

2021年（上）

中国电子商务用户体验与投诉监测报告

数据来源： 电数宝

案例来源： 电诉宝

发布时间：2021年7月20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、整体数据	15
(一) 投诉领域分布.....	15
(二) 投诉 TOP20 地区分布.....	16
(三) 投诉用户性别分布.....	17
(四) 投诉金额区间分布.....	18
(五) 热点投诉问题.....	19
三、典型投诉案例	20
(一) 零售电商.....	20
(二) 跨境电商.....	23
(三) 生活服务电商.....	27
(四) 在线旅游.....	31
(五) 在线教育.....	34
四、关于我们	41
(一) 关于电诉宝.....	41
(二) 关于网经社.....	43
(三) 2020-2021 年度网经社电子商务研究中心报告发布计划.....	45

一、报告摘要

7月20日，依据国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）2021年上半年受理的全国187家互联网消费平台纠纷案例大数据，我国“一带一路”TOP10影响力社会智库网经社电子商务研究中心发布了《2021年（上）中国电子商务用户体验与投诉监测报告》。

报告涉及了100家零售电商（主要包含跨境电商、社交电商、生鲜电商、二手电商）、87家生活服务电商（主要包含在线餐饮、在线票务、在线教育、在线旅游、交通出行）。报告公布了《2021上半年全国零售电商消费评级榜》、《2021上半年全国生活服务电商消费评级榜》、《2021上半年全国跨境电商消费评级榜》、《2021上半年全国在线教育消费评级榜》、《2021上半年全国在线旅游消费评级榜》及50个典型案例。

上述榜单依据国内知名网络消费纠纷调解平台“电诉宝”（315.100EC.CN）上半年受理的全国187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。

2021年上半年全国网络消费热点投诉问题排名前十的依次为：退款问题、商品质量、网络欺诈、网络售假、发货问题、霸王条款、售后服务、虚假促销、货不对板、退换货难。

零售电商榜单发布 31家互联网消费平台入选

零售电商：狭义指通过网络渠道进行商品交易活动，包括实物商品交易及虚拟商品交易。广义上网经社将零售电商定义为一种业态，包含平台、商家、品牌、用户、服务商等。按模式分，有C2C、B2C、C2M、B2B2C等；按品类分，有综合电商、垂直电商；按交易市场分，有进口跨境电商、出口跨境电商；新电商有会员制电商、直播电商、精品电商、小程序电商等。

榜单显示，海淘1号、小红书、微拍堂、当当、唯品会、海豚家在受理、解决平台通报移交督办的投诉平台反馈率较高、回复时效性较及时，用户满意度较好，综合指数普遍在0.75以上，获“**建议下单**”购买评级；红布林、花礼网、蘑菇街、洋码头、店宝宝、抖音、拼多多、寺库微盟综合指数在0.4-0.75间，获“**谨慎下单**”购买评级；有赞、苏宁易购、

京东、熊猫生活、转转、快手、考拉海购获“不建议下单”；橙心优选、叮咚买菜、闲鱼、天猫、微店、杂志云、德国w家、丝芙兰、淘宝获“不予评级”购买评级。

报告涉及的榜单所有数据、评级、排名，均由系统后台根据电商的平台反馈率、反馈时效性、用户满意度，依据模型算法自动生成，不受任何人工因素影响。

2021上半年电诉宝零售电商消费评级榜							
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	详情
1	海淘1号	100.00%	0.933	10.000	0.980	建议下单	数据详情
2	小红书	100.00%	1.000	8.000	0.960	建议下单	数据详情
3	微拍堂	100.00%	1.000	2.000	0.860	建议下单	数据详情
4	当当	93.75%	0.938	2.000	0.810	建议下单	数据详情
5	唯品会	78.57%	0.786	9.000	0.809	建议下单	数据详情
6	海豚家	88.85%	0.822	2.000	0.751	建议下单	数据详情
7	红布林	90.91%	0.691	2.000	0.722	谨慎下单	数据详情
8	花礼网	72.73%	0.727	4.667	0.688	谨慎下单	数据详情
9	蘑菇街	83.33%	0.667	2.000	0.677	谨慎下单	数据详情
10	洋码头	90.91%	0.691	0.000	0.662	谨慎下单	数据详情
11	店宝宝	42.86%	0.314	10.000	0.509	谨慎下单	数据详情
12	抖音	56.25%	0.156	6.000	0.458	谨慎下单	数据详情
12	拼多多	49.46%	0.432	3.250	0.458	谨慎下单	数据详情
14	寺库	54.55%	0.364	2.000	0.442	谨慎下单	数据详情
15	微盟	50.00%	0.333	2.000	0.410	谨慎下单	数据详情
16	有赞	53.85%	0.431	0.000	0.398	不建议下单	数据详情
17	苏宁易购	37.50%	0.375	0.000	0.300	不建议下单	数据详情
18	京东	29.37%	0.186	2.000	0.263	不建议下单	数据详情
19	熊猫生活	27.27%	0.227	0.000	0.205	不建议下单	数据详情
20	转转	25.00%	0.250	0.000	0.200	不建议下单	数据详情
21	快手	9.09%	0.091	0.000	0.073	不建议下单	数据详情
22	橙心优选	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级	数据详情
22	叮咚买菜	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级	数据详情
22	闲鱼	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级	数据详情
22	天猫	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级	数据详情
22	微店	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级	数据详情
22	杂志云	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级	数据详情
22	考拉海购	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单	数据详情
22	德国w家	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级	数据详情
22	丝芙兰	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级	数据详情
22	淘宝	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级	数据详情

备注：
1、综合指数=平台反馈率*0.5+回复时效性*0.3+用户满意度/10*0.2。
1.1、平台反馈率：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]。对未入驻或未取得联系售后联系方式的电商平台“不予评级”。
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（网络消费纠纷调解平台） 数据来源：WWW.100EC.CN

据电诉宝显示，2021年上半年电诉宝零售电商投诉榜（依据投诉量排行），排名 TOP10

依次为拼多多、淘宝、京东、天猫、闲鱼、抖音、唯品会、熊猫生活、微拍堂、微店。

排名 11-30 名的有：海豚家、当当、苏宁易购、有赞、小红书、洋码头、红布林、花礼网、寺库、快手、橙心优选、转转、店宝宝、考拉海购、杂志云、海淘1号、蘑菇街、微盟、叮咚买菜、丝芙兰。

排名 31-50 名的有：德国w家、海狐海淘、小米有品、绿森商城、德国BA保镖商城、孔夫子旧书网、交易猫、小米商城、途虎养车、华硕商城、三星网上商城、国美、全球速卖通、亚马逊、苹果、杂志猫、达令家、一品威客、Feelunique、找靓机。

排名 51-70 名的有：特步、鲁班到家、每日优鲜、卷皮、今日优选、千千惠生活、金鹰购、一件、美的、耐克 app、中国联通、拍机堂、易果生鲜、网易严选、Bonpont、i百联、别样、英超海淘、孩子王、万表网。

排名 71-100 名的有：必要、新蛋网、可得眼镜网、华为商城、酒仙网、1号店、京东到家、瓜子二手车、86mall、丰趣海淘、快送鲜花网、顺丰优选、美乐乐家具网、易车惠买车、李宁、波奇网、美菜网、爱花居、Lazada、波司登、麦软网、锦鲤好物、MAC小程序、良品铺子、欢太商城、兴盛优选、永辉超市、86daigou、米家、智慧家选。



网络消费纠纷调解平台

电诉宝 全新升级 “律”动315 直击行业乱象
为全国网络消费用户“保驾护航”

首页
投诉榜
评级榜
律师团
报道
专题

当前位置 > 投诉榜

领域： 总榜 零售电商 服务电商 在线教育 在线旅游 交通出行

跨境电商 产业电商 金融科技 电商物流

行业： 全部 品牌电商 社交电商 生鲜电商 二手电商 汽车电商

筛选： 2021 上半年

1 拼多多	2 淘宝	3 京东	4 天猫
5 闲鱼	6 抖音	7 唯品会	8 蘑菇生活
9 微店	10 微店	11 海豚家	12 当当
13 苏宁易购	14 有赞	15 小红书	16 洋码头
17 红布林	18 花礼网	19 寺库	20 快手
21 橙心优选	22 转转	23 店宝宝	24 考拉海购
25 杂志云	26 海淘1号	27 蘑菇街	28 微店
29 叮咚买菜	30 丝芙兰	31 德国w家	32 海淘海淘
33 小米有品	34 绿森商城	35 德国BA保福商城	36 孔夫子旧书网
37 交易猫	38 小米商城	39 途虎养车	40 华硕商城
41 三星网上商城	42 国美	43 全球速卖通	44 亚马逊
45 苹果	46 杂志猫	47 达令家	48 一品威客
49 Feelunique	50 找靓机	51 特步	52 鲁班到家
53 每日优鲜	54 卷皮	55 今日优选	56 千千惠生活
57 金鹰购	58 一件	59 美的	60 耐克app
61 中国联通	62 拍机堂	63 易果生鲜	64 网易严选
65 Bonpont	66 i百联	67 别样	68 英超海淘
69 孩子王	70 万泰网	71 必要	72 新蛋网
73 可得眼镜网	74 华为商城	75 酒仙网	76 1号店
77 京东到家	78 瓜子二手车	79 86mall	80 丰趣海淘
81 快送鲜花网	82 顺丰优选	83 美乐乐家具网	84 易车惠买车
85 李宁	86 波奇网	87 美菜网	88 爱花居
89 Lazada	90 波司登	91 麦款网	92 锦鲤好物
93 MAC小程序	94 良品铺子	95 欢太商城	96 兴盛优选
97 永辉超市	98 86daigou	99 米家	100 智慧家选

生活服务榜单发布 14 家平台入选

生活服务电商：狭义的生活服务电商指基于互联网为人们日常生活消费提供的服务，分

为到店服务（包括到店餐饮、酒店、影院等）与到家服务（外卖、家政等）两大类。而广义上的生活服务电商，网经社认为还包括：旅游、出行、婚恋、房产、招聘等生活服务行业的互联网化。

榜单显示，帮考网、携程、走着瞧旅行、飞猪在受理和解决平台通报移交督办的投诉平台反馈率较高且回复时效性较及时，用户满意度较好，综合指数普遍在 0.75 以上，获“**建议下单**”购买评级；**联想周边游**获“**谨慎下单**”购买评级；一只船、潭州教育、旅划算、学慧网、美团在受理平台移交的用户投诉，平台反馈率、回复时效性、用户满意度相对低，综合指数低于 0.4，获“**不建议下单**”购买评级；尚德机构、嗨学网、侠侣亲子游、饿了么获“**不予评级**”购买评级。

