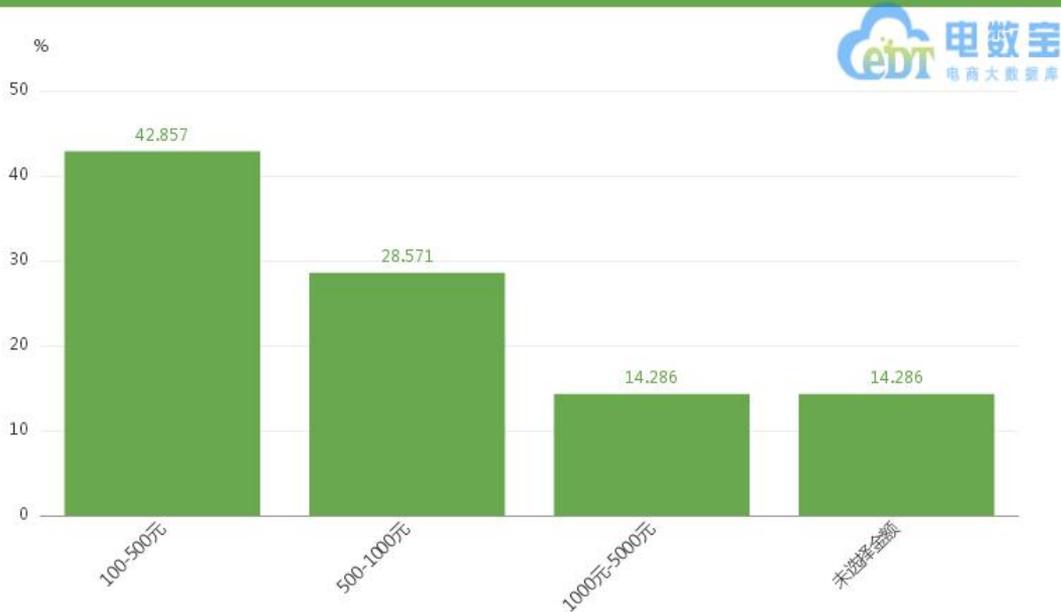
### 投诉性别及金额占比

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，在投诉“全民海淘”的用户中男生占比 71.429%，女生占比 28.571%。



据网经社“电数宝”电商大数据库显示，用户投诉“全民海淘”的消费金额主要在 100-500 元、500-1000 元、1000-5000 元区间，占比分别为 42.857%、28.571%和 14.286%。

## 全民海淘2020年全年投诉金额占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

### 典型案例披露

#### 【案例一】“全民海淘”平台无法发货 要求退款却一拖再拖

叶先生于2020年2月18日在“全民海淘”电商平台购买口罩，出现了无法按时到货并查询不到物流信息的问题（虚假发货，拒不发货，逾期未发货，询问客服一直要等待，购买时标明一周到货），跟客服沟通退款只能等待，对于物流也是一无所知，明显假发货，只是敷衍应付说再等等。

#### 【案例二】“全民海淘”虚假发货只有单号没有物流消息

计女士2月18日在“全民海淘”下单久不发货，还不退款，只填个单号，客服也联系不到，货也不发，一次性口罩一个售卖十几块，疫情时期就算了，但是下了单还不发货，欺骗消费者，不诚信。承诺一个星期收到货现在过去二十多天仍然不发货。

#### 【案例三】“全民海淘”未发货 申请退款却以开始配货为由拒绝

李先生是2020年2月18日在全民海淘app购买了口罩2盒。订单号：11186791，购买链接写着日本直邮下单后一周到货。购买后直接显示配货中，没有任何退货接口，咨询客服只让等待，购买5天一直未发货。客服一直说在配货，需要等待，连续等待5天没有任何

反应。无奈跟客服申请取消订单退款，客服以开始配货（下单当时既显示为配货中，没有任何其他显示，也就是付款后就为配货状态，不是真实在配货状态）为借口 拒不退货。不允许退货，也不发货，涉嫌欺诈。

## 【典型案例六】“海淘免税店”

### 2020 年全年投诉数据



据“电数宝”显示，2020年度杭州橙子信息科技有限公司旗下运营“海淘免税店”共获得 14 次消费评级，均获“不建议下单”评级，全年消费评级为“不建议下单”。

海淘免税店电商消费2020年评级数据

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	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	12月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	11月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	10月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单
2020年	8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	2月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单

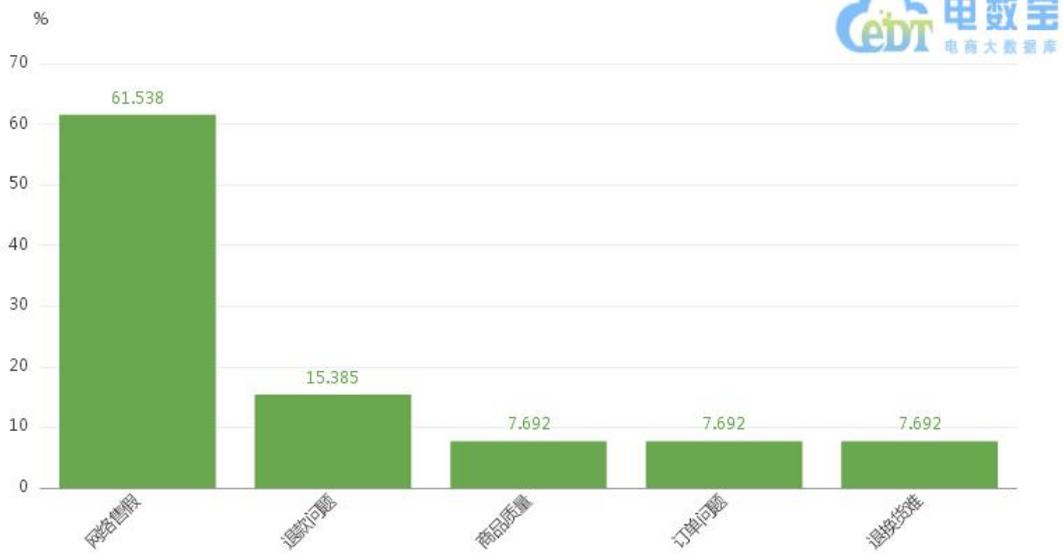
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

