

2015年（上）中国电子商务用户体验与投诉 监测报告

发布机构：中国电子商务研究中心

报告编制：中国电子商务研究中心

报告发布：中国电子商务之都·杭州

发布时间：二〇一五年八月二十六日

目 录

一、核心数据.....	2
二、报告概述.....	4
2.1 报告背景.....	4
2.2 报告目的.....	5
2.4 报告执行.....	5
2.5 报告时间.....	5
2.6 报告声明.....	6
三、数据篇.....	6
3.1、2015年（上）全国电子商务投诉同比上年有所增长.....	6
3.2、2015年（上）中国电子商务投诉领域分布.....	7
3.3、2015年（上）全国电子商务投诉性别比例.....	9
3.4、2015年（上）全国电子商务投诉金额比例.....	9
3.5、2015年（上）中国电子商务投诉用户较多地区.....	10
3.7、2015年（上）网络零售十大热点被投诉问题.....	13
3.8、2015年（上）十大被投诉生活服务电商榜.....	14
3.9、2015年（上）生活服务电商十大热点被投诉问题.....	16
四、投诉特征篇.....	18
五、盘点篇.....	19
六、关于我们.....	22
6.1 编制机构.....	22
6.2 研究报告.....	24
6.3 联系分析师.....	26

一、核心数据

中国电子商务研究中心(100EC.CN)发布的《2015年（上）中国电子商务用户体验与投诉监测报告》投诉案例、数据等，均来源于中心举办的中国电子商务投诉与维权公共服务平台，平台通过在线、邮件、微信、微博等多种渠道受理。以下为报告核心数据摘要：

1、投诉数量：

2015年上半年，中心共接到全国电子商务用户涉及电商投诉数量同比2014年上半年增长**2.03%**。

2、投诉领域：

- 网络购物占总电子商务投诉（**33.86%**），位列第一位；
- O2O生活服务电商占总电子商务投诉（**26.90%**），排在第二位；
- 海淘占电子商务投诉（**16.55%**），排在第三位；
- 网络贸易占总电子商务投诉（**3.80%**），排在第四位；
- 互联网金融占总电子商务投诉（**2.88%**），排在第五位；
- 微商占电子商务投诉（**2.30%**），排在第六位；
- 3G门户诈骗类占电子商务投诉（**1.52%**），排在第七位；
- 其它占电子商务投诉（**12.46%**）。

3、性别比例：

2015年上半年，在全国电子商务投诉用户中，男性用户占比为**50.94%**；女性用户为**49.06%**。

4、投诉金额：

- 0-100元区间，占比为18.90%；
- 100-500元区间，占比为41.85%；
- 500-1000元区间，占比为15.60%；
- 1000-5000元区间，占比为17.80%；

——5000元以上，占比为5.85%。

5、地区分布：

广东、北京、浙江、江苏、上海、福建、四川、湖南、河北、辽宁为“2015年（上）中国电子商务投诉用户较多地区”。

6、网络零售商用户满意度 TOP20 榜

数据显示，淘宝网/天猫（C2C 集市卖家及品牌卖家）、蜜芽宝贝、1号店、唯品会、国美在线、当当网、小米（官网以及其它渠道小米产品销售）、贝贝网、蘑菇街、美丽说、皇家空港、保税国际、华为商城等电商用户投诉量上升，成为“2015年度用户投诉满意度较差的网络零售商”。

7、网络零售十大热点被投诉问题：

数据显示，网络售假、信息泄露、发货迟缓、网络诈骗、退换货难、退款难、订单取消、货不对板、价格欺诈、服务态度是2015年上半年“网络零售十大热点被投诉问题”。

8、十大被投诉生活服务电商

数据显示，百度糯米、去哪儿网、美团网、携程网、阿里去啊、大众点评、同程旅游网、窝窝团、艺龙网、饿了么成为“2015年（上）中国十大被投诉生活服务电商”。

9、生活服务电商十大热点被投诉问题：

数据显示，高额退票费、霸王条款、虚假团购、退改签难、退款难、订单取消、账户被盗、售后服务、发票问题、随意冻结账号成为2015年上半年“生活服务电商十大热点被投诉问题”。

二、报告概述

2.1 报告背景

随着电子商务的深入发展，产品品类的不断扩充齐全，我国网购用户的消费频次和消费金额呈现快速增长趋势，所购买的品类也逐渐丰富，涉及吃穿住用行等日常生活的各个方面，且网购习惯已逐步形成。网购已经向二三线城市以及内陆地区深入发展，90后和中老年网民也正逐步参与进来。

不同于实际购物，网络交易的虚拟特性，给消费者更多的不确定性，如商品质量、售后服务、物流快递等。而三八节、418、618等电商促销，在火爆销售的背后，隐藏的电商诚信、服务等方面的问题，使用户购物体验大打折扣。

为此，我国专业第三方电子商务研究机构——中国电子商务研究中心(100EC.CN)，通过对中国电子商务投诉与维权公共服务平台接到的用户投诉反馈信息进行监测、调查与深度总结(因条件限制，本报告涉及行业数据暂不包括港澳台地区)，对电子商务用户体验的特征及趋势等问题进行了分析。