2021上半年电诉宝生活服务电商消费评级榜							
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	详情
1	帮考网	88.89%	0.889	9.500	0.901	建议下单	数据详情
2	携程	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单	数据详情
3	飞猪	93.33%	0.907	2.000	0.799	建议下单	数据详情
4	走着瞧旅行	100.00%	0.792	2.000	0.798	建议下单	数据详情
5	联想周边游	51.56%	0.175	8.400	0.482	谨慎下单	数据详情
6	一只船教育	20.00%	0.200	0.000	0.160	不建议下单	数据详情
7	潭州教育	28.57%	0.043	0.000	0.156	不建议下单	数据详情
7	旅划算	23.81%	0.124	0.000	0.156	不建议下单	数据详情
9	学慧网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单	数据详情
9	尚德机构	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级	数据详情
9	嗨学网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级	数据详情
9	侠侣亲子游	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级	数据详情
9	美团	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单	数据详情
9	饿了么	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级	数据详情
<p>备注：</p> <p>1、综合指数=平台反馈率*0.5+回复时效性*0.3+用户满意度/10*0.2。</p> <p>1.1、平台反馈率：平台移交后被投诉电商用户投诉，被投诉电商的有效回复率。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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]。对未入驻或未取得联系方式的电商平台“不予评级”。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>							
图表编制：电诉宝（网络消费纠纷调解平台）				数据来源：WWW.100EC.CN			

据电数宝显示，2021年上半年电诉宝生活服务电商投诉榜（依据投诉量排行），排名

TOP10 的依次为：联联周边游、学慧网、走着瞧旅行、旅划算、美团、飞猪、侠侣亲子游、潭州教育、一只船教育、帮考网。

排名 11-30 名的有：尚德机构、携程、饿了么、嗨学网、大塘小鱼、去哪儿、中华会计网校、58 同城、拉趣网、同程旅行、对啊、芸学教育、麦淘亲子、万师傅、环球网校、天天鉴宝、深海云课堂、骑驴游、滴滴出行、爱彼迎。

排名 31-50 名的有：123 微旅行、腾讯课堂、大麦网、驴妈妈、Agoda 安可达、keep、智行、51Talk、周末酒店、我厨、平安好学、学霸君 1 对 1、vip 陪练、海风教育、恒企教育、小猪短租、网易云课堂、途牛、贝达、算算命。

排名 51-70 名的有：海风智学中心、永乐票务、蚂蚁短租、海灵格学校、高铁管家、动因体育、花小猪、云客赞、电小宣充电宝、开三云匠网、一嗨租车、票牛、小电科技、猫眼电影、加油车一族、东走西走、兰迪少儿英语、南方航空、黄河票务、boss 直聘。

排名 70 名以外的有：叽里呱啦儿童英语、赛优教育、vipkid、中国东方航空公司、聚橙网、高顿教育、DaDa 英语、世纪佳缘、百合网、智能火车票、中大互联、魔力恐龙、河小象、爱订不订、高德、清北票务、摩天轮票务。



- 首页
- 投诉榜
- 评级榜
- 律师团
- 报道
- 专题

当前位置 > 投诉榜

- 领域：
 总榜 零售电商 服务电商 在线教育 在线旅游 交通出行
 跨境电商 产业电商 金融科技 电商物流
- 行业：
 全部 在线餐饮 在线票务
- 筛选：
 2021 上半年

1	联联周边游	2	学慧网	3	走着瞧旅行	4	旅划算
5	美团	6	飞猪	7	侠侣亲子游	8	潭州教育
9	一只船教育	10	帮考网	11	尚德机构	12	携程
13	饿了么	14	嗨学网	15	大塘小鱼	16	去哪儿
17	中华会计网校	18	58同城	19	拉趣网	20	同程旅行
21	对啊	22	慧学教育	23	麦淘亲子	24	万师傅
25	环球网校	26	天天鉴宝	27	深海云课堂	28	骑驴游
29	滴滴出行	30	爱彼迎	31	123微旅行	32	腾讯课堂
33	大麦网	34	驴妈妈	35	Agoda安可达	36	keep
37	智行	38	51Talk	39	周末酒店	40	我厨
41	平安好学	42	学霸君1对1	43	vip陪练	44	海风教育
45	恒企教育	46	小猪短租	47	网易云课程	48	途牛
49	贝达	50	算算命	51	海风智学中心	52	永乐票务
53	蚂蚁短租	54	海灵格学校	55	高铁管家	56	动因体育
57	花小猪	58	云客赞	59	电小童充电宝	60	开三云区网
61	一嗨租车	62	票牛	63	小电科技	64	猫眼电影
65	加油车一族	66	东走西走	67	兰迪少儿英语	68	南方航空
69	黄河票务	70	boss直聘	71	叽里呱啦儿童英语	72	赛优教育
73	vipkid	74	中国东方航空公司	75	聚橙网	76	高顿教育
77	DaDa英语	78	世纪佳缘	79	百合网	80	智能火车票
81	中大互联	82	魔力恐龙	83	河小象	84	爱订不订
85	高德	86	清北网校	87	摩天轮票务		

跨境电商榜单发布 8 大平台入选

跨境电商：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。

榜单显示，海淘1号、小红书、海豚家在受理和解决平台通报移交督办的投诉平台反馈率较高且回复时效性较及时，用户满意度较好，综合指数普遍在 0.75 以上，获“**建议下单**”购买评级；洋码头、寺库获“**谨慎下单**”购买评级；熊猫生活、考拉海购在受理平台移交的用户投诉，平台反馈率、回复时效性、用户满意度相对低，综合指数低于 0.4，获“**不建议下单**”购买评级；德国 w 家获“**不予评级**”购买评级。

2021上半年电诉宝跨境电商消费评级榜							
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	详情
1	海淘1号	100.00%	0.933	10.000	0.980	建议下单	数据详情
2	小红书	100.00%	1.000	8.000	0.960	建议下单	数据详情
3	海豚家	88.85%	0.822	2.000	0.751	建议下单	数据详情
4	洋码头	50.91%	0.691	0.000	0.662	谨慎下单	数据详情
5	寺库	54.55%	0.364	2.000	0.442	谨慎下单	数据详情
6	熊猫生活	27.27%	0.227	0.000	0.205	不建议下单	数据详情
7	考拉海购	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单	数据详情
7	德国w家	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级	数据详情
<p>备注：</p> <p>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。</p> <p>1.1、平台回复率：平台移交后被投诉电商用户投诉，被投诉电商的有效回复率。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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]。对未入驻或未取得售后联系方式的电商平台“不予评级”。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>							
图表编制：电诉宝（网络消费纠纷调解平台）				数据来源：WWW.100EC.CN			

据电诉宝显示，2021年上半年电诉宝跨境电商投诉榜（依据投诉量排行），排名TOP10依次为熊猫生活、海豚家、小红书、洋码头、寺库、考拉海购、海淘1号、德国w家、海狐海淘、德国BA保镖商城。

排名10名以外的有亚马逊、全球速卖通、Feelunique、英超海淘、别样、Bonpont、HIGO、海涛免税店、86mall、丰趣海淘、全球时刻、86daigou、lazada。

电诉宝 全新升级 运行10年, 对接近千家电商 1万+媒体采用, 影响1亿+用户

当前位置 > 投诉榜

领域: 总榜 零售电商 服务电商 在线教育 在线旅游 交通出行
 跨境电商 产业电商 金融科技 电商物流

行业: 全部

筛选: 2021 上半年

1 熊猫生活	2 海豚家	3 小红书	4 洋码头
5 寺库	6 考拉海购	7 海淘1号	8 德国w家
9 海柳海淘	10 德国BA保镖商城	11 亚马逊	12 全球速卖通
13 Feelunique	14 英超海淘	15 别样	16 Bonpont
17 HIGO	18 海淘免税店	19 86mall	20 丰趣海淘
21 全球时刻	22 86daigou	23 Lazada	

在线教育榜单发布 6 家平台入选

在线教育: 网经社将在线教育定义为基于网络的学习行为, 是将知识内容转移到互联网上, 实现教育活动的在线化的教学方式。

榜单显示, 帮考网在受理和解决平台通报移交督办的投诉平台反馈率较高且回复时效性较及时, 用户满意度较好, 综合指数普遍在 0.75 以上, 获“**建议下单**”购买评级; 一只船教育、潭州教育、学慧网在受理平台移交的用户投诉, 平台反馈率、回复时效性、用户满意度相对低, 综合指数低于 0.4, 获“**不建议下单**”购买评级; 尚德机构、嗨学网获“**不予评级**”购买评级。

2021上半年电诉宝在线教育消费评级榜

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	详情
1	帮考网	88.85%	0.889	9.500	0.901	建议下单	数据详情
2	一只船教育	20.00%	0.200	0.000	0.160	不建议下单	数据详情
3	潭州教育	28.57%	0.043	0.000	0.156	不建议下单	数据详情
4	学慧网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不建议下单	数据详情
4	尚德机构	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级	数据详情
4	嗨学网	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级	数据详情

备注：

- 综合指数=平台回复率*0.5+回复时效性*0.3+用户满意度/10*0.2。
 - 平台回复率：平台移交后被投诉电商用户投诉，被投诉电商的有效回复率。
 - 回复时效性：平台回复时间小于72小时为1.0，回复时间大于72小时且小于120小时为0.6，回复时间大于120小时为0。
 - 用户满意度：10分满分制，数据只截取已评分的用户投诉，未评分的用户投诉将不纳入满意度数据基数的统计。
- 评级划分由综合指数高低决定，不建议下单∈[0,0.4)，谨慎下单∈[0.4,0.75)，建议下单∈[0.75,1.0]。对未入驻或未取得联系后联系方式的电商平台“不予评级”。
- 由于投诉量的多少与平台的市场占有率有直接关联，故投诉量不列入评级统计范畴。
- 本榜单所有数据均由系统后台根据各电商平台上述行为，依据上述模型算法自动生成，不受任何人工因素影响。

图表编制：电诉宝（网络消费纠纷调解平台） 数据来源：WWW.100EC.CN

据电数宝显示，2021年上半年电诉宝在线教育投诉榜（依据投诉量排行），排名TOP10的依次为：学慧网、潭州教育、一只船教育、帮考网、尚德机构、嗨学网、大塘小鱼、中华会计网校、麦淘亲子、芸学教育。

排名10以外的有：环球网校、深海云课堂、恒企教育、海风教育、51Talk、学霸君 1对1、vip陪练、平安好学、腾讯课堂、网易云课程、贝达、叽里呱啦儿童英语、河小象、vipkid、清北网校、DaDa 英语、魔力恐龙、高顿教育、中大互联、兰迪少儿英语、海灵格学校、海风智学中心、赛优教育、动因体育。