## 消费问题分布

据网经社“电数宝”电商大数据库（DATA.100EC.CN）显示，“海淘免税店”存在网络售假、退款问题、商品质量、订单问题、退换货难的问题。

## 海淘免税店2020年全年投诉问题类型占比图



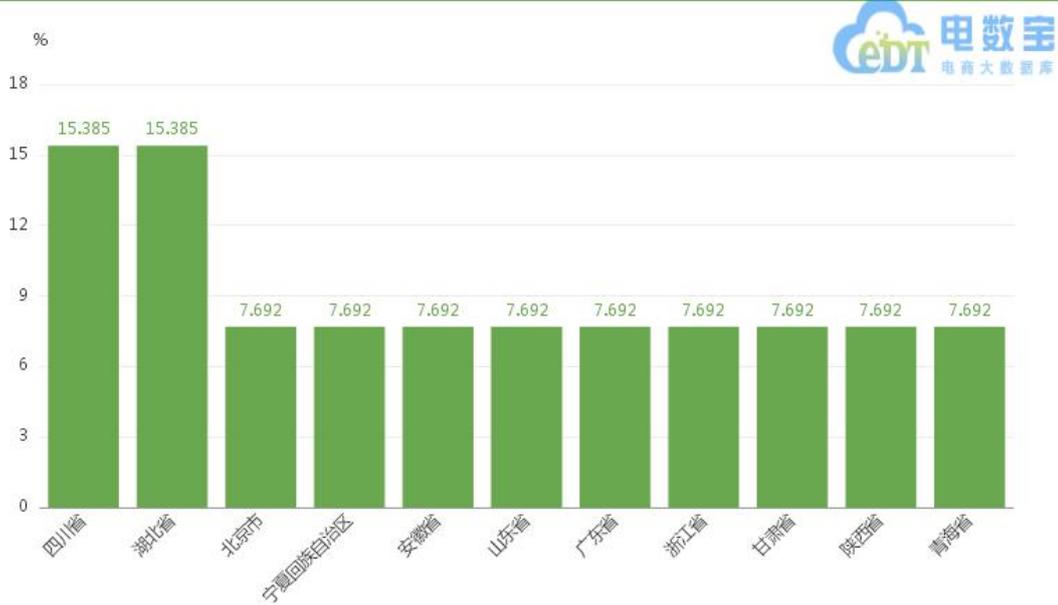
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

### 投诉地区分布

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，2020年度投诉“海淘免税店”的用户主要集中在四川、湖北、北京、宁夏、安徽、山东、广东、浙江、甘肃、山西和青海。

## 海淘免税店2020年全年投诉者地区占比图



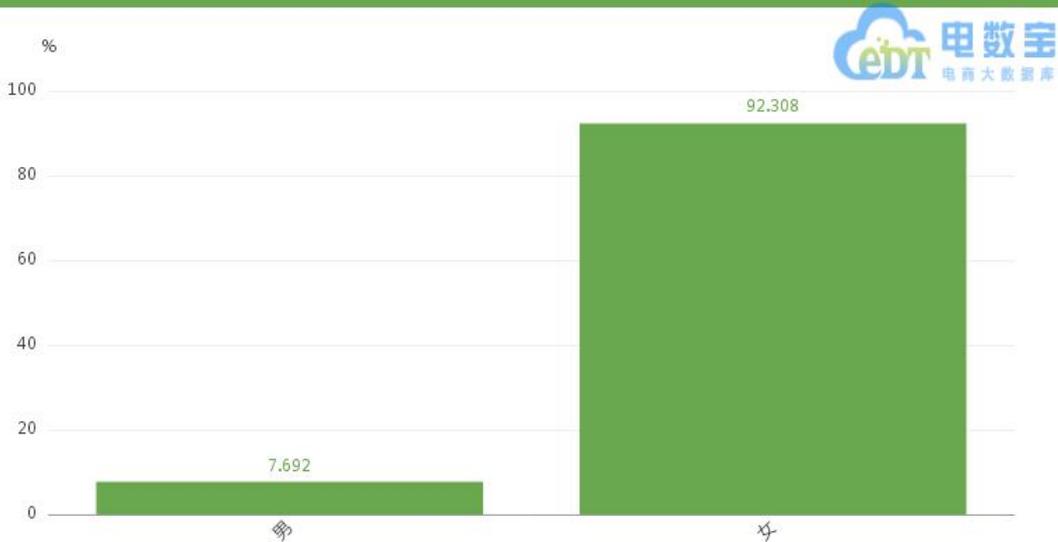
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

## 投诉性别及金额占比

据网经社“电数宝”电商大数据显示，在投诉“海淘免税店”的用户中男生占比 7.692%，女生占比 92.308%。

## 海淘免税店2020年全年投诉者性别占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，用户投诉“海淘免税店”的消费金额主要在1000-5000元、500-1000元、100-500元、0-100元，占比分别为38.462%、30.769%、23.077%和7.692%。



#### 典型案例披露

##### 【案例一】“海淘免税店”商品被鉴定为假货 商家不予退款

陕西省的吕女士投诉称她于2020年12月23日在海外购“海淘免税店”购买了一支香奈儿柔和净肤泡沫洁面乳，于12月26日签收，在收到产品过程中，打开包装发现这支洗面奶无论是颜色、气味、质地和瓶身都与之前不同，且气味非常的刺鼻，闻久了会产生头晕，想吐的现象，因发现了异常，所以在收到货以后就使用了心心美妆 app 进行鉴定，鉴定结果为假货。产品也于2020年12月26日发回退货地址，商家于2020年12月30日签收，但商家不予退款。

##### 【案例二】“海淘免税店”商品氧化严重维修后无物流信息

四川省的君女士于2020年8月25日在“海淘免税店” app 购买潘多拉手链，半个月不到的手链全部氧化，联系售后维修告知让寄回1-7天归还，国庆前应该是可以到手。9月

21日发货到售后店铺地址，9月26日已签收。国庆前君女士联系却告知核实手链要1-5天，几天后问多久清洗完却告知要7-15天。但是18日要用这条手链要求13号发回却告知品牌方已经清洗完毕已发货给，隔天君女士联系圆通快递被告知无物流，现在已经过去20天。