2.2 报告目的

本报告对2015年上半年内，中国电子商务投诉与维权公共服务平台接到的全国电子商务用户的投诉反馈信息进行统计总结，对电子商务各领域的投诉数量、特征、问题等方面进行梳理与盘点。

旨在为国内电子商务企业、电子商务用户、监管部门、新闻媒体等，提供一份对国内电子商务用户购物体验状况的参考资料。

2.4 报告执行

本报告由国内目前唯一一家以研究与传播电子商务为己任的第三方机构——中国电子商务研究中心数位资深电子商务分析师及相关工作人员，通过对2015年上半年中国电子商务投诉与维权公共服务平台的用户反馈信息进行统计、分析、总结所得。

2.5 报告时间

- 2015年1月1日——2015年6月30日（调查监测阶段）
- 2015年7月1日——2015年8月20日（研究成文阶段）
- 2015年8月26日起（公开发布阶段）

（注：本报告监测数据截止时间为2015年6月30日。）

2.6 报告声明

（1）本报告所涉及的数据均来自中国电子商务投诉与维权公共服务平台（<http://www.100ec.cn/zl/315/>）。

（2）本报告仅为参考研究资料，本中心不承担因使用报告而产生的法律责任。

三、数据篇

3.1、2015年（上）全国电子商务投诉同比上年有所增长

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台(<http://www.100ec.cn/zt/315/>)数据统计显示，2015年上半年度（1月—6月）共接到全国电子商务用户通过在线、电话、邮件、微博、微信等多种形式的电子商务投诉同比2014年上半年增长2.03%。详见下图：



数据显示：2012年-2015年上半年全国电子商务投诉数量曾起伏总体平稳趋势。2015年1-6月电子商务投诉数量呈起伏状态，其中3月占比最多，为21.60%；其次是6月，占比为19.32%，第三是4月，占比为18.23%，第四是1月，占比为17.74%；第五为5月，占比为13.97%，2月投诉数量为最少，占比为9.14%。

分析点评：

2015年上半年电商价格战风云迭起，三八节、418、618等一家电商大促引发的电商行业促销战是引发用户投诉维权的高峰期，此外“315”消费维权日期间，用户的维权意识被进一步激发，为投诉高峰期。

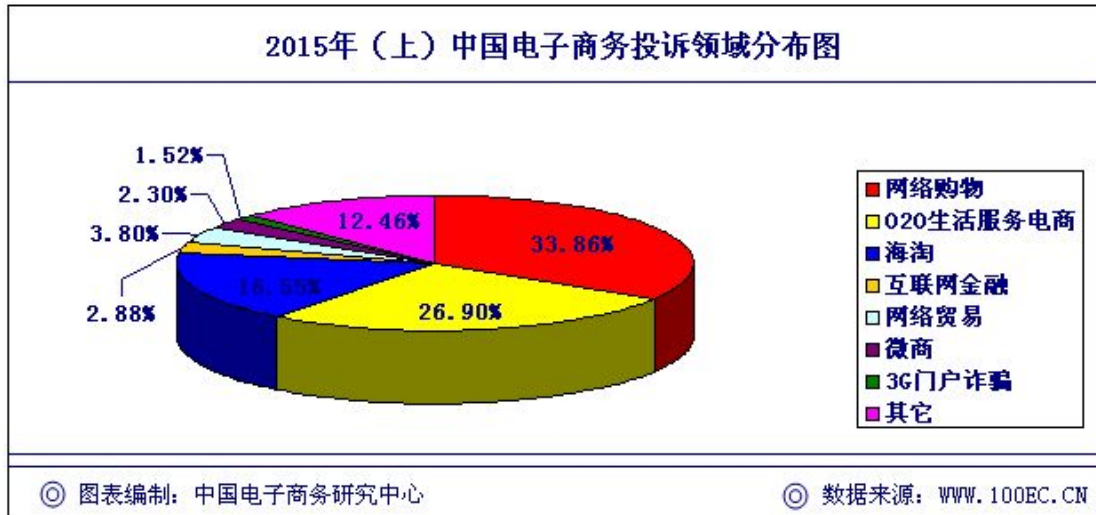
中国电子商务研究中心法律与权益部分析师姚建芳认为：

价格战应是让利于消费者的营销行为，应当做好促销前的准备、促销中的诚信以及促销后的服务工作，而频繁的价格促销会形成消费者无促销不购买的消费习惯，长期以往将影响

行业的健康发展。

3.2、2015年（上）中国电子商务投诉领域分布

网络购物（B2C、C2C等）作为电子商务最主要的构成部分，在用户投诉上网络购物占据最大比例，O2O生活服务电商、海淘成为仅次于网络购物的用户投诉热点领域，详见下图：



图表显示：据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，2015年上半年网络购物投诉占电子商务类投诉 33.86%，占据最大的比例，O2O 生活服务电商紧随其后，占据 26.90%，第三位是海淘，为 16.55%，第四位是网络贸易，占比为 3.80%，第五位是互联网金融，占比为 2.88%，第六位是微商，占比为 2.30%，其次是 3G 门户诈骗，占比为 1.52%，物流快递等其它类电商投诉占比为 12.46%。