电诉宝 全新升级 “律”动315 直击行业乱象 为全国网络消费用户“保驾护航”

当前位置 > 投诉榜

领域： 总榜 零售电商 服务电商 **在线教育** 在线旅游 交通出行
跨境电商 产业电商 金融科技 电商物流

行业： **全部**

筛选： **2021** 上半年

1	学慧网	2	潭州教育	3	一只船教育	4	帮考网
5	尚德机构	6	聘学网	7	大塘小鱼	8	中华会计网校
9	麦淘亲子	10	芸学教育	11	对啊	12	环球网校
13	深海云课堂	14	恒企教育	15	海风教育	16	51Talk
17	学霸君1对1	18	vip陪练	19	平安好学	20	腾讯课堂
21	网易云课程	22	贝达	23	叽里呱啦儿童英语	24	河小象
25	vipkid	26	清北网校	27	DaDa英语	28	魔力恐龙
29	高顿教育	30	中大互联	31	兰迪少儿英语	32	海灵格学校
33	海风智学中心	34	赛优教育	35	动因体育		

在线旅游榜单发布 6 大平台入选

榜单显示，携程、飞猪、走着瞧旅行在受理和解决平台通报移交督办的投诉平台反馈率较高且回复时效性较及时，用户满意度较好，综合指数普遍在 0.75 以上，获“**建议下单**”购买评级；联联周边游获“**谨慎下单**”购买评级；旅划算在受理平台移交的用户投诉，平台反馈率、回复时效性、用户满意度相对低，综合指数低于 0.4，获“**不建议下单**”购买评级；侠侣亲子游获“**不予评级**”购买评级。

2021上半年电诉宝在线旅游消费评级榜							
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	详情
1	携程	100.00%	1.000	0.000	0.800	建议下单	数据详情
2	飞猪	93.33%	0.907	2.000	0.799	建议下单	数据详情
3	走着瞧旅行	100.00%	0.792	2.000	0.798	建议下单	数据详情
4	联联周边游	51.56%	0.175	8.400	0.482	谨慎下单	数据详情
5	旅划算	23.81%	0.124	0.000	0.156	不建议下单	数据详情
6	侠侣亲子游	0.00%	0.000	0.000	0.000	不予评级	数据详情

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：平台移交后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]。对未入驻或未取得售后联系方式的电商平台“不予评级”。
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（网络消费纠纷调解平台） 数据来源：WWW.100EC.CN

据电数宝显示，2021年上半年电诉宝在线旅游投诉榜（依据投诉量排行），排名TOP10的依次为：联联周边游、走着瞧旅行、旅划算、飞猪、侠侣亲子游、携程、去哪儿、同程旅行、骑驴游、驴妈妈。

排名10以外的有：123微旅行、小猪短租、途牛、东走西走、云客赞。

电诉宝 网络消费纠纷调解平台

电诉宝 全新升级 “律”动315 直击行业乱象 为全国网络消费用户“保驾护航”

首页 投诉榜 评级榜 律师团 报道 专题

当前位置 > 投诉榜

领域： 总榜 零售电商 服务电商 在线教育 在线旅游 交通出行
跨境电商 产业电商 金融科技 电商物流

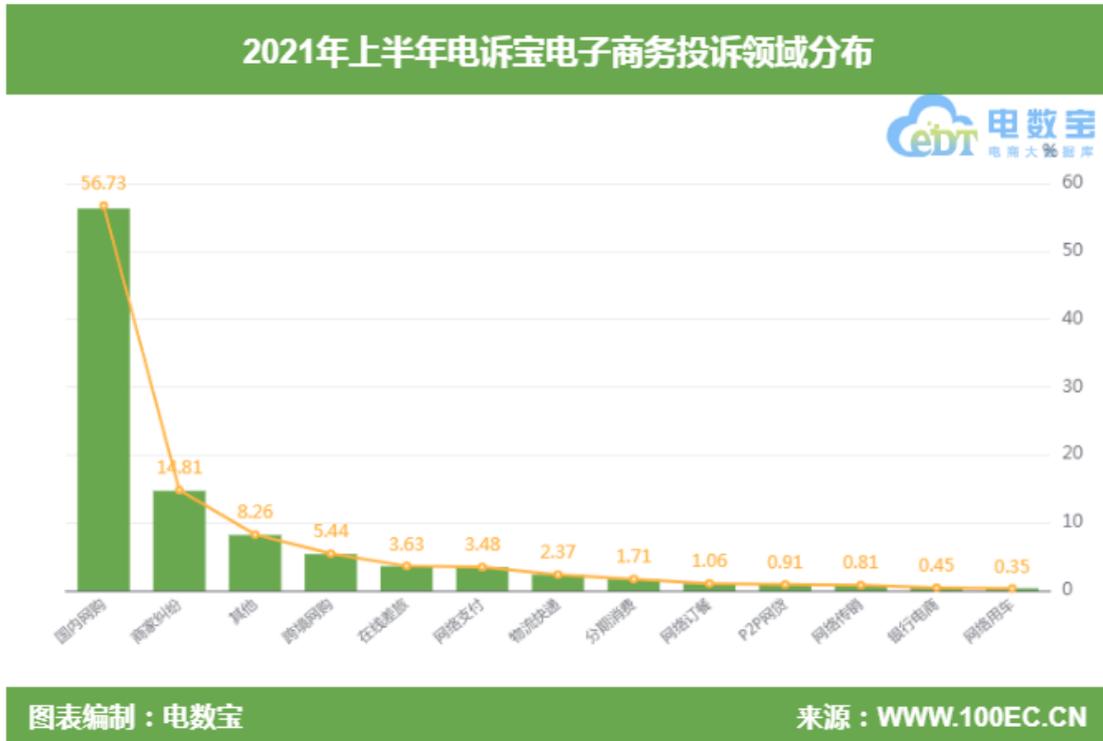
行业： 全部

筛选： 2021 上半年

1	联联周边游	2	走着瞧旅行	3	旅划算	4	飞猪
5	侠侣亲子游	6	携程	7	去哪儿	8	同程旅行
9	骑驴游	10	驴妈妈	11	123微旅行	12	小猪短租
13	途牛	14	东走西走	15	云客赞		

二、整体数据

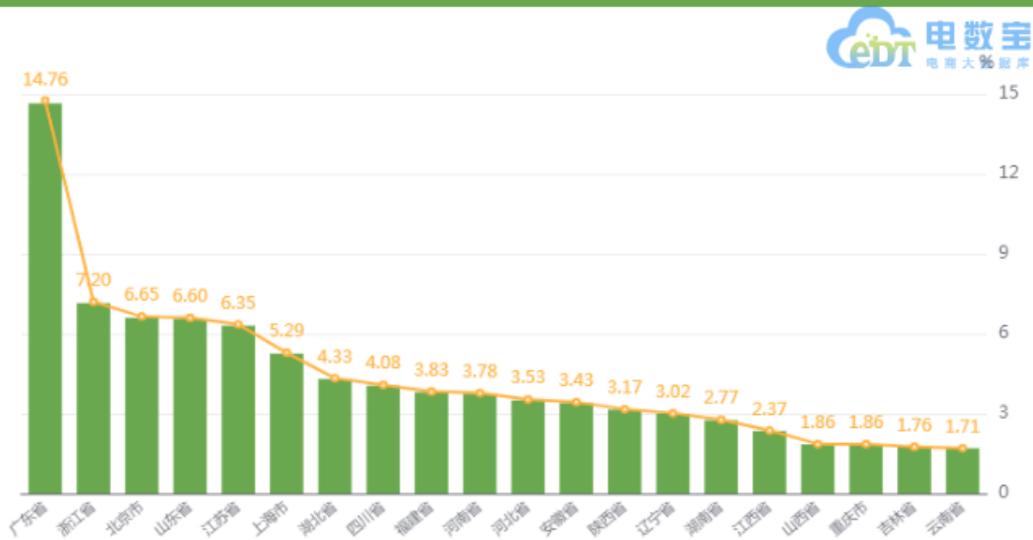
(一) 投诉领域分布



上半年，“电诉宝”受理投诉用户在国内网购投诉占全部投诉 56.73%，商家与平台间纠纷其次，占比 14.81%，其他占比为 8.26%，跨境网购占比为 5.44%、在线差旅占比为 3.63%、网络支付占比为 3.48%、物流快递占比为 2.37%、分期消费占比为 1.71%、网络订餐占比为 1.06%、P2P 网贷占比为 0.91%、网络传销占比为 0.81%。

(二) 投诉 TOP20 地区分布

2021年上半年电诉宝电子商务投诉地区分布TOP20



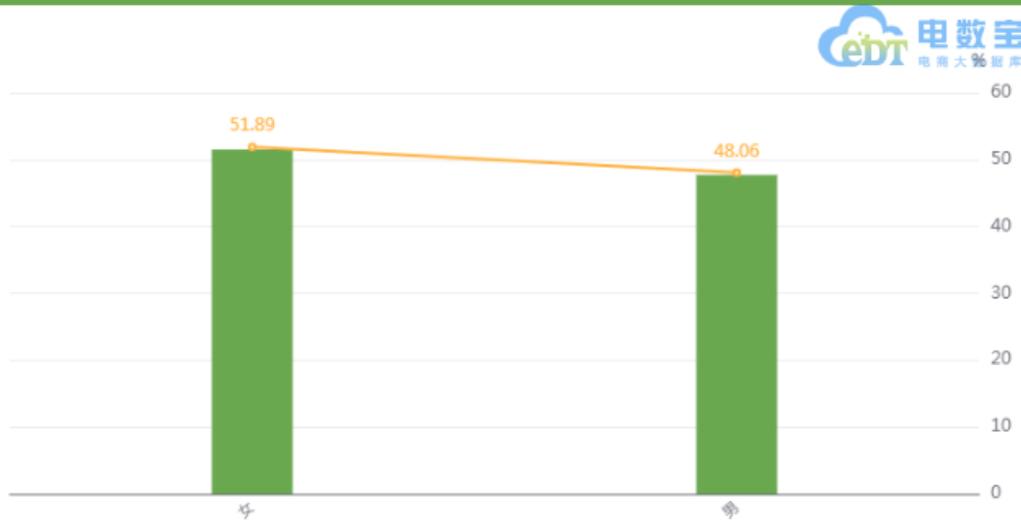
图表编制：电数宝

来源：WWW.100EC.CN

上半年“电诉宝”受理投诉用户聚集地区的依次为广东（14.76%），浙江（7.20%）、北京（6.65%）、山东（6.60%）、江苏（6.35%）、上海（5.29%）、湖北（4.33%）、四川（4.08%）、福建（3.83%）、河南（3.78%）为“全国十大热点电子商务投诉地区”，、河北（3.53%）、安徽（3.43%）、陕西（3.17%）、辽宁（3.02%）、湖南（2.77%）、江西（2.37%）、山西（1.86%）、重庆（1.86%）、吉林（1.76%）、云南（1.71%）依次排名。