### 【案例三】“海淘免税店”商品鉴定为仿品 卖家却拒绝退换货

官女士于2020年7月27日在杭州市橙子信息科技有限公司来的“海淘免税店”app下单了一个coach品牌jade型号的小号包包(以下简称该商品)，在7月27日下单后当天得知该平台售假问题严重，本人要求取消该笔定单，与客服沟通后称商品已发出不允许取消订单。直到2020年8月21日收到该商品后第一时间在闲鱼app找了3位专业人士鉴定，鉴定结果均为仿品。因为鉴定均为仿品，我找客服要求退货退款，对方要求我提供书面鉴定证明才允许我退货，对方不承认app的鉴定结果，必须要我去相关单位出具实物鉴定证明，并坚持自己售出的正品。海淘免税店软件下单后，除了确认收货，并无取消订单或者退换货选项，买家购买后无论真假或者任何问题，卖家不同意绝对不可能退款或者换货。个人认为，我购买了该商品并且做了相关鉴定均为仿品，卖家不同意退款，并且无七天无理由退换货保障。

### 【典型案例七】“HIGO”

2020年全年投诉数据



据“电数宝”显示，2020年度北京乐呵互动信息技术有限公司运营“HIGO”共获得11次消费评级，均为“不予评级”。

HIGO电商消费历年评级数据

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	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	7月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	6月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	5月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	1月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2019年	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2019年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2019年	9月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2019年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2019年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2019年	618	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2019年	6月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2019年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2019年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2019年	2月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2018年	全年	50.00%	0.000	0.000	0.250	不建议下单
2018年	第三季度	100.00%	0.000	0.000	0.500	谨慎下单
2018年	上半年	50.00%	0.000	0.000	0.250	不建议下单
2018年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2018年	5月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2018年	第一季度	100.00%	0.000	0.000	0.500	谨慎下单
2018年	1月	100.00%	0.000	0.000	0.500	谨慎下单

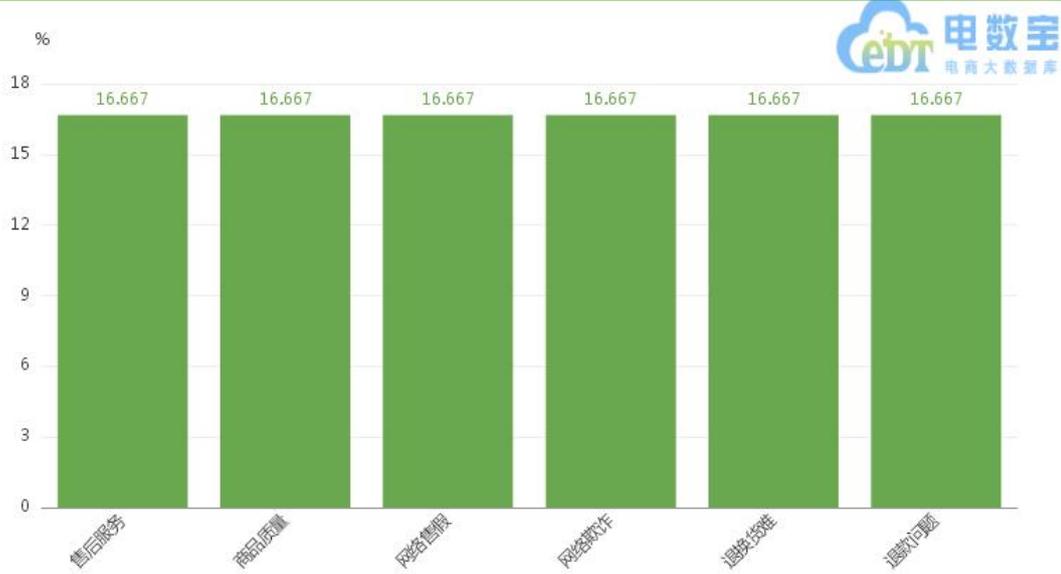
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

## 消费问题分布

据网经社“电数宝”电商大数据库（DATA.100EC.CN）显示，“HIGO”存在售后服务、商品质量、网络售假、网络欺诈、退换货难和退款问题。

## HIGO2020年全年投诉问题类型占比图



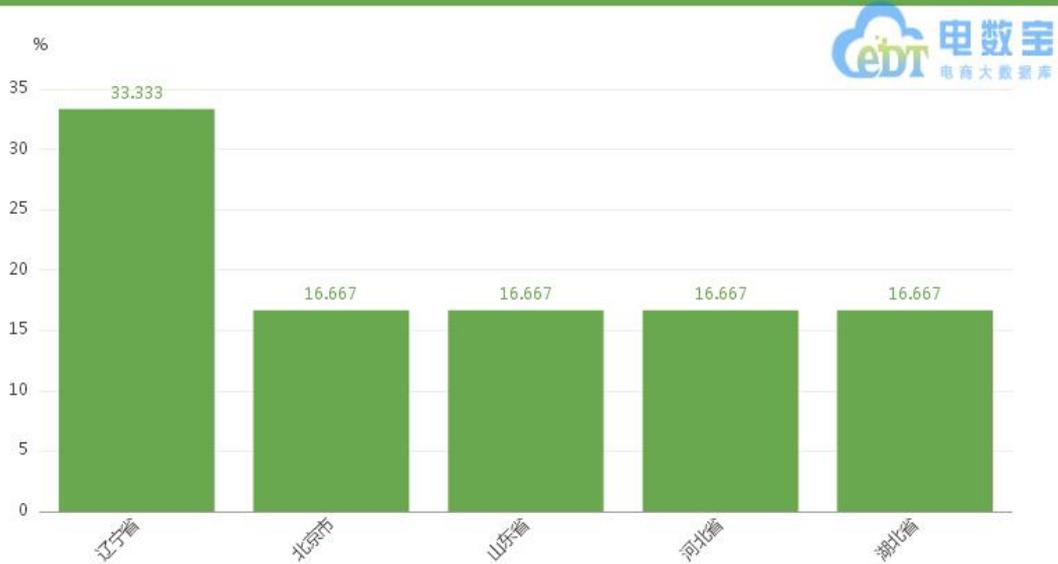
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