中国电子商务研究中心法律与权益部分析师姚建芳认为：

除网络购领域投诉外，团购、在线旅游平台成为生活服务电商的热门投诉对象，生活服务电商火热的背后也折射出了很多问题。随着就近年来海淘的兴起，涌现出以蜜芽宝贝、洋码头、网易考拉、贝贝网等为代表的跨境电商平台，由于行业发展的不成熟，海淘成为用户投诉的热点。

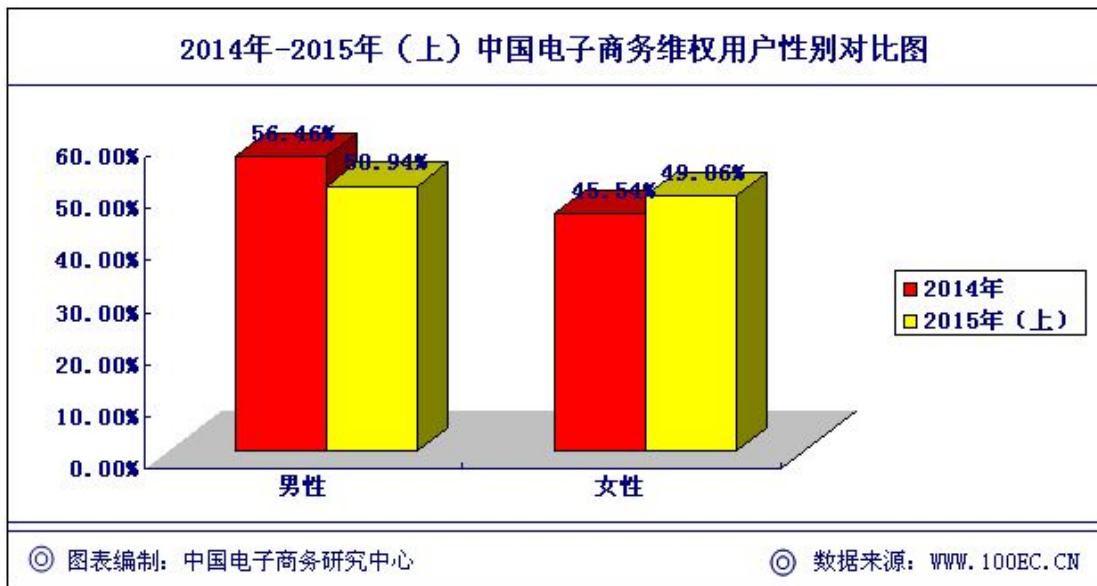
3G 门户类欺诈依旧是用户投诉的热点，此类诈骗有涉嫌金额大、涉及用户多的特点。详见中国电子商务研究中心独家专题：《手机行业门户骗局纷纷遭质疑 究竟一本万利还是镜花水月？》www.100ec.cn/zt/anl_ydzf/。

而以工行E融购等银行电商为代表的互联网金融成为四大热点投诉领域。对此，中国电子商务研究中心互联网金融助理分析师陈莉分析认为：

2013年，大批互联网企业涌入金融行业，传统银行感受到压力的同时，格局悄然生变。银行建立电商平台就是互联网金融不断更新迭代倒逼传统金融的一种结果。银行相对于电商平台来说有自身优势，但是如何将线下用户引流到线上，除了拥有优质平台之外，在产品筛选上要严格把关，维持客户对银行的高忠诚度。

3.3、2015年（上）全国电子商务投诉性别比例

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台 www.100ec.cn/zt/315/ 数据统计显示，2015年上半年在全国电子商务投诉中，男性用户和女性用户占比相当，男性用户略多于女性用户。详见下图：



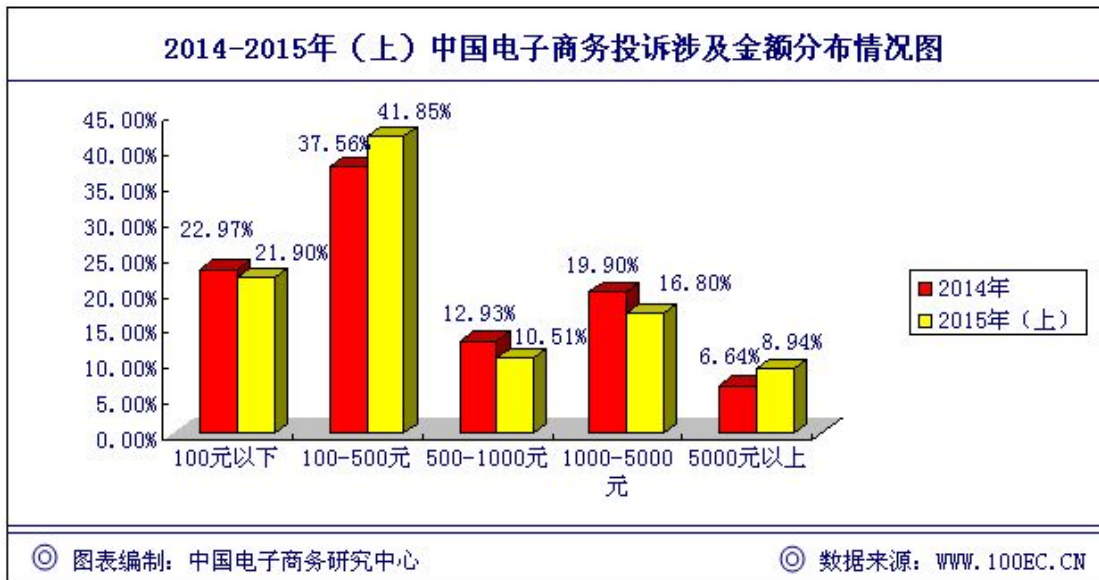
数据显示：据中国电子商务投诉与维权公共服务平台监测数据显示，2015年上半年，在全国电子商务投诉用户中，男性用户占比为 50.94%；女性用户为 49.06%。