（三）投诉用户性别分布

2021年上半年电诉宝电子商务用户性别分布



图表编制：电数宝 来源：WWW.100EC.CN

据 2021 年上半年报告显示，女性用户投诉比例为 51.89%，男性用户投诉比例为 48.06%。

（四）投诉金额区间分布

2021年上半年电诉宝电子商务投诉金额分布

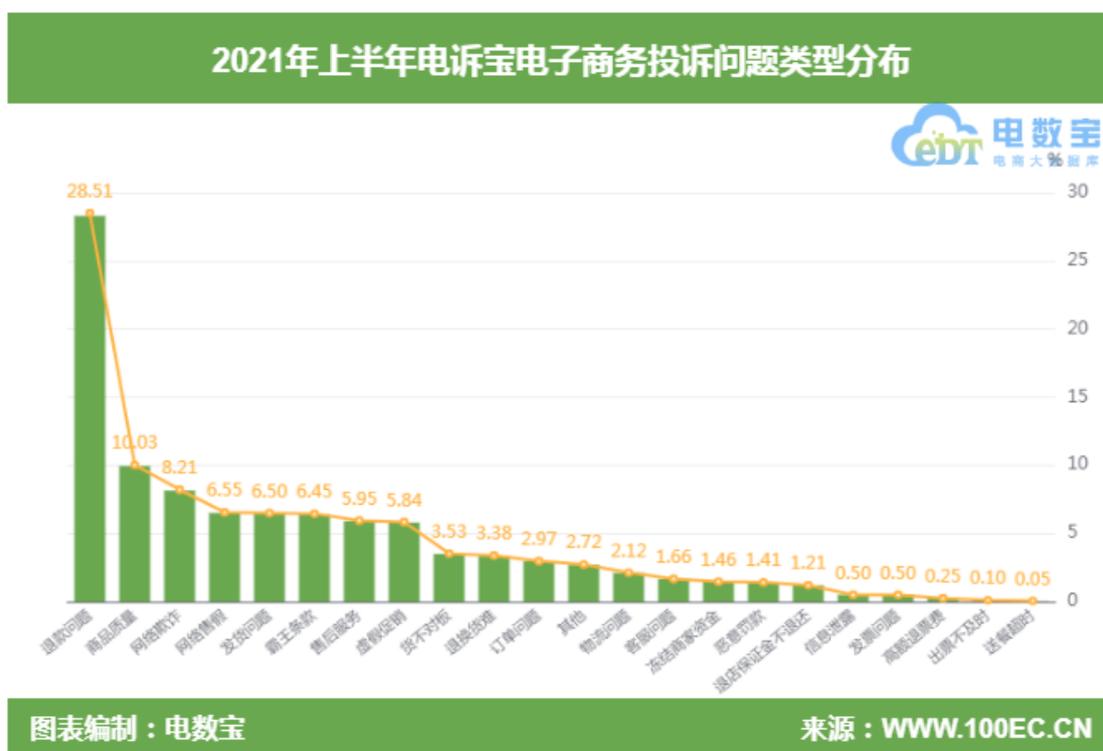


图表编制：电数宝 来源：WWW.100EC.CN

上半年“电诉宝”受理投诉用户涉及金额 1000-5000 元的占比为 24.79%;其次为 100-500 元占比为 22.82%;0-100 元占比为 17.83%;500-1000 元占比为 11.08%;10000 元以上为 7.61%;5000-10000 元占比为 7.20%;其中未选择金额占比为 8.66%。

多数用户网络消费纠纷涉及的金额在 1000-5000 元之间,表明网络消费单笔订单在该区间的占多数,其次为金额在 100-500 元之间。不论涉及金额多少,当遇到卖家侵权时,一定要勇于维护自己的合法权益。对卖家的违规、不法行为坚决予以举报。

(五) 热点投诉问题



上半年全国网络消费热点投诉问题依次为：退款问题（28.51%）、商品质量（10.03%）、网络欺诈（8.21%）、网络售假（6.55%）、发货问题（6.50%）、霸王条款（6.45%）、售后服务（5.95%）、虚假促销（5.84%）、货不对板（3.53%）、退换货问题（3.38%）、订单问题（2.97%）、物流问题（2.12%）、客服问题（1.66%）、冻结商家资金（1.46%）、恶意罚款（1.41%）、退店保证金不退还（1.21%）、信息泄露（0.50%）、发票问题（0.50%）、高额退票费（0.25%）等。

退款问题、商品质量、网络欺诈问题成为 2021 年上半年的前三热点投诉,直接影响用户体验,需引起重视。

三、典型投诉案例

(一) 零售电商

在零售电商领域,据“电诉宝”受理用户维权案例,我们将从中选取十大典型投诉案例,涉及淘宝、闲鱼、抖音、有赞、微拍堂、快手、寺库、转转、叮咚买菜、店宝宝。

2021年上半年零售电商十大典型投诉案例		
时间	平台	案例
2月18日	 有赞	消费者通过“有赞”购买商品 退款体现却需绑定银行卡授权信息
6月15日	 淘宝	“淘宝”充值话费未及时到账 申请赔偿后遭平台店家辱骂
6月15日	 抖音	“抖音”主播引导用户私下交易 货未到齐投诉反遭拉黑
3月15日	 寺库	“寺库”承诺GUCCI背包30天发货 用户苦等30天变60天一拖再拖
3月18日	 微拍堂 专注拍卖的平台	“微拍堂”商家投诉客服暗示虚假交易 线下订单转线上提升店铺等级
4月9日	 闲鱼	“闲鱼”单方面判定账号违规 账号被封无法解封也无法注销
5月7日	 转转 二手交易网	验机报告为原装电池 用户投诉“转转”收到的却是维修过的电池
5月27日	 叮咚买菜	用户投诉在“叮咚买菜”购买到发霉榴莲
5月23日	 快手	纯银首饰竟能用吸铁石吸起? 用户投诉在“快手”商家涉嫌售假
6月25日	 店宝宝 成就新网络	“店宝宝”购买开店资格后平台无人回应

图表编制：电诉宝 数据来源：315.100EC.CN

【案例一】消费者通过“有赞”购买商品 退款体现却需绑定银行卡授权信息

2月18日,“电诉宝”接到周女士投诉称,1月29日在微信公众号莱尔斯丹旗舰店(有赞提供支持)购买靴子,因质量问题需要换货,商家说让自己自行寄回,然后补贴运费给自己,管自己要了银行卡号以及账户名,自己如实告知。但是商家于2021年2月19日未经本

人同意打款到有赞零钱钱包中，询问有赞，有赞称只能提现，强制绑银行卡，允许授权个人信息才能提现，有赞零钱钱包为有赞所有，称不能退回商家，自己钱包里的钱就此被冻结，并且有赞告知不提现下次可以用，但如果自己有赞零钱中的金额不足以覆盖商品金额时不可以使用，只能充值，充值也需要绑定个人信息，这种强制获取客户个人信息的行为周女士认为是监管不允许的，自己不愿绑卡就是不想授权个人信息。周女士表示自己的诉求就是把我垫付的钱退还到我银行账户中，要退到有赞零钱中，

【案例二】“淘宝”充值话费未及时到账 申请赔偿后遭平台店家辱骂

6月15日，河北省的张先生向“电诉宝”投诉称自己于2021年5月29日晚间拍下该淘宝店铺的慢充话费充值，店家明确承诺在24-48个小时内充值成功，且表示超过72个小时未成功者可联系旺旺人工客服。但是张先生一直等到6月2日晚间11时都没有充值成功，多次联系有关客服均是“已读不回”的状态。这样的态度让张先生感觉十分恼火，因此投诉到淘宝，淘宝判决迟延发货，张先生得到了10%的赔付金。但是事后张先生发现该店家在旺旺上以恶毒的言语“买冥币”来诅咒自己。张先生将该辱骂投诉至淘宝，投诉成立。张先生要求商家赔礼道歉，但商家却不为所动。目前张先生的诉求是希望商家能够进行赔礼道歉且平台给予商家一定的处罚。

【案例三】“抖音”主播引导用户私下交易 货未到齐投诉反遭拉黑

6月15日，湖南省的刘先生向“电诉宝”投诉称自己于2021年6月3日在抖音平台玉翁珠宝直播间（抖音号 hua1978632）购买了碧玉手链子和黄沁小佛公共二件物品，截止到投诉前刘先生只收到碧玉手链子，没有收到黄沁小佛公。刘先生还谈到该平台主播为了逃避监管，引导用户私下进行微信交易。刘先生还表示自己联系直播间客服微信要求退款时就被客服找各种借口搪塞，自己进入玉翁珠宝直播间就被拉黑和禁言。目前刘先生的诉求是希望平台的主播能够给予自己退款服务。

【案例四】“寺库”承诺 GUCCI 背包 30 天发货 用户苦等 30 天变 60 天一拖再拖

3月15日，“电诉宝”接到北京市的张先生投诉称自己于2021年2月13日在寺库网APP自营店购买GUCCI品牌女士背包，当时购买的时候，购买产品页面显示30天内发货，后边咨询客服也是说下单付款之后30天内发货，现在已经超过30天，寺库网迟迟未发货，现在催促客服说要60天发货。张先生表示的诉求是寺库网尽快发货，按照约定日期尽快发

货，并赔偿等待造成的损失。对此，“寺库”发来反馈称：已经电联顾客告知会一直跟进发货，后期短信告知，顾客认可。

【案例五】“微拍堂”商家投诉客服暗示虚假交易 线下订单转线上提升店铺等级

3月18日，广东省的杨女士向“电诉宝”投诉称自己是微拍堂入驻商家，实名举报微拍堂平台强制要求商家进行虚假交易，刷单提高店铺等级。微拍堂官方客服用企业微信联系商家，以奖励流量为名，要求短时间内完成30万的销售额，和当天完成2万的销售额。商家完成困难，微拍堂小二明示可以进行虚假交易，把线下的订单转移到线上做成假订单，并且要求控制退货比例。30万的销售额，平台可以从中抽取6%的服务费18000元，只要商家按时按量完成上交这笔服务费，平台可以“手动”帮店铺升级，“流量资源倾斜”。然而所谓的奖励是商家用机器人刷假粉丝，造成店铺涨粉的假象。