### 投诉地区分布

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，2020年度投诉“HIGO”的用户主要集中地依次为辽宁省、北京市、山东省、河北省和湖北省。

## HIGO2020年全年投诉者地区占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

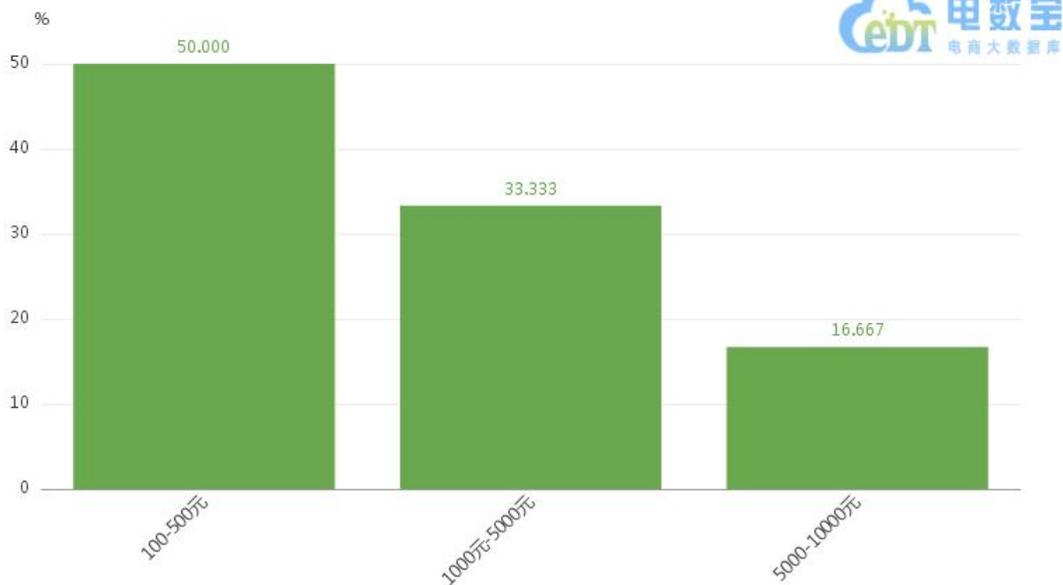
### 投诉性别及金额占比

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，在投诉“HIGO”的用户中男生占比 16.667%，女生占比 83.333%。



据网经社“电数宝”电商大数据库显示，用户投诉“HIGO”的消费金额主要在 100-500 元、1000-5000 元和 5000-10000 元区间，占比分别为 50.000%、33.333%、和 16.667%。

## HIGO2020年全年投诉金额占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

### 典型案例披露

#### 【案例一】“HIGO”商品货不对板要求退换货被拒绝

陈女士于2019年5月7日在“HIGO”平台买了圣罗兰女包。然而收到商品后发现与商品详情页描述不符，于是第一时间联系商家退货。商家以代购商品为由拒绝7天无理由退货。陈女士称自己是平台的老顾客，有长期的平台购买记录，但是这一次购物她非常不满意。

陈女士称，第一，作为你们平台的老顾客，我本次购买的商品有明显外观瑕疵，在收到商品之后第一时间联系你们平台和商家进行退货，合情合理合法。第二，你们平台承诺购买的商品都是正品真货，但是本次购买，该商家提供不了任何海外购物凭证，作为你们的老顾客，严重降低了我你们平台的信任度。第三，你们平台承诺没有准确的物流信息发现即赔，我本次购买物品，商家是从国内发货，而且物流信息与我实际快递地址完全没有关系。我完全可以根据这一点将你们平台和商家一起告上法院，以欺诈消费者处理。作为你们平台的老顾客，我现在还是愿意相信你们平台的办事能力的。所以陈女士只希望平台能尽快出面解决他的问题和满足她的诉求。

#### 【案例二】入驻代购被顾客投诉 “HIGO”扣除保证金并关闭店铺

周先生是入驻 HIGO 平台的一名代购，周先生称有一名顾客在我店铺买了一只口红，我提前告知顾客口红需要晚点发货，后来顾客因没及时发货投诉我们，平台直接扣除我们 20 元罚款，平台明明是扣 5% 的违约金给顾客，但是平台却扣了 20 元，自己从中获取一部分罚金，这个是不合理的，但是平台告知就是要这样罚款。

因为有提前告知顾客口红需要晚点发货，所以便和顾客起了争执，平台因此直接罚款我们 1000 元，从保证金扣除，没有提前告知我们这些规则，也没有任何公告告知我们有这些规则，另外类似情况的其他代购也只是警告，平台霸王条款，直接扣除保证金。

几天后，平台在无任何缘由的情况下告知我们要将我们店铺关闭，不再合作。平台一边罚款说是为了规范平台提高商家服务质量，一边又直接把我们店铺关闭。另外还有近一万保证金，平台说一个月之后联系退还，但是一个月之后平台并没有及时退还保证金，一直推脱，我要求平台归还不合理的 1 千罚款和剩下的保证金。

### 【案例三】“HIGO”疑似售假 买家要求鉴定却被告知要 500 鉴定费

杨女士于 2017 年双十一活动期间在 HIGO 平台下单购买 MK 包包。杨女士称她双 11 期间在沈阳 MK 专柜看中“mercer”橙色款一款包包，于是就在 HIGO 找个卖家购买，价格比专柜便宜 1000 多元。然而到手之后明显感觉包包跟专柜不一样，手感很硬，走线不均匀，长链挂钩松动，气味大，LOGO 不平而且 S 上金属有突起，所以 HIGO 安全签也没拆，不拆安全签里袋无法查看。

当时就准备想退货，但是卖家让我去鉴定。我联系鉴定那边客服说鉴定费 500 元左右，如果鉴定为正品需要我自己出鉴定费，这个牌子也不是太贵，没有专业鉴定，应该平台鉴定证明是正品。

## 【典型案例八】“别样海外购”

2020 年全年投诉数据



据“电数宝”显示，2020年度上海别样秀数据科技有限公司运营“别样海外购”共获得15次消费评级，均为“不予评级”。

### 别样电商消费2020年评级数据

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	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	双11	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	12月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	11月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	10月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	7月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	6月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	5月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	4月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	1月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