分析点评：

与 2014 年相比，今年上半年参与维权的女性用户占比有所上升，与男性用户基本相当，表明女性用户的维权意识有显著提高。

3.4、2015年（上）全国电子商务投诉金额比例

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台(www.100ec.cn/zt/315/)数据统计显示，2015年上半年在全国电子商务投诉中，投诉金额在100-500元最多。详见下图：



数据显示：2015年上半年全国电子商务投诉涉及的金额中，0-100元区间占比为18.90%；100-500元区间占比为41.85%，为最多；500-1000元区间占比为15.60%；1000-5000元区间占比为17.80%；5000元以上占比为5.85%。

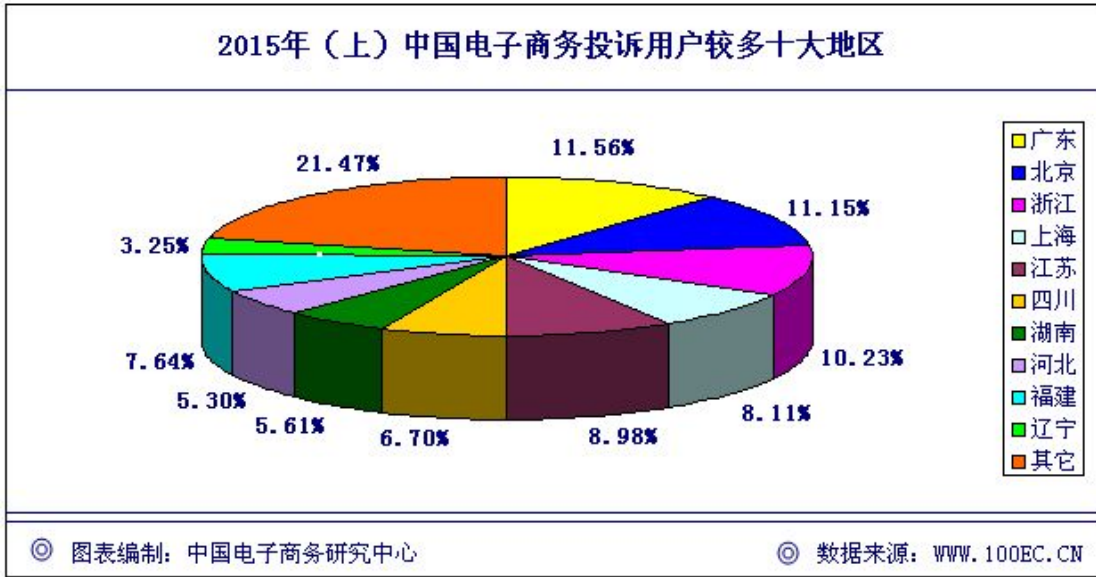
与2014年相比，今年上半年在100-500元间以及5000元以上的投诉占比上升明显。

分析点评：

从用户投诉涉及的金额看，多数用户的网购单笔金额在100-500元间，而5000元以上的金额占比上升明显，此类区间的投诉主要由网络诈骗产生，充分说明网络诈骗带来的经济损失较大，需引起消费者和监管部门的重视。

3.5、2015年（上）中国电子商务投诉用户较多地区

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台(www.100ec.cn/zt/315/)数据统计显示，2015年上半年在全国电子商务投诉中，广东地区用户投诉最多。详见下图：



数据显示：2015年上半年全国电子商务投诉用户集中地区，广东占比为11.56%；北京占比为11.15%；浙江占比为10.23%；江苏占比为8.98%；上海占比为8.11%；福建占比为7.64%；四川占比为6.70%；湖南占比为5.61%；河北占比为5.30%；辽宁占比为3.25%；其他全国各地总占比为21.47%。广东、北京、浙江、江苏、上海、福建、四川、湖南、河北、辽宁为“2015年（上）全国电子商务十大热点投诉地区”。

据《2014年度中国电子商务用户体验与投诉监测报告》数据显示，广东、上海、江苏、浙江、北京、安徽、山东、湖北、四川、福建，为“2014年度中国十大热点电子商务投诉地区”。

分析点评：

近年来的电子商务投诉用户较多的地区为北上广、浙江等东部等电子商务较为发达地区。2015年，随着阿里、京东、苏宁等电商逐鹿广袤的农村市场，一场新的战役正在上演，阿里的村淘模式、京东的乡村推广员模式等，激发农村用户的网络购买欲。而由于服务体系不完善等问题，四川、湖南、河北等中西部地区的用户电子商务投诉量增多。希望电商在抢夺三四线城市和农村市场的同时，能做好相关服务，保障用户的购物体验。