对此，“微拍堂”向“电诉宝”反馈称星火计划为平台推出的商家流量扶持计划，针对不同阶段的商家，推出不同的扶持。因新商家无平台粉丝基础，建议针对线下客户线上交易，可增加线上店铺交易综合数据，提升店铺等级从而增加店铺曝光。为营造良好的平台环境，若核实非真实客户的刷单，虚假交易等违规行为，平台则会按照规则严肃处理。

【案例六】用户投诉“闲鱼”单方面判定账号违规 账号被封无法解封也无法注销

4月9日，四川省的赖女士向“电诉宝”投诉称自己于2021年4月8日，被阿里巴巴旗下的闲鱼系统判定本人闲鱼账户违规被永久封号，稍后我通过系统显示发起了申诉结果未予通过，本人无法理解在提供了相关信息后闲鱼方面仍未解除对我账户的限制，并且以各种理由拒绝我注销相关账户的请求，这明显违反了工信部相关规定。赖女士进一步表示，事实上，此次封号属系统误判，本人账号没有发布过任何违禁信息和不良商品，此商品是完全没有违反闲鱼条约条款，并且已经发布数月，突然被闲鱼单方面判定涉及不良信息，引起封号的商品在提供了有效证据之后闲鱼方面对此的解释是判定无误，不予解封和注销，对于闲鱼这样以不合理理由侵犯用户权益的事情本人表示无法接受，同时要求闲鱼方面立即解除对本人账户的限制，或者允许本人对闲鱼账户进行注销。

【案例七】验机报告为原装电池 用户投诉“转转”收到的却是维修过的电池

5月7日，江苏省的王先生向“电诉宝”投诉称自己于2021年5月6日在转转平台购买了一台二手苹果X256G的价格是2025元的手机，商品信息验机报告是原装电池。但是王

先生表示自己拿到手上却是一个维修过的电池也就是不是原装的电池，王先生对这个平台的验机报告表示怀疑，甚至质疑根本就没有验机这个步骤，并且王先生表示跟售后说明问题之后，只会二话不说直接让自己申请退货，王先生表示这个态度自己实在忍不了。对此，“转转”向“电诉宝”反馈称，您的问题已经反馈给了相关工作人员处理了，请您耐心等待，注意接听 010 开头的电话。

【案例八】用户投诉在“叮咚买菜”购买到发霉榴莲

5月27日，广东省的黄女士向“电诉宝”投诉称自己于5月27日早上在叮咚买菜 app 购买了一个 3kg 的金枕榴莲，收到打开吃了一小块发现果肉中间很熟但是表面很脆，就包装好，包装过程中发现榴莲尾部发霉了。于是黄女士第一时间告知叮咚买菜 app 客服，要求是换一个好的榴莲，客服不答应说只能退款重下单，黄女士表示自己当时是使用了优惠券购买的，而且在搜索也只剩斤数比较大的榴莲了，最后商家打电话说可以帮换货之类的时候自己已经不需要了。黄女士表示自己的诉求是商家按《食品安全法》第九十六条第二款规定赔偿我。

【案例九】纯银首饰竟能用吸铁石吸起？用户投诉在“快手”商家涉嫌售假

5月23日，福建省的杨女士向“电诉宝”投诉称自己在5月17日和5月21日分别在快手平台买了首饰，当时宣传的是纯银品，说上边已经有“标识 49”了，杨女士遂购买。到货后杨女士发现这个所谓的纯银品用吸铁石可以吸起来，所以杨女士认为这是假货，但是快手的客服不处理，杨女士表示自己的诉求是赔偿消费者假一赔三的赔偿，并且希望平台给个解释。

【案例十】用户“店宝宝”购买开店资格后平台无人回应

6月25日，安徽省的孙先生向“电诉宝”投诉称自己于2021年6月23号13点14分在“店宝宝”平台购买入店资格，但是在付款之后就出现了客服欺骗和敷衍自己的现象，最后甚至客服已经不理自己。孙先生表示自己买了入店资格，但是自己发现这个资格什么用也没有，而且客服的态度十分恶劣还不给退钱。目前孙先生的诉求是请“店宝宝”归还自己的1000块钱。

（二）跨境电商

在跨境电商领域，据“电诉宝”受理用户维权案例，我们将从中选取十大典型投诉案例，

涉及熊猫生活、海豚家、小红书、洋码头、寺库、考拉海购、亚马逊、海狐海淘、海淘 1 号、德国 w 家。

2021年上半年跨境电商十大典型投诉案例		
时间	平台	案例
5月19日	 熊猫生活 海外简单淘国货	用户投诉“熊猫生活”钱款退至账户余额无法提现
5月31日	 海豚家	擅自修改会员权益且需跳转第三方 用户投诉“海豚家”领取会员困难
6月20日	 小红书 标记我的生活	“小红书”购物遇漏发 申请补发无人回应
6月19日	 洋码头	“洋码头”鞋子疑似存在质量问题 用户申请换货遭拒
5月6日	 SECOO 寺库	海购鞋子码数偏小欲退货 用户投诉“寺库”拒绝退换货
6月5日	 考拉海购	帆布鞋开胶申请退货 用户投诉“考拉海购”拒收退货快递
4月2日	 海狐 海外官网直邮	物流停滞超两个多月 用户投诉“海狐海淘”时效太慢
6月20日	 亚马逊 amazon.cn	“亚马逊”购物一个月未到货 申请退款杳无音信
5月25日	 海淘1号	“海淘1号”涉嫌下单就不能退款
5月26日	 windeln.de	“德国W家”涉嫌强买强卖

图表编制：电诉宝 数据来源：315.100EC.CN

【案例一】用户投诉“熊猫生活”钱款退至账户余额无法提现

5月19日，海外的宋先生向“电诉宝”投诉称自己于05月12日在熊猫生活APP上购物，两个商品写着可以邮寄澳洲，但是当下单后说不能邮，钱只退到APP上的帐户，且帐户不能退到微信或支付宝。宋先生表示没有客服电话和联系方式，而且两个商品不到110元，也就一公斤，但是熊猫生活说6公斤需要邮费1150多元。宋先生很无奈表示自己退货不能退，不邮或改寄中国国内也无法处理，他们规定中写着多长时间不处理，商品他们就自行处理了。

对此，“熊猫生活”向“电诉宝”反馈称：商品在国际运输中会按照体积重量进行收费，您购买的商品实际重量不大，但是体积较大，物流公司会按照体积重量进行收费，目前商品我已通知商家为您办理退货。

【案例二】擅自修改会员权益且需跳转第三方 用户投诉“海豚家”领取会员困难

5月31日，浙江省的高先生向“电诉宝”投诉称“海豚家”擅自修改会员权益且需跳转第三方，导致自己领取会员困难。浙江省的高先生于2020年12月通过银联周边游购买了一年的“海豚家”会员，该会员的初始权益是每个月16个产品可以任意领取1个，最高可领取12个。但是高先生发现在连续领取了3个月腾讯视频会员权益后，“海豚家”在2021年3月擅自修改会员权益，将其改为每种产品会员在有效期内仅可领取一次。高先生认为“海豚家”的此举侵犯了自己作为消费者的合法权益。不仅如此，高先生还发现“海豚家”从2021年5月起就擅自修改了会员权益领取方式，将开始的“海豚家”内直接领取改为了跳转到第三方平台“3655淘券”内领取，并且还需要在领取页面登记自己的姓名、身份证号和手机号。高先生认为平台的这种行为也是违规行为。目前高先生的诉求是希望“海豚家”能够停止获取消费者身份信息的违规行为并且恢复自己之前的会员权益。

【案例三】“小红书”购物遇漏发 申请补发无人回应

6月20日，浙江省的周女士向“电诉宝”投诉称自己于2021年6月15日在小红书购买了FOYOO海外美妆集合店后买了倩碧黄油和悦木之源祛痘凝胶，但收到货发现商品漏发，悦木之源没有发，只收到了倩碧黄油，找客服无人回复。目前周女士的诉求是让商家补发商品。

【案例四】“洋码头”鞋子疑似存在质量问题 用户申请换货遭拒

6月19日，浙江省的何女士向“电诉宝”投诉称自己于2021年3月28日在洋码头跨境电商平台，购买一双nike运动鞋，在穿了两周左右后发现鞋子出现网面破裂严重的情况。何女士与商家沟通，商家坚持自己做的是正品，并且反馈只可以给到40元的补偿。何女士表示自己后来与洋码头客服沟通此事，客服表示订单已过了维权期，不予受理。何女士认为是因为工作忙，所以才错过了维权期。目前何女士的诉求是希望商家可以换货。

【案例五】海购鞋子码数偏小欲退货 用户投诉“寺库”拒绝退换货

5月6日，广西壮族自治区的邓女士向“电诉宝”投诉称自己于4月21日在寺库 app 下单购买了亚历山大王 36 码高跟鞋一双，并且在 5 月 8 日收到该货物。经过试穿，邓女士发现鞋子比正常 36 码偏小，自己穿不进去，于是想要退货，联系客服却被告知，海外商品不退不换。邓女士表示自己假期去国内专柜试穿过这双鞋，脚感和价格都比寺库这双好，这使得邓女士更想退货了，但是几番周折还是不能如愿的退货退款。

对此，“寺库”向“电诉宝”反馈称已联系客户，此问题未能达成一致，未能解决。

【案例六】帆布鞋开胶申请退货 用户投诉“考拉海购”拒收退货快递

6月5日，河北省的马先生向“电诉宝”投诉称自己于五月二十一日在考拉海购美国直营店买的一双帆布鞋，出现了鞋子开胶问题，于是马先生向对方提出退货请求，考拉海购向马先生表示质量问题属于正常现象，让马先生自己维修，并且说鞋子有穿过的痕迹不给退，快递直接拒收。马先生表示自己的该问题一直得不到相应的解决，面对问题对方还一直是一种相互推卸责任的态度，马先生认为这侵害了他正常的消费者权益，并且表示自己的诉求是全款退货或者能给予维修。

【案例七】物流停滞超两个多月 用户投诉“海狐海淘”时效太慢

4月2日，安徽省的王女士向“电诉宝”投诉称自己于2021年1月20日在海狐海淘购买 coach mini cally 包，订单号为 21***0，王女士表示商品已于1月23日发货，但是中间停滞过非常久，两个多月了，截至投诉之日时都没有送到。王女士继续表示客服每次都说不确定不清楚，只是说帮忙催，也没有任何进展，王女士表示自己没见过这么久的查验，并且因为看到网上很多关于该平台的投诉，王女士表示已经对该平台失去信任，不想等了她表示自己只想退货，拿回属于自己的钱。