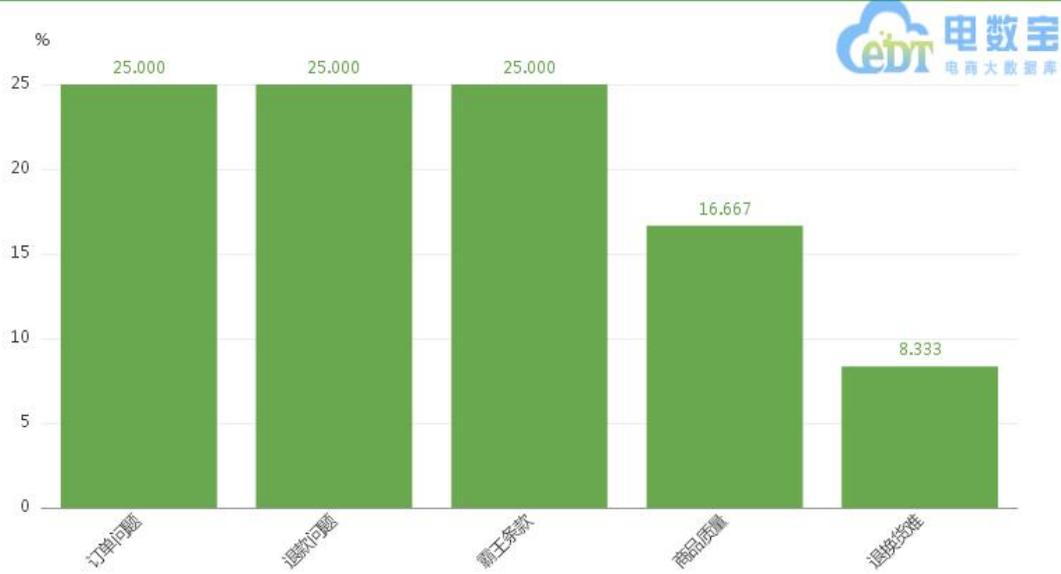
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

### 消费问题分布

据网经社“电数宝”电商大数据库（DATA.100EC.CN）显示，“别样海外购”存在订单问题、退款问题、霸王条款、商品质量和退换货难问题。

## 别样2020年全年投诉问题类型占比图



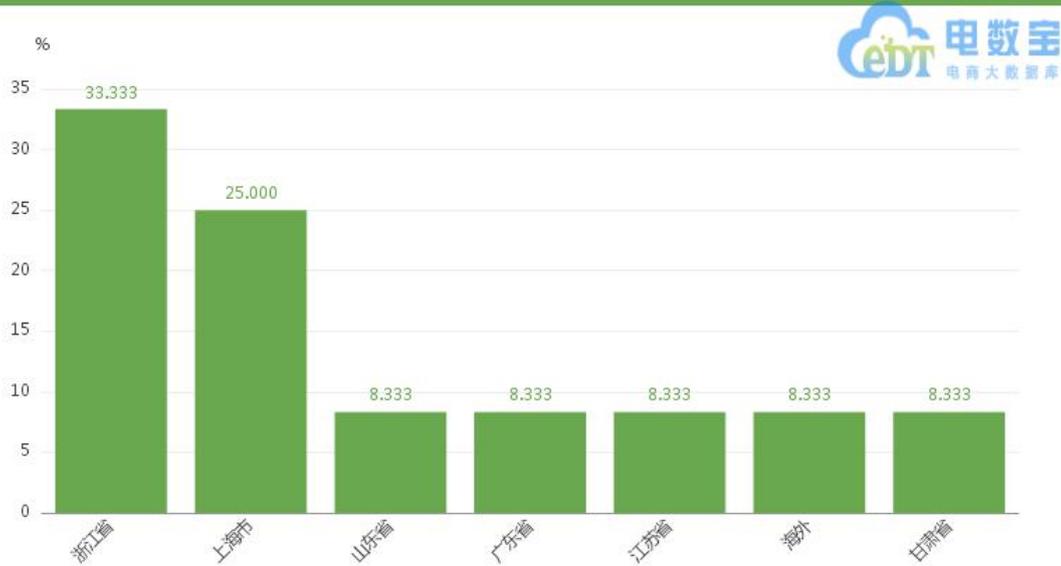
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

### 投诉地区分布

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，2020年度投诉“别样海外购”的用户主要集中在浙江省、上海市、山东省、广东省、江苏省、海外地区以及甘肃省。

## 别样2020年全年投诉者地区占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

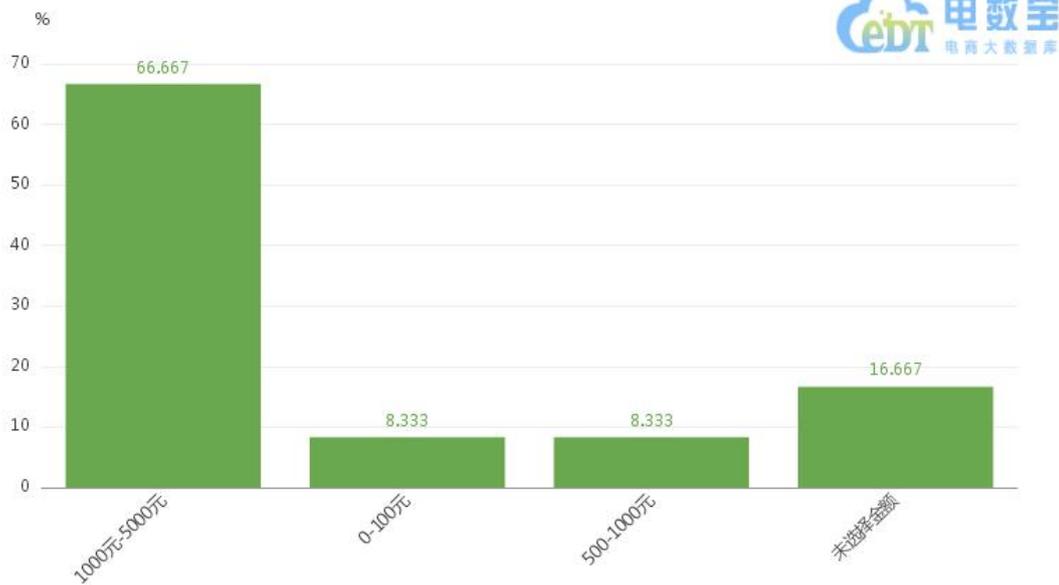
### 投诉性别及金额占比

据网经社“电数宝”电商大数据显示，在投诉“别样海外购”的用户中男生占比41.667%，女生占比58.333%。



据网经社“电数宝”电商大数据显示，用户投诉“别样海外购”的消费金额主要在1000-5000元、0-100元、500-1000元区间，占比分别为66.667%、8.333%、和8.333%。