3.6、2015年（上）中国网络零售商用户满意度TOP20榜

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台统计，蜜芽宝贝、易迅网、小米、当当网、贝贝网等用户投诉解决率较低。详见下图：

2015年(上)中国网络零售商用户满意度TOP20榜									
网络零售商	与上年相比	企业反馈率	投诉解决率	用户满意度	网络零售商	与往年相比	企业反馈率	投诉解决率	用户满意度
 苏宁云商 suning.com	↓	100.00%	98.60%	★★★★★	 小米 xiaomi.com	↑	26.00%	13.24%	★★
 亚马逊 amazon.cn	↓	100.00%	97.70%	★★★★★	 当当网 dangdang.com	↑	29.00%	12.30%	★★
 聚美优品 jumei.com	↓	97.88%	96.45%	★★★★☆	 贝贝网 beibei.com	↑	20.00%	12.13%	★★
 JD 京东 jd.com	↓	88.76%	84.36%	★★★★☆	 优购网 yougou.com	↓	19.00%	11.90%	★★
 1号店 yhd.com	↑	82.00%	80.45%	★★★★	 蘑菇街 mogujie.com	↑	20.00%	10.00%	★☆
 银泰 yintai.com	↑	80.61%	78.50%	★★★★	 唯品会 vip.com	↑	15.00%	10.20%	★☆
 GOME 国美电器 gome.com	↑	76.31%	68.10%	★★★★	 VMALL vmall.com	↑	18.00%	9.67%	★☆
 美丽说 meilishuo.com	↑	73.49%	67.28%	★★★★	 保税国际 baixi.com	↑	25.00%	5.00%	★☆
 蜜芽宝贝 miyabai.com	↑	75.68%	46.88%	★★★☆☆	 淘宝网 taobao.com	↑	5.00%	3.50%	☆
 易迅网 yixun.com	↓	30.00%	19.20%	★★	 皇家空港 royalair.com	↑	5.00%	3.00%	☆

© 图表编制：中国电子商务研究中心 © 数据来源：WWW.100EC.CN

根据用户投诉热度以及企业解决率等综合因素，统计数据显示：

——用户投诉解决率：苏宁云商（98.60%）、亚马逊中国（97.70%）、聚美优品（96.45%）、京东（84.36%）位列用户投诉率满意前四，用户满意度较高。

而蜜芽宝贝（46.88%）、易迅网（19.20%）、小米（13.24%）、当当网（12.30%）、贝贝网（12.13%）、优购网（11.90%）、唯品会（10.20%）、蘑菇街（10.00%）、华为商城（9.67%）、保税国际（5.00%）淘宝/天猫（3.50%）、皇家空港（3.00%），用户投诉解决率均不到一半，是用户满意度较差的网络零售商。

——与上年投诉量对比：1号店、银泰网、国美在线、美丽说、蜜芽宝贝、小米、当当网、贝贝网、蘑菇街、物品会、华为商城、保税国际、淘宝/天猫、皇家空港用户投诉数量均比上年有所增加。

分析点评：

——大型电商平台：由于入驻商家多，且商家素质良莠不齐，因此在管理上漏洞较多，是产生用户投诉较多的区域；

——跨境母婴电商：成为用户投诉的又一集中区域，因其产品渠道来源质疑、售后服务等问题多；

——品牌型电商：因其在官网销售品牌产品外，在其他电商平台的销售管控不佳，导致售假、服务等问题突出。

以下为中国电子商务投诉与维权公共服务平台总结出的部分电商主要问题：

蜜芽宝贝：产品未获授权，涉嫌售假？发货慢、退款难。详见专题：

www.100ec.cn/zt/mybb/

1号店：频频信息泄露，霸王条款。详见专题：hwww.100ec.cn/zt/yhd/

唯品会：信息泄露频现，订单取消屡被投诉。详见专题：www.100ec.cn/zt/wphbg/

当当网：账户被盗敲警钟，虚假促销遭质疑。详见专题：www.100ec.cn/zt/ddw/

3.7、2015年（上）网络零售十大热点被投诉问题

据中国电子商务研究中心监测数据显示，网络售假问题严峻，详见下图：

2015年（上）中国网络零售十大热点被投诉问题



◎ 图表编制：中国电子商务研究中心

◎ 数据来源：WWW.100EC.CN

图表显示：网络售假（13.65%）、信息泄露，为（11.78%）、发货迟缓（8.60%）、网络诈骗（8.23%）、退换货难（6.11%）、退款难（5.90%）、订单取消（5.15%）、货不对板（5.07%）、价格欺诈（4.25%）、服务态度（3.98%），是2015年上半年“中国网络零售十大热点被投诉问题”。

分析点评：

售假成为网络零售电商的“头号毒瘤”，直戳电商企业的诚信体系；信息泄露暴露电商企业的技术漏洞以及内部管理问题；而在新《消法》中提出的网络购物“七天无理由退换货”，在实际经营中电商也屡屡“打擦边球”，执行并不到位；服务态度也暴露了电商客户服务方面的弊病。希望各网络零售电商能引起重视，诚信经营，做好各方面的服务。