【案例八】“亚马逊”购物一个月未到货 申请退款杳无音信

6月20日，上海市的许女士向“电诉宝”投诉称，自己于2021年5月11日在亚马逊中国购买一个 yoda，但是直到目前她依旧没有收到货物。许女士表示已经一个多月，货还没有送到自己这里，自己也没有法办理退货，感到很失望。许女士海提到自己另有4个订单在5月中旬办理退货后，至今任然没有收到退款。目前许女士的诉求是希望平台能够给自己进行退款服务。

【案例九】“海淘1号”涉嫌下单就不能退款

5月25日，“电诉宝”收到投诉人投诉称自己于2021年5月24日，在海淘1号app下单了一款coach包包，今天看在没有发货的情况下不想要了想退款，海淘1号客服说他们平台规定不让退款，他们平台只能买，不能退，老是拿跨境电商做借口，连尝试取消都不给我取消，就一口咬定不能退，按照《消费者权益保护法》的有关条例，他们已经违法了，他们平台的固定是不合理的，而且消费者保护法也说了，经营者利用合同格式条款排除消费者的权利是违法行为，投诉人的诉求是同意取消自己的订单，给自己退款。

【案例十】“德国W家”涉嫌强买强卖

5月26日，“电诉宝”收到投诉人投诉称自己于5月11号在德国W家App下单了爱他美白金奶粉，下单后没多久想了下怕有爆罐的风险而且怕有假货就取消订单了，后来一直没退款。5月16号联系客服客服说两周之内退款，结果5月25号还没退就去找客服被告知已发货，要我自行退回，而且要我先垫付运费然后我垫付的钱他们用积分的形式返还给我，积分只能在他们平台下单抵用，可是我不会再在他们app下单了。目前投诉人的诉求是给自己退款。

（三）生活服务电商

在生活服务电商领域，据“电诉宝”受理用户维权案例，我们将从中选取十五大典型案例，涉及美团、饿了么、拉趣网、万师傅、58同城、天天鉴宝、keep、票牛、滴滴出行、爱彼迎。

2021年上半年生活服务电商十大典型投诉案例

时间	平台	案例
2月27日		用户称“饿了么”取消自动续费仍扣费
3月10日		“美团”用户信用卡被盗刷 拒绝提供盗刷者信息引用户不满
6月23日		“拉趣网”涉嫌夸大宣传 用户申请退款无人回应
4月7日		“万师傅”商家发货破损 安装师傅帮助调整不成反被投诉索赔
6月16日		“58同城”涉嫌违规冻结用户账号 剩余简历点无法退费
5月28日		用户疑似在“天天鉴宝”平台买到假货
5月9日		用户投诉“Keep”未收到其所发货物 被快递告知没有入库
6月11日		“票牛”涉嫌虚假售票
5月20日		“滴滴出行”司机涉嫌操作不合规
6月4日		“爱彼迎”涉嫌存在霸王条款

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

【案例一】用户称“饿了么”取消自动续费仍扣费

2月27日，“电诉宝”接到陈女士投诉称，自己本月初取消了饿了么会员自动续费，饿了么的官方阐明只要在饿了么取消自动续费或者在支付宝取消自动续费即可，但今日支付宝仍然扣除会员费，且饿了么并没有相应的会员服务。拨打人工客服进行投诉却无法拨通，以至于问题无法解决，扣款无法追回。目前陈女士的诉求是希望能够退款。

【案例二】“美团”用户信用卡被盗刷 拒绝提供盗刷者信息引用户不满

3月10日，“电诉宝”接到广东省的何女士投诉表示自己的美团账户从2020年10月29日开始出现被其他人盗刷行为，继而在今年2021年2月18日开始前后几天被刷走了5200左右的金额。其间自己没有收到信用卡中心和美团的任何信息提示，由于今天2021年3月

10 日，信用卡中心问自己是否需要分期，自己才查询到自己的卡被盗用，盗用方式全部来自美团。购买了大量的奶粉和尿不湿，期间，自己没有看到任何一笔订单。目前何女士的诉求是希望美团可以追回自己的损失。

【案例三】“拉趣网”涉嫌夸大宣传 用户申请退款无人回应

6 月 23 日，“电诉宝”接到投诉人投诉称自己于 6 月 18 日至 19 日在上面这个网站交了一年的会员费 3570 元，发布活动交了 137.5 押金，冲了 100 元的金币，说好了店铺有加购、收藏数据。然而一直到 6 月 22 日都没有，后来找他们业务员、组长反馈，迟迟不给答复，最后找他们总监反馈没效果退费，一直拖着。目前投诉人的诉求是退款 3570 元会费和 100 元金币费用。

【案例四】“万师傅”商家发货破损 安装师傅帮助调整不成反被投诉索赔

4 月 7 日，湖北省的田先生向“电诉宝”投诉称自己是万师傅平台的一名安装师傅，在平台接到一家衣柜安装的订单，然后上门进行了安装，最开始打开包装时板材就有四五处破损，于是田师傅让客户联系了商家，然后商家打电话让自己帮忙修复一下田师傅就同意了。随后安装完毕后客户说一边高一边低，就重新拆开背板打算调整结果造成两四处损伤，客户心里本来就不舒服这下子更不舒服了，于是田师傅走的时候跟客户约好二次上门修复客户同意了，第二次上门后客户不开门，打了十几个电话也不接，后来田师傅就走了。

田师傅表示过了一星期左右，商家投诉自己了，说要赔偿 780 元，田师傅表示自己没同意。然后平台也联系说是需要赔偿，否则的话平台就判定投诉成立，现在导致田师傅接不了单了。田师傅表示自己要投诉万师傅平台处理不公，只维护商家让师傅赔钱，而且自己账户的钱也不能提现了。对此，“万师傅”向“电诉宝”发来反馈称，针对该订单交易双方产生的纠纷问题，平台已致电与投诉人（服务师傅）沟通协商一致，师傅表示愿意撤销投诉。

【案例五】“58 同城”涉嫌违规冻结用户账号 剩余简历点无法退费

6 月 16 日，来自湖南的刘女士向“电诉宝”投诉称自己于 2021 年 4 月 16 日在 58 同城购买了 188 元简历点用于门店招聘，58 同城于 2021 年 4 月 20 日冻结了刘女士的帐号，此后便无法使用之前购买的简历点。刘女士找客服几次申诉，被告知账号被封禁的原因是招聘范围与门店经营范围不符。刘女士表示自己是帮另外一家店招聘，因为不懂平台规则所以才这样违规了，后来自己也上传了另一家店的营业执照，但是还是不能解决帐号冻结的问题。之后刘女士提出让 58 同城把剩余没有使用的简历点退费给自己，客服则告诉刘女士简历点

是虚拟商品所以不能退费。刘女士现在诉求是希望 58 同城将剩余简历点退费给自己。

【案例六】用户疑似在“天天鉴宝”平台买到假货

5 月 28 日，“电诉宝”接到投诉人投诉称自己于 5 月 1 日在“天天鉴宝”里的直播间里买到一个价值 2000 元的袁大头银币，收到货后我就寄到评级公司去装个盒子，但是评级公司鉴定为赝品。后面收到评级公司给出的赝品鉴定，自己找平台，平台以时间长为由不予理会。目前投诉人的诉求是平台赔偿自己的损失。

【案例七】用户投诉“Keep”未收到其所发货物 被快递告知没有入库

5 月 9 日，山西省的攀女士向“电诉宝”投诉称自己第一次在 keep 上购物，没有想到会有这样的遭遇，自己于 2021 年 4 月 30 日在 keep 商城购买了跳绳，5 月 3 日开始发货，物流到站后，快递人员自行签收，后来有短信通知。然后攀女士去取货，发现根本找不到，于是去跟快递人员沟通，快递员说就没有入库，让攀女士再等等看，慢慢查询一下，但是这几天一直联系不上，攀女士表示很着急，那个是送给别人的东西，至今都没有找到快递，朋友也很伤心，潘女士认为这侵害了自己的合法权益，遂向“电诉宝”发起投诉。

【案例八】“票牛”涉嫌虚假售票

6 月 11 日，“电诉宝”接到投诉人投诉称自己在票牛网购买两张阜新草莓音乐节电子演出票，商品显示有票，购买成功后显示出票中，自己联系客服问什么时候能出票，被告知不确定。自己问可不可以退款，客服表示票已售出不可退换，可自己我并没有收到票。现在是既没有票也不给退款，这不就是虚假售票。目前投诉人的诉求是退款。

【案例九】“滴滴出行”司机涉嫌操作不合规

5 月 20 日，“电诉宝”接到投诉人投诉称自己于 5 月 19 日通过滴滴出行平台打车，上车后，发现司机根本未佩戴口罩。同时，司机的态度极差，自己等待他较长时间，乘客上车后司机态度非常差，大喊大叫。没有给自己送到目的地，直接说目的地那里不好掉头，不想送了，然后直接把自己扔下走了，态度极为恶劣。目前投诉人的诉求是希望平台可以给该司机一些处罚。

【案例十】“爱彼迎”涉嫌存在霸王条款

6 月 4 日，“电诉宝”接到投诉人投诉称自己于 5 月 28 日在爱彼迎平台预订了位于韩

国首尔的一个房源作为自我隔离场所，入住当天发现房间存在异味等诸多问题，于是想取消订单。房东以遵循爱彼迎退款条例为由拒绝退款。后来又通过爱彼迎申诉通道申诉退款，房东仍以遵循爱彼迎退款条例为由拒绝退款，爱彼迎遵循房东的意愿拒绝退款。作为消费者无奈，只能选择损失自己的权益。在没享受任何服务的情况下申请修改订单，以自己损失两晚的住宿费外加其他地方的住宿费的代价申请退余下的费用。房东以疫情生意不好理由拒绝，该平台也拒绝。目前投诉人的诉求是希望自己的损失能够得到赔偿。

（四）在线旅游

在线旅游领域，据“电诉宝”受理用户维权案例，我们将从中选取十大典型投诉案例，涉及联联周边游、走着瞧旅行、旅划算、飞猪、侠侣亲子游、携程、去哪儿、同程旅行、123微旅行、骑驴游。

2021年上半年在线旅游十大典型投诉案例		
时间	平台	案例
3月9日	 联联周边游 LIAN LIAN TRAVEL AROUND	因疫情用户团购的“联联周边游”活动无法使用 申请延期使用却一拖再拖
6月24日	 走着瞧 travel around	疫情原因无法出行 “走着瞧旅行” 拒绝退票
2月24日	 旅划算	“旅划算”年卡服务遭用户质疑 668元 “随住畅享卡” 只能住一次？
4月14日	 飞猪	“飞猪” 拒绝修改已购迪士尼票种 用户多次求证原因未果
4月11日	 侠侣 亲子游	“侠侣亲子游” 购买套票预约失败后 到期前既不能预约也无法退款
4月10日	 Ctrip 携程	“携程” 涉嫌故意卖高价票赚取退票费
3月24日	 去哪儿? Qunar.Com 聪明你的旅行	因疫情航班停运 有效退票期将至 用户投诉 “去哪儿” 一年仍未退款
3月12日	 同程旅行	航空公司回应可全额退款 用户投诉 “同程旅行” 只退100元
4月7日	 123微旅行	因疫情无法出行 用户投诉 “123微旅行” 一年未退款
4月8日	 骑驴游 www.qilvyoo.com	“骑驴游” 涉嫌用户没消费却不给用户不退款