## 别样2020年全年投诉金额占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

### 典型案例披露

#### 【案例一】“别样海外购”商品包装破损致商品摩擦有污渍

上海市的陆女士投诉称她于2020年11月23日在“别样”电商平台（店铺名：别样头等仓）购买RealHer唇彩三件套，价值97元，于2020年12月3日收到货，货物被丰巢快递柜自动签收，等取件后发现商品包装盒破损，并且唇彩外壳上有摩擦污渍，且污渍不可擦拭掉，商品包装盒受损严重。

由于此商品用于作为礼物，目前礼物也被迫耽搁无法赠送。并且等待时间长久，陆女士表示她的诉求是立刻换货，或者退款，同时，陆女士认为她等待时间很长，换货或者退款耽误严重影响了使用，需求一定补偿。

#### 【案例二】商品品质堪忧 “别样海外购”推脱拒绝处理

李女士于10月14日晚上从丰巢自取到在“别样海外购”购买的价值1902元的古奇围巾，外包装完好，拆开后面巾方正地叠在内纸盒里，但是拿出来，140×140cm尺寸的围巾整条都是皱巴巴跟咸菜干一样，没有一处平整，比二手围巾还陈旧。李女士第一时间跟别样客服联系，客服多次推脱，首先不承认商品属于瑕疵问题。客服给出的解决方案是，让李女

士自己去晾几天或者烫，但是李女士晾了近两周还是恢复不了，客服也霸王条款拒绝处理，还强调发货商家无过错，别样中间商无过错，有错也需要消费者自行处理。

### 【案例三】“别样海外购”发错货后只能退货导致优惠全无

俞女士于2020年4月30日在“别样”app上购买一件burberry的短袖衬衣价值149美元，并于5月7日晚上签收。当俞女士8号打开快递发现他们发给我的货是错的，给了我件burberry长袖，后我找他们客服要求处理，我要求换货，把我原来的短袖衬衣发还给我，然而今天他们专员给我的处理结果是只能退货，说是因为海淘的特殊性无法换货，并且只能赔偿10美金，但是现在这个商品原来的折扣已经没了，并且涨价了431更主要的是已经没货了。

## 【典型案例九】“天猫国际”

### 2020年全年投诉数据



据“电数宝”显示，2020年度浙江天猫网络有限公司运营“天猫国际”共获得15次消费评级，均为“不予评级”，平台回复率为0。

### 天猫国际电商消费2020年评级数据

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	全年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第四季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	双11	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	12月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	11月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第三季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	7月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	上半年	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第二季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	6月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	5月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	4月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	第一季度	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	3月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级
2020年	1月	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级