3.8、2015年（上）十大被投诉生活服务电商榜

据中国电子商务研究中心监测数据显示，百度糯米成为2015年用户投诉最多的生活服务电商，详见下图：

2015年（上）中国十大被投诉生活服务电商榜					
生活服务电商	用户投诉率	与上年对比	企业反馈率	用户投诉解决率	用户满意度
 百度糯米 nuomi.com	18.65%	↑	10.21%	7.59%	☆
 去哪儿网 Qunar.Com	15.90%	↑	9.61%	10.12%	☆☆
 美团网 meituan.com	13.74%	↑	11.82%	11.76%	★★
 携程 Ctrip	11.86%	↑	85.56%	21.32%	★★★
 去哪儿网 ALITrip	9.10%	↑	8.95%	8.11%	☆
 大众点评 dianping.com	7.32%	↑	15.60%	15.74%	★★☆
 同程旅游 LY.com	5.66%	↓	87.12%	72.14%	★★★★
 窝窝团 55wan.com	3.15%	↑	79.68%	63.01%	★★★★☆
 艺龙 eLong	2.88%	↑	30.15%	24.10%	★★★
 饿了么	1.25%	↓	11.20%	10.89%	☆☆

◎ 图表编制：中国电子商务研究中心 ◎ 数据来源：WWW.100EC.CN

图表显示：百度糯米成为用户投诉最多的生活服务电商，占比达 18.65%；去哪儿成为第二大用户热点投诉生活服务电商，占比为 15.90%；美团网占比为 13.74%；携程占比为 11.86%；阿里去哪儿占比为 9.10%；大众点评占比为 7.32%；同程旅游网占比为 5.66%；窝窝团占比为 3.15%；艺龙网占比为 2.88%；饿了么占比为 1.25%；租车等其它生活服务电商占比为 10.49%，成为“2015年（上）中国十大被投诉生活服务电商”。

中国电子商务研究中心助理分析师沈云云认为：由以上榜单可以看出，百度糯米、去哪儿网、美团网分别以 18.65%、15.90%、13.74% 位居被投诉生活服务电商的前三位，且与去年同比增长；而同程旅游、窝窝团、艺龙则分别成为用户满意度最高的三大企业。从这个榜单企业的服务性质分布中不难发现，团购、在线旅游平台成为生活服务电商的热门投诉对象，生活服务电商火热的背后也折射出了很多问题。

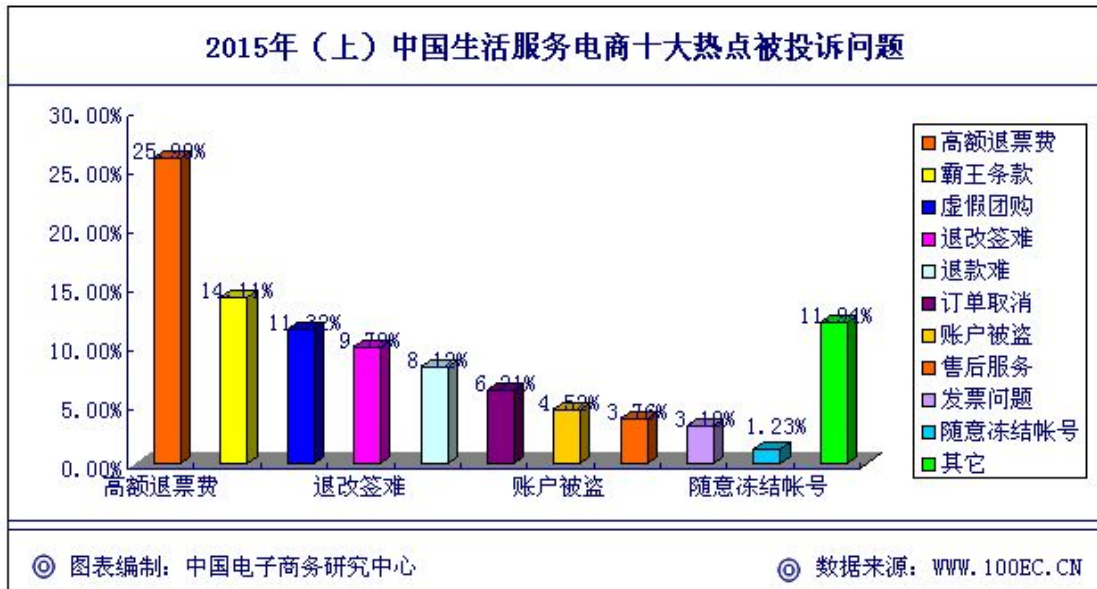
——**团购平台仍成热点投诉对象。**随着团购平台的去“团购化”，向生活服务综合平台转型，大众可以在这些平台上体验到一系列吃喝住行方面的服务，同时，伴随着各大团购平台持续不断的“补贴战”，使得平台流量、交易额明显提升，但另一方面，用户在交易过程中产生的问题也越来越多，而多数平台缺乏健全的机制来及时有效地解决这些问题。