图表编制：电诉宝

数据来源：315.100EC.CN

【案例一】因疫情用户团购的“联联周边游”活动无法使用 申请延期使用却一拖再拖

3月9日，“电诉宝”接到四川省的陈女士投诉称自己于2020年11月25日在联联周边游团购一个度岛4-5人的烤肉套餐，有效期12月31日截止。在12月初成都郫都区发生了小规模的新冠疫情后来临近年末了，事情也多就没有去消费这个券，在31日下午时联系联联的客服，说可以延长使用日期不，当时联联客服说他把自己的诉求提上去，让自己等待反馈，结果一直没消息。目前陈女士的诉求是希望能够退款。

对此，联联周边游向“电诉宝”反馈称经核实消费者提出事项以及诉求，已于2021-3-14处理完成。

【案例二】疫情原因无法出行 “走着瞧旅行”拒绝退票

6月24日，江西省的彭女士向“电诉宝”投诉称，自己于2020年在无锡走着瞧旅行社购买了3张云南游599*3+3张海南游799*3合计4194元，春节因为疫情没有出行，后来2021上半年一直关停、无法预约，所以一直未能出行。由于还是有疫情影响，一直没有使用，所以彭女士希望商家可以进行退款，但是商家拒绝。彭女士觉得自己作为消费者的权益受到了严重的侵害，目前彭女士的诉求是商家能够进行退款。

【案例三】“旅划算”年卡服务遭用户质疑 668元“随住畅享卡”只能住一次？

2月24日，“电诉宝”接到刘女士投诉称，自己于2020年8月15日在“旅划算”平台上花668元购买了“随住畅享卡”所谓的酒店一年免费住的服务，承诺有效期一年。购卡后预约酒店才知道，能预约的酒店极少，不到十家，根本不是他们之前承诺的几十家酒店。

自己在九月份定了杭州一家酒店后（总费用才两百元），从2020年的11月份开始就再也订不到任何酒店了。自己先找商家反应，商家说系统升级，需等段时间，但现在已经2021年2月了，三个月后，还是订不到任何一家酒店。所有酒店所有时间都显示满员。再问，商家也不回复我。于是自己找旅划算投诉，旅划算的客服要么就答非所问，要么也不回复，很明显是与商家串通起来欺骗消费者。目前刘女士的诉求是希望能够退款。

【案例四】“飞猪”拒绝修改已购迪士尼票种 用户多次求证原因未果

4月14日，江苏省的王女士向“电诉宝”投诉称自己于2021年4月13号在飞猪度假官方旗舰店自营的产品中购买了3张前往上海迪士尼的门票，付款后发现票种有误于是立刻联系平台请对方帮忙修改票种，对方给出的回复是迪士尼不允许修改门票信息。第二天早上

王女士咨询迪士尼官方，官方给的回复是可以退出来重新下单，但是由于王女士是在第三方平台购买的门票，迪士尼建议王女士跟平台沟通。目前王女士的诉求是希望能够修改票。

【案例五】“侠侣亲子游”购买套票预约失败后 到期前既不能预约 也无法退款

4月11日，广东省的唐女士向“电诉宝”投诉称自己于2021年4月7日在深圳侠侣亲子网订购一张长隆马戏酒店套票，4月11号下午2点预约，预约后收到酒店短信说预约失败，并且从4月11号晚上开始到票4月29日到期都无法预约。唐女士于是联系客服，客服反应商家拒绝退款，因为产品信息就是显示无法退款。唐女士感到疑惑，这么长时间无法预约，让消费者无法消费，还拒绝退款，唐女士表示这种霸王条款实属霸道。目前唐女士的诉求是希望能够退款

【案例六】“携程”涉嫌故意卖高价票赚取退票费

4月10日，“电诉宝”接到投诉人投诉称自己于4月9日在携程买了上海到乌鲁木齐的机票，遇到携程故意高价售票取消自己的低价票。当自己发现后打携程电话，该平台诱导自己去退票重买，然后赚取退票费。打携程客服投诉，客服不作为，说是本人的问题。目前投诉人的诉求是平台赔偿损失。

【案例七】因疫情航班停运 有效退票期将至 用户投诉“去哪儿”一年仍未退款

3月24日，“电诉宝”接到北京市的钟女士投诉称自己在去哪儿网购买埃及航空米兰经转开罗回北京的机票，去年3月25日收到通知该航班因疫情停运，因此立刻申请了退票。退票时间因为疫情一拖再拖，原本一个月内应该完成的退款时限迟迟拖到2020年8月底。然而目前此张机票依旧没有退款到账，钟女士表示自己期间多次联系客服，唯一的答复就是他们没有收到航司退款，希望我继续耐心等待。然而这张机票将于2021年3月25日到期，届时可能无法再受理我的退票申请。钟女士希望平台可以保护我的合法权益和合理要求为我退款机票原价5360元。

对此，“去哪儿”向“电诉宝”反馈称消费者不认可退款到账时间，联系航司王先生告知目前是有有效未使用的状态，还未退款，核实代理告知还未收到航司退款，建议消费者耐心等待，消费者不认可，协商失败。

【案例八】航空公司回应可全额退款 用户投诉“同程旅行”只退100元

3月12日，内蒙古自治区的李女士向“电诉宝”投诉称自己于2021年3月12日在同程旅行购买了2张呼和浩特到赤峰的机票，票价780/人加基建燃油50/人共计1660元。后因航班因飞机故障取消无奈改签下午3点多的改签失败，0元改签只有晚21:40的，李女士表示自己没有确定改签，可是想退票的时候发现已经改签为21:40的航班，因为乘机人自己又订了其他航班所以我只能退票。

但是李女士表示退票只退100元，问客服说这是退改制度规定购票退票手续费100%。李女士进一步表示，民航规定，旅客（团体旅客另行规定）在客票上注明的航班起飞时间24小时以前申请退票，应支付原票款10%的退票费；在起飞前2小时至24小时内申请退票，应支付原票款20%退票费；在起飞前2小时以内申请退票，应支付原票款30%的退票款。而扣我的1560元远远高于任何一个标准。我又跟同程客服交涉，短信告知我无法申请退补。

对此，“同程旅行”向“电诉宝”反馈称专员反馈已经电话联系亲核实处理完毕。

【案例九】因疫情无法出行 用户投诉“123微旅行”一年未退款

4月7日，江苏省的司马先生向“电诉宝”投诉称自己于2019年9月份在123微旅行购买了一份无锡拈花湾-梵舍景酒套餐，后因20年初疫情爆发，无法成行。20年4月联系123微旅行，答复无法退款，只能延期至20年12月31日。但是因20年疫情还是有反复，在非必须的情况下无法带家人孩子出所在城市，故无法成行。

司马先生进一步表示自己在此期间反复联系123微旅行，但是客服电话非常难接通（下单号码无法打通，用其他号码后来才接通），网络客服从不在线，疑似已将我加入黑名单。目前该订单已无法预约使用。21年3月20日终于打通客服电话后，在表达因疫情不可抗力，无法出行希望退款后，客服表示需要内部沟通，1-3个工作日才能给出结论，截止2021年3月27日无任何答复，尝试用多个号码联系客服均无法接通，故只能发起投诉，申请退款。

【案例十】“骑驴游”涉嫌用户没消费却不给用户不退款

4月8日，“电诉宝”接到投诉人投诉称自己于4月2日在骑驴游购买双月湾海景公寓海景房1间1晚，因有事去不了。结果电话打不通，客服没人理会，电话与客服沟通，客服态度恶劣，拒不退款。经网上查询，此家公司有多次欺诈消费者的行为，使用低价诱惑字眼误导消费者的冲动消费，且事后拒不退换。目前投诉人的诉求是退款。

（五）在线教育

在线教育领域，据“电诉宝”受理用户维权案例，我们将从中选取十大典型投诉案例，

涉及帮考网、一只船教育、潭州教育、学慧网、尚德机构、嗨学网、深海教育、恒企教育、动因体育、赛优教育。

2021年上半年在线教育十大典型投诉案例		
时间	平台	案例
5月23日	 帮考网	“帮考网”疑称私教班包通过不过退费 学员未过退款遭阻拦
4月8日	 一只船教育	“一只船教育”被指拒不退还500元预审核费 引发用户不满
5月12日	 潭州教育 上网学习 就来潭州	“潭州教育”所谓名师课疑为录播课 学员欲退款被阻
5月14日	 学慧网 收获的不止一本证书	没有享受任何服务退款 “学慧网”退款收取手续费引不满
6月22日	 尚德机构 SUNLANDS	“尚德机构”被指销售未告知退款事项 学员购课后退款无门
3月16日	 嗨学	“嗨学网”售课教师虚假承诺 用户考试未过退款被拒
6月9日	 深海教育 oceanedu.cn	“深海教育”被指编造信息诱导报名 学员透露多点不合理事件
6月5日	 恒企教育	“恒企教育”被指凭空捏造国家政策诱导报名 要求退款不予受理
6月3日	 动因体育 DOING NOW	“动因体育”被指退费难 服务差 遭消费者抱怨
5月24日	 赛优 CHANGE YOU - 改变你自己 -	“赛优教育”被指退款不合理 淘宝下单一小时退款要扣除55%费用

图表编制：电诉宝 数据来源：315.100EC.CN

【案例一】“帮考网”疑称私教班包通过不过退费 学员未过退款遭阻拦

5月23日广东省的刘女士向“电诉宝”反映称在“帮考网”老师的电话怂恿报名了一级注册消防工程师包过班，不过可以申请退款，刘女士称后面帮考网老师又说每天需要花大量时间复习，才能过一消，建议报私教班，明年只剩下一年了，以后就要改加实际操作，私教班老师四对一专门辅导，该班资料涵盖核心知识点，老师押题特别准，一天只要学习一个小时，每天刷两题肯定能过，而且最后老师会总结几页纸的内容，只需要背那几页纸就可以了，不用犹豫，过了挂靠费非常高，十几万左右，不过他们按九成退款。