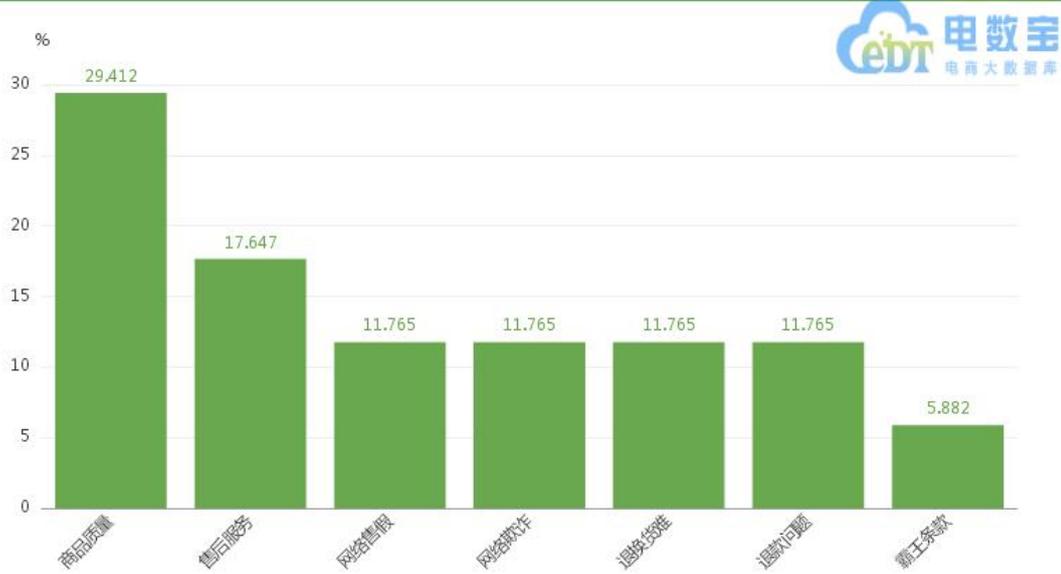
图表编制：电诉宝（电子商务消费纠纷调解平台）

数据来源：WWW.100EC.CN

### 消费问题分布

据网经社“电数宝”电商大数据库（DATA.100EC.CN）显示，“天猫国际”存在商品质量、售后服务、网络售假、网络欺诈、退换货难、退款问题和霸王条款的问题。

## 天猫国际2020年全年投诉问题类型占比图



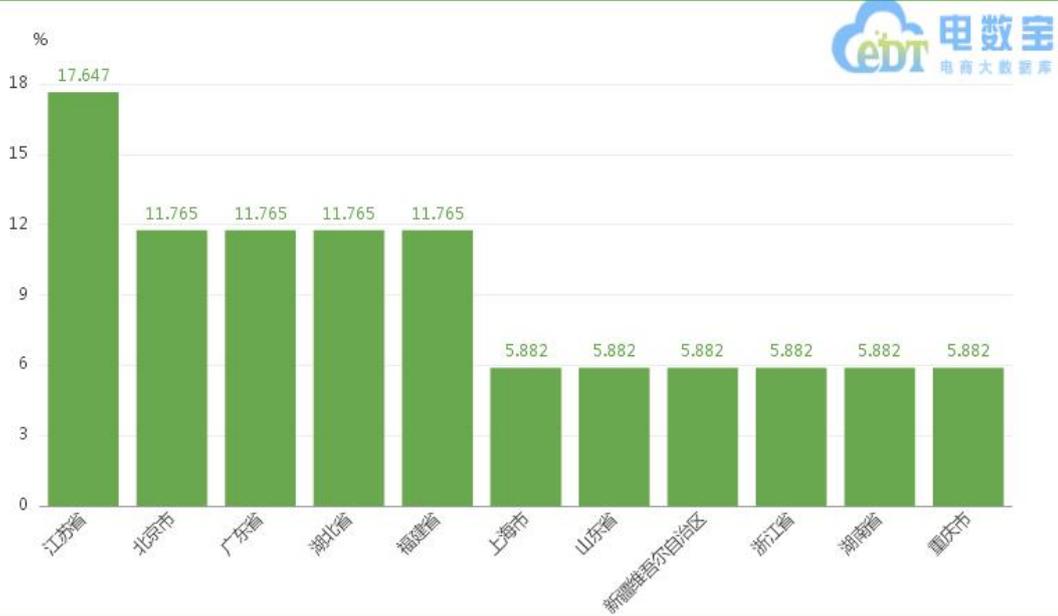
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

### 投诉地区分布

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，2020年度投诉“天猫国际”的用户主要集中在江苏省、北京市、广东省、湖北省、福建省、上海市、山东省、新疆维吾尔自治区、浙江省、湖南省和重庆市。

## 天猫国际2020年全年投诉者地区占比图



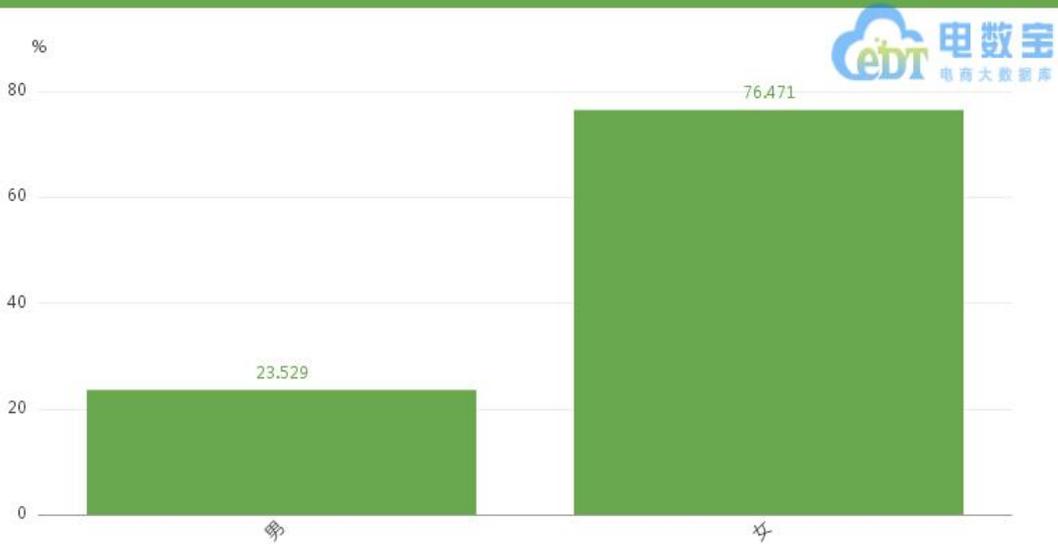
图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

## 投诉性别及金额占比

据网经社“电数宝”电商大数据库显示，在投诉“天猫国际”的用户中男生占比 23.529%，女生占比 76.471%。

## 天猫国际2020年全年投诉者性别占比图

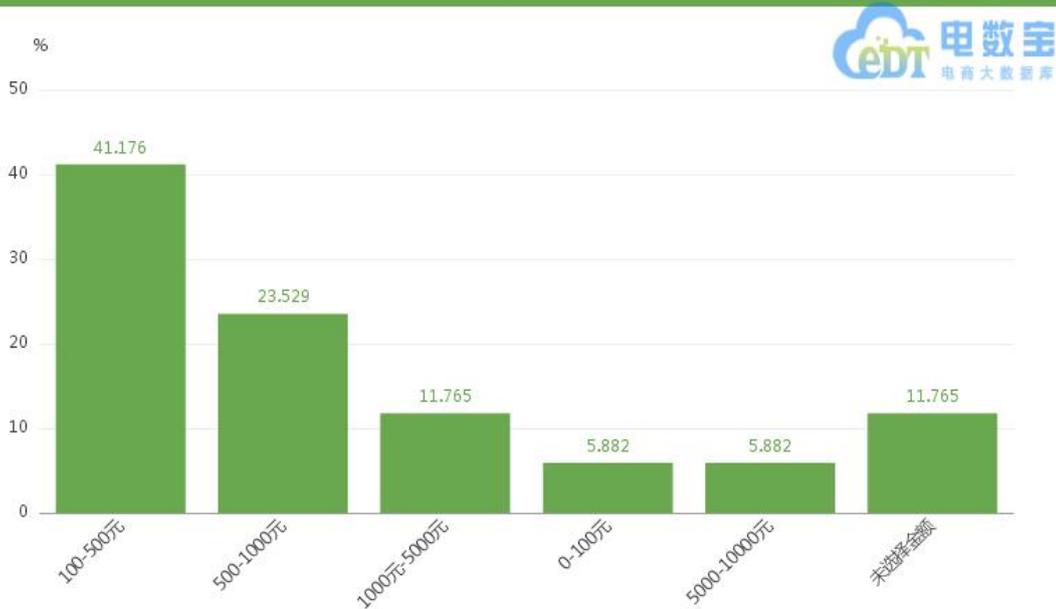


图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

据网经社“电数宝”电商大数据库显示,用户投诉“天猫国际”的消费金额主要在 100-500 元、500-1000 元、1000-5000 元、0-100 元、5000-10000 元区间,占比分别为 41.176%、23.529%、11.765%、5.882%和 5.882%。