——在线旅游平台交易量与投诉量同比增长。旅游度假产品、租车、景区门票等旅游产品形态的在线化速度日益加快，大众对旅游消费的需求愈发提高，同时，伴随着各大 OTA 激烈的“价格战”，在线旅游平台的交易规模在这几年得到了明显提升，而受旅游行程的复杂以及旅游产品的多样化等因素影响，即旅游消费的线下痛点较多，因此，随之而来的投诉量也日益攀升。

——外卖 O2O 火热背后现高投诉量。2015 年上半年，外卖市场异常火热，饿了么、美团外卖、百度外卖等以高额补贴争抢用户。从饿了么的上榜也不难看出外卖 O2O 投诉量的剧增，同时，美团、大众点评等团购平台庞大投诉量的背后，外卖领域的投诉占有重要比率。

3.9、2015 年（上）生活服务电商十大热点被投诉问题

据中国电子商务研究中心监测数据显示，高额退票费成为 2015 年用户投诉最多的生活服务电商问题，详见下图：



图表显示：高额退票费(25.90%)、霸王条款(14.11%)、虚假团购(11.32%)、退改签难(9.79%)、退款难(8.12%)、订单取消(6.21%)、账户被盗(4.53%)、售后服务(3.76%)、发票问题(3.10%)、随意冻结帐号(1.23%)，成为 2015 年上半年“生活服务电商十大热点被投诉问题”。

分析点评：

由于生活服务电商一般为先付款后消费，由此产生的高额退票费成为用户投诉的热点，而电商的种种霸王条款也让用户维权无力。

四、投诉特征篇

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台综合用户投诉反馈了解，随着网络购物的深度发展，用户在购物需求上已经出现了明显的变化，已经不再满足于简单的在线购物体验，包括下单、支付、物流配送、售后服务等各方面的购物过程都将直接影响用户购物满意度。

特征一：O2O生活服务类投诉上升明显，成为第二大投诉领域

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台统计：涉及餐饮、旅游、租车、购票等服务的O2O领域成为用户投诉的热点，去哪儿、携程、美团网、百度糯米成为用户投诉的热点网站。其中高额退票费、退改签难、订单取消等问题突出，暴露了O2O行业快速发展中的潜藏隐患。

特征二：微商骗局层出不穷，成为新的投诉热点

由于低成本、门槛低，微商演变成造富神话，成为新的交易灰色地带。利用软件制造“销售火爆”假象、“杀熟经济”中的售假，欺诈，代理、跑路现象频发。用户关于微商的投诉主要集中在售假、收款不发货、卖家失联等问题。微商发展急需行业自律和法制监管。

特征三：海外代购类产品真假堪忧，母婴电商是重灾区

在“十大热点被投诉网络零售电商”中，涉及母婴类产品销售的电商如蜜芽宝贝、皇家空港在列，而用户对此类电商的投诉集中于进口母婴产品的真假问题。暴露了跨境进口电商的货源问题。中国电子商务研究中心对此制作专题：《产品未获授权 涉嫌售假？发货慢 退款难 蜜芽宝贝遭妈妈帮密集投诉》(<http://www.100ec.cn/zt/mybb/>)

特征四：账户安全成为网购隐患 信息泄露问题严峻

2015年上半年信息泄露依旧是互联网安全的头号劲敌，从用户投诉的问题来看，信息泄露成为仅次于网络售假的第二大问题，涉及信息泄露的领域包括网络购物、O2O等，其中唯品会、当当网、银泰网、优购网以及部分打车软件都被爆泄露用户信息，导致不法分子以此进行诈骗。

五、盘点篇

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台了解,2015年上半年售假、霸王条款、信息泄露、投资欺诈问题充实电子商务行业,对此,本报告统计了“2015年(上)八大电子商务热点投诉事件”。

事件一:工商总局抽检,淘宝网正品率最低

2015年1月23日,国家工商总局公布了《2014年下半年网络交易商品定向监测结果》,此次监测共完成92个批次的样品采样,其中有54个批次的样品为正品,正品率为58.7%。同时,手机行业正品率仅为28.57%;淘宝网正品率最低,仅为37.25%。

1月27日,淘宝官方微博转发了一条名为“一个80后淘宝网运营小二心声”的微博,质疑工商总局上周五发布的《2014年下半年网络交易商品定向监测结果》存在程序失当、抽样不科学等问题,文中喊话国家工商总局网络监管司刘红亮司长“您违规了,别吹黑哨!”由此引发了淘宝和工商总局的口水战。

详见专题:《淘宝PK国家监管部门“假货”争议引发“史上最大危机”?》
<http://www.100ec.cn/zt/2015taobao/>

事件二:央视曝光在线旅游收取高额退票费

2015年开年,央视财经频道曝光了携程网机票旅行套餐不按航空公司规定,收取高额退票费,幅度最高竟达到93%,了解事件详细情况,可参见“中国差旅O2O网”(www.100ec.cn/zt/chlO2O)。