刘女士表示自己每次直播课都有上课，录播课听得也多，但是等到考试的时候，发现好多题的知识点都是没有见过的，并不像他们说的老师押题多么准。2021年2月，成绩出来三科一科也没有过，想申请退款却遭到催三阻四，审核不过关。理由是：有些视频课听得不够。刘女士说自己天天打卡跟着老师的课程，全是按要求做的，现在生出来一些莫名的条件，碰任何一个学员都难以达标，明显的不想退费的霸王条款。而且就是当初虚假宣传太离谱，实际退费根本不是一回事，什么一对一班主任，一点不负责任，每次收到的信息都是没啥用处的。

【案例二】“一只船教育”被指拒不退还 500 元预审核费 引发用户不满

湖南省的康女士在4月8日向“电诉宝”投诉称自己于2021年4月7日与一只船教育科技有限公司一位据说姓李名豫盟的客服人员交谈后，预报名参加其培训机构开展的一级消防工程师培训，在李姓客服人员的要求下缴纳500元的预审核费后，因怀疑其培训质量及信用，不欲选择其培训机构。康女士称李姓客服人员刚开始说会将她的诉求提交售后，售后会在稍后的一至两天内联系她，后又直接无任何理由拒不退回，并污蔑说康女士诋毁其机构的信用，康女士表示对方甚至威胁要将其列入国家失信名单，并放言报警没得一点作用。康女士现在唯一的请求是退回预缴的500元钱，还广大强制被拒的群众予以公道正义。

对此，一只船教育工作人员向“电诉宝”发来反馈称，学员已确认和解，财务退款通过。

【案例三】“潭州教育”所谓名师课疑为录播课 学员欲退款被阻

5月12日辽宁省的邱先生向“电诉宝”投诉称自己看到潭州教育广告1元就能体验公开课，在这节公开课上，老师说“学配音工资很高，一个月能有六千到两万左右”。邱先生表示听到配音工作的收入之后，自己有些心动，通过分期付款的方式购买了潭州教育价值7400元的“普通话与声音美化基础”课程。

客服老师在潭州教育 app 直播中介绍了讲师，分别为浙江传媒学院播音主持艺术学院教授刘兴宇和知名配音演员吕艳婷，并表示该课程将由他们进行授课，结果是录播课，邱先生缴完费后听了几堂课就后悔了，在社交平台上搜到了不少关于潭州教育的负面评价，即使是分期付款学费也难以承担，向客服老师提出了退费。客服老师说只能退三阶段，前面不许退，邱先生表示这根本就是霸王条款，合同没有明确表示退费只能按阶段退，而且就算是按阶段退，只听了一阶段的两堂课，为什么第二阶段和第三阶段不能退款，邱先生表示希望可以让更多的人看清潭州教育的黑暗，不能盲目的去相信他们。

【案例四】没有享受任何服务退款“学慧网”退款收取手续费引不满

5月14日，安徽省的武先生向“电诉宝”反映称自己于2021年5月7日报名了学慧网学习专本连读课程，在学慧网刘老师的引导下用支付宝扫码支付了690元，接着又让武先生进行贷款13110元，武先生后来考虑的自己的情况和老师联系进行退费，武先生称在明知他要退费的情况下还让签什么协议。最后打平台电话机器人告知可以在学慧网APP上进行退费，武先生于2021年5月8号申请退款，到11号才于武先生联系，武先生表示还要收取高额手续费自己不能接受，自己什么服务都没有享受到就扣这么多钱，完全属于霸王条款，现要求学慧网给我全额退款，解除合同。

【案例五】“尚德机构”被指销售未告知退款事项 学员购课后退款无门

6月22日，上海市的弓先生向“电诉宝”反映称自己在2019年4月13日在尚德机构购买了自学课程，通过软件分12期付款，于同年10月线上咨询了可否退款问题，当时班主任仅回复了不可退款，无其他表示。弓先生称现在2021年6月份又想起来这个事情，再次询问时回复为已经到期无法退款，弓先生称在期内时咨询过退款一事但无明确拒绝理由，当时签单时对方销售人员并无指出退款一事，且无提醒不过退费需单独购买保险。现沟通过程中客服态度坚决强硬，告知弓先生并未购买退费保险，且无投诉通道，弓先生现诉求为退款。

【案例六】“嗨学网”售课教师虚假承诺 用户考试未过退款被拒

3月16日，“电诉宝”收到山东省吴先生的反映称“嗨学网”售课教师虚假承诺，如今退款成难题。吴先生表示他于2020年7月14日接到自称“嗨学网班主任李老师”电话推销一级建造师考前培训课程，明确提出该课程有考前加密资料，是储存在平板电脑里面，还有答题卡等资料，恰逢吴先生在备战一级建造师的考试，就加了微信。李老师也在微信中跟吴先生强调有平板考前加密资料及答题卡，考前一周邮寄给他（有微信聊天记录为证），吴先生就冲着这个资料买了课程。

吴先生称到考前一周再次询问，李老师说没有这个平板资料，而后经过了解，嗨学网有平板资料的是另外一个课程，再次询问这个李老师，他承认私自调了课程，吴先生买的课程并不是有平板资料的，吴先生认为他存在欺诈行为，要求返还全部学费人民币共计12934元整。二是不履行合同退费，上述中课程买完后第一时间就询问该嗨学网班主任李老师，因距一级建造师考试时间（9月份）较近，所有课程学不完，该老师明确指出不用全部学完，

且不影响退费，考试之前，完全按照该班主任老师要求学完所要求课程，考试没过，申请退费 80%，该平台以未学完全部课程为由，不予退费。吴先生表示以上所述皆为事实且有截图为证。

【案例七】“深海教育”被指编造信息诱导报名 学员透露多点不合理事件

6月9日，福建省的吴先生向“电诉宝”投诉称深海教育编造备案及老考生档案档案补录消息，诱使自己消费报考。吴先生表示：1. 询问自己个人信息后，作为备案使用，未审核报考信息，在自己未达到报考条件下，使得自己相信能报考中级经济师。2. 编造老考生考籍的补录，使自己相信考证是不需要相对应的工作经验。3. 提及的课程，介绍时是说可以包过，不过可以包退。但协议上未提及，只写明2年不过，协议自动失效。4. 深海教育主动建议分期缴纳学费。5. 该教育机构营业执照经营范围明确注明不得面向全国招生，并且招生老师称中级职称考试不需要从事相关专业也可报名涉嫌欺诈违规。7. 一提退费，未有人员回应。

【案例八】“恒企教育”被指凭空捏造国家政策诱导报名 要求退款不予受理

6月5日，贵州省的林先生向“电诉宝”投诉称他想报考大专工商企业管理专业，在百度网站了解到了恒企教育，6月2日恒企教育招生老师联系到自己说报名费5280元，林先生表示因为考虑到没有存款和稳定收入打算放弃，后面招生老师说初中学历在这次报考过后教育局会有改革不能升大专，次日招生老师联系说如果不报考以后都没有机会报名自考大专，林先生随即出发前往贵阳恒企教育分公司报名，首付百分之十528元，有钱花平台贷款4752元。

林先生称6月4日经过查询教育局并没有发文有此政策改革，由于工作问题和家庭原因需要退款，并及时联系招生老师和贵阳恒企教育工作人员，工作人员让其找招生老师，去找招生老师她不给予退款以霸王条款约推辞不给予退款，林先生希望相关部门能够及时处理。

【案例九】“动因体育”被指退费难 服务差 遭消费者抱怨

6月3日，北京市的栾女士向“电诉宝”投诉称自己于2020年11月9日在动因体育APP上购买52次课程，费用8680。栾女士表示12月动因体育取消自己所报的班级，她第一次要求退款，动因体育多次联系不予回复退费需求，要求报其他班级，试用其他班级期间，因疫情原因停课，复课后继续尝试更多班级，但课程均与初次报名班级不同。栾女士于4

月中旬第二次提出退款，动因体育以会有专门工作人员联系为由一直推迟，期间联系 3 次以上。栾女士称推到 5 月 10 日，直接工作人员以报名超过半年时间不予退费为由，拒绝退款。

【案例十】“赛优教育”被指退款不合理 淘宝下单一小时退款要扣除 55%费用

5 月 24 日江西省的刘先生向“电诉宝”反映称自己于 2021 年 5 月 21 日 09 时 34 分在天猫商城-赛优教育培训旗舰店购买“赛优教育经济师尊享名师班（保险）”产品，在未使用该产品及服务的情况下于 2021 年 5 月 21 日 10 时 33 分申请退款，被商家以“已发货”为理由拒绝退款。刘先生表示后期协商未果，商家要扣除：人工成本费、课程预结费、课程管理费用、电子资料费等等费用，要求刘先生本人承担总消费金额 3185 元的百分之 55 的费用。刘先生认为商家这种要求很不合理，支付到申请退款就产生了这么多费用，刘先生表示接受不了，希望商家全额退款。

四、关于我们

（一）关于电诉宝

网经社电子商务研究中心法律权益部成立于 2010 年，专注于互联网的消费者权益维护，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”（网络消费纠纷调解平台；315.100EC.CN）运行十余年，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，已连续十余年发布，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。



在线投诉	进度查询	平台登录		
真实姓名*	姓名 <input type="text"/>	年龄* <input type="text"/>	性别* <input type="text"/>	<input type="text"/>
所在地*	<input type="text"/>	邮箱* <input type="text" value="example@qq.com"/>	投诉对象*	电商平台如淘宝、京东、...

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订，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。这个是一个虚拟产品，电话客服从来无人接听，在线客服一直打太极。而且虚拟产品，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，可恨至极，要求平台严格处罚行为。

[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)、网经社电子商务研究中心(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》	√			
《中国在线旅游市场数据报告》	√			

《中国共享经济市场数据报告》	√			
《中国网约车市场数据报告》	√			
《中国共享充电宝市场数据报告》	√			
《中国共享汽车市场数据报告》	√			
《中国在线外卖市场数据报告》	√			
《中国互联网家装市场数据报告》	√			
《中国互联网医疗市场数据报告》	√			
《中国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》	√			

【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》	√			
《中国在线旅游行业融资数据报告》	√			

【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》	√	√	√	√
《中国女性网络消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《中国电子商务法律报告》	√			

《电商平台消费评级数据报告》	√			
《电商消费主题调查报告》	√			
《跨境电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《二手车电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《二手电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《生鲜电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《社交电商消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《在线旅游消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《在线外卖消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《在线旅游消费投诉数据与典型案例报告》	√	√		
《电商物流消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《母婴电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《医药电商消费投诉数据与典型案例报告》	√			
《导购类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《2021年Q1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：2021年7月20日

官方公众号 ID: i100EC

(近 40 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+平台)



电诉宝 (315.100EC.CN)

(我要投诉)



网经社产品服务: <http://www.100ec.cn/Index/Wisproviders.html>

(扫码下载 PPT/EXCEL)