天猫国际2020年全年投诉金额占比图



图表编制：电数宝

数据来源：WWW.100EC.CN

### 典型案例披露

#### 【案例一】“天猫国际”商品颜色字体与正品有差异 用户怀疑售假

孙女士于 2017 年 3 月 21 日在在屈臣氏天猫国际海外旗舰店购买韩国洗发水红吕。等孙女士收到货后才发现洗发水的包装颜色和之前用过的正品完全不同,是深红色,文字字体和标签等都完全不相同。致电韩国吕的中国客服咨询具体情况,对方回应 所有正品都是韩国生产,所有颜色都完全相同,不存在明显差异性。官方授权的店铺只有天猫吕旗舰店,线下门店,其他的不能保证是正品。

#### 【案例二】商品质量问题要求退款 “天猫国际”取消退货退款申请

张女士在天猫国际买了奶昔,可是到货后拿回来有很难闻的味道,张女士称和卖家反应了情况,他说可以寄回但是邮费不出,可是明明是质量问题,理应由卖家承担退换货运费。随后张女士申请退货退款,卖家拒绝了,张女士称她申请天猫介入,天猫让我 72 小时传有

效凭证，我上传了两张图片后退款还是拒绝了。天猫同意了晚两天上传凭证可是第二天却取消了我的退货退款申请。我就打人工问，他们就说天猫国际的处理结果是合理的。

之后我打了工商局，他们说要那个详细地址和名字。店家和天猫客服都说不可以提供详细卖家地址和名字。最后卖家就给了一个广州的地址，可是货是从宁波保税发的。我也就问他们该怎么办，我说能提供质检报告嘛？他们说有货源报告就不用质检的，我说有海关凭证，还有航运等，他们就给了一个网址让我去查。我只是退个有质量问题的货，必须让我去质检。遇到也是没办法，不知道那里可以质检，打了很多电话，都不知道。而且卖家一直都不给我在宁波 卖家的地址和公司名字。

### 【案例三】“天猫国际”申请退货却被商家强行关闭交易

湖北省的张先生之前在天猫国际上买了一瓶第一三共的美白丸，后来发现与我搜索和了解到的信息不符，它这个是维C片，不是我想要的，就申请了退款，因为并未收到货，多次与卖家协商，要求拦截物流，将货物退回去。后来卖家天天发短信，都是说不一定拦截成功，请我收到货后拒签，他们看到退回物流就给我退款。但是今天卖家问我是否收到货物，我说没有收到，我也说了是确实不想要。但他们就突然给我关闭了交易，导致我这笔订单货物未收到，钱也打入对方账户，我无法再提起申诉和退款，这个交易就被他们强行关闭了。这完全是欺诈和骗取买家钱款的行为，这样的操作居然是淘宝介入后处理的，淘宝网偏袒卖家的行为也令人十分不齿，刚才已经在网上提交了差评。今天晚上是双十一提交购，接下来的几个小时我会一直在网上发帖举报他们这种骗取买家钱财的行为，并且也会在中国电商平台上进行举报，希望能够进一步净化网络购物的环境。

## 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）运行十余年来，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。



[首页](#)
[投诉榜](#)
[评级榜](#)
[律师团](#)
[报道](#)
[专题](#)

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

网络消费纠纷调解平台

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 www.100EC.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) 2010-2021 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
《全球电子商务数据报告》	√			
《中国电子商务市场监测数据报告》	√	√		
《中国电商人才状况调查数据报告》	√			
《中国电商上市公司数据报告》	√			
《中国新三板挂牌电商公司数据报告》	√	√		

《中国泛电商“独角兽”数据报告》	√	√		
《中国泛电商“千里马”数据报告》	√	√		
《2020年中国电商APP月活数据报告》				√

**【零售电商类】**

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

**【跨境电商类】**

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《中国跨境电商市场监测数据报告》	√	√		
《中国出口跨境电商市场数据报告》	√			
《中国进口跨境电商市场数据报告》	√			
《中国跨境电商服务商市场数据报告》	√			
《中国跨境支付市场数据报告》	√			
《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
《中国生活服务电商市场监测数据报告》	√	√		
《中国在线旅游（OTA）市场数据报告》	√			

《中国在线教育市场数据报告》	√			
《共享经济市场数据报告》	√			
《共享单车市场数据报告》	√			
《共享住宿市场数据报告》	√			
《网约车市场数据报告》	√			
《共享办公市场数据报告》	√			
《共享充电宝市场数据报告》	√			
《共享汽车市场数据报告》	√			
《在线外卖市场数据报告》	√			
《互联网家装市场数据报告》	√			
《互联网医疗市场数据报告》	√			
《互联网大健康市场数据报告》				

### 【产业电商类】

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

### 【电商物流类】

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《中国电商物流市场数据报告》	√			
《中国即时物流市场数据报告》	√			
《中国同城货运市场数据报告》	√			
《中国同城配送市场数据报告》	√			
《中国智慧物流市场数据报告》	√			
《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
《中国电子商务投融资市场数据报告》	√	√	√	√
《中国生鲜电商行业融资数据报告》	√			
《中国二手电商行业融资数据报告》	√			
《中国汽车电商行业融资数据报告》	√			
《中国社交电商行业融资数据报告》	√			

《中国交通出行行业融资数据报告》	√			
《中国在线教育行业融资数据报告》	√			

**【电商权益类】**

报告名称	年度	半年度	季度	月度
《中国电子商务用户体验与投诉监测报告》	√	√	√	√
《十大电商行业消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《中国电子商务法律报告》	√			
《中国电商平台消费评级数据报告》	√			
《中国电商消费主题调查报告》	√			
《中国跨境电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《中国汽车电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《中国二手电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《中国生鲜电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《中国社交电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《中国在线旅游消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《中国在线外卖消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《中国在线教育消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《中国电商物流消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《中国海淘转运消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《中国品牌电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《中国母婴电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《中国医药电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《中国交通出行消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《中国导购类电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《中国分期电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《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 年度跨境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：2021 年 1 月 26 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)