一些在线旅游网站的机票产品变身“旅行套餐”,有的改签费高达70%,退票费高达80%,有的“旅行套餐”甚至不支持“套餐退定”、“套餐修改”。

据中国电子商务投诉平台接到的用户投诉统计,携程网、去哪儿网、阿里去啊等在线旅游网站收取高额退票费问题较多。

事件三:母婴类跨境进口电商陷“售假”风波

通过跨境电商平台购买进口奶粉、纸尿裤等母婴用品已经成为如今妈妈们的首选,然而商家却拿不出授权书,甚至购买的奶粉出现宝宝食用后腹泻、过敏等情况。据天津市消费者

协会等 20 家消费维权单位联合发布《婴儿纸尿裤消费行为调查报告》显示，超半数受访者称网购婴儿纸尿裤时遇过假货劣货。

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台接到的用户投诉统计，在此类网站中，蜜芽宝贝用户投诉量最多。据媒体报道，7月17日和7月21日，消费者在蜜芽购买了三个宣称“100%正品”“授权销售”的“日本产”Betta 宝石系列玻璃奶瓶。收到货品后，与从日本 Betta 官网购买的同型号奶瓶进行对比后怀疑蜜芽售卖的为假货。

详见专题：《产品未获授权 涉嫌售假？不发货 退款难 蜜芽宝贝遭妈妈帮密集投诉！》
<http://www.100ec.cn/zt/mybb/>

事件四：央视曝光微商“杀熟经济”陷阱多，代理模式遭质疑

央视曝光“微商传销”，通过朋友圈炫富发展下，而在朋友圈热卖的面膜多出自黑作坊 加激素超标 6000 倍。

2015 年上半年，在经历火爆发展后，“一夜暴富”的微商成为被戴上“传销”的帽子。实际上，由于行业准入门槛低，微商代理的产品大多鱼龙混杂，没有政府机构对这个市场的产品进行检测监督，劣质产品经不起市场考验。千万人规模之大的微商队伍正面临着行业危机，频频出现品牌商压款、代理商卷款跑路的情形。不少消费者屡屡上当受骗，消费者购买商品后被商家拉黑，钱货两失。另一方面，质量没有保障，假货充斥微商市场，“朋友圈”已经成为了又一个消费陷阱高发地。

事件五：“刷单”平台长时间提现不到帐

近千位用户向中国电子商务投诉与维权公共服务平台发来求助称在“一块邮”试用平台完成任务后提现不能按时到账，其中很多是淘宝卖家。

据了解，这些投诉用户分为两部分，一部分是普通消费者，对该部分用户来说，一块邮是一个试用平台，商家在平台内存入保证金发布产品，买家下单后得到实物或佣金。买家每完成一单任务，提交试用报告，商家确认通过后，试用金额会返还到对应的平台账户上。然而，从今年的 3 月份到至今，一块邮平台的提现速度越来越慢。而另一家刷单平台 KX 电商平台也涉嫌违背承诺，不及时返还用户提现款。

据中国电子商务投诉与维权公共服务平台了解，为网店刷单是国家明令禁止的，何来合法的资质可言？何为刷单？所谓刷单，实际上是一种虚假交易。店铺商家花钱雇人来购买商

品、撰写评论,以提高销量、提升信誉。

事件六: 阿里与奢侈品牌假货诉讼案

2015年5月,法国奢侈品制造商开云集团旗下多个品牌上周在美国联邦法院对阿里巴巴集团提起诉讼,指控阿里鼓励并协助假冒产品的销售,而这些假货侵犯了开云集团的商标权。对阿里提出起诉的奢侈品牌包括古驰(Gucci)、伊夫·圣·洛朗(Yves Saint Laurent)以及法国开云集团(Kering SA)旗下的其它品牌。原告向法院提出了索赔,并对违反商标和反勒索法的商品发布禁售令的请求。

更多电商售假相关新闻,详见专题:《从电商平台第三方卖家奢侈品售假 揭电商假货之殇 引发行业动荡》www.100ec.cn/zt/dssj/

事件七: 多家电商信息泄露, 受骗用户损失惨重

2015年上半年信息泄露成为造成电商用户损失惨重的罪魁祸首,据中国电子商务投诉与维权公共服务平台统计显示,用户投诉涉及金额在5000元以上的近九成是由于信息泄露。

监测数据显示,唯品会、当当网、国美在线、优购网、银泰网、滴滴快的、Uber等打车软件、快递是用户信息泄露的重灾区,其中涉及唯品会信息泄露,导致用户经济损失的投诉最多。

据了解,由国家工商总局制订的《侵害消费者权益行为处罚办法》正式实施。其中规定,经营者泄露、出售或者非法向他人提供消费者个人信息的,将受到处罚。

事件八: P2P 行业风险高发 倒闭“跑路”危机集中爆发

P2P行业在野蛮生长背后,跑路、非法集资、无法提现等频发。据中国电子商务研究中心(100EC.CN)监测数据显示,2015年上半年,P2P问题平台达到372家,超过去年全年总和,尤其在6月出现了101家问题平台,创下历史新高。2015年行业处于风险高发期,在网贷平台高速发展的同时,提现困难、倒闭、跑路等一系列问题也让网贷市场饱受诟病。

六、关于我们

6.1 编制机构

中国最具有影响力的“互联网+”智库

——中国电子商务研究中心

在“互联网+产业”研究领域，中国电子商务研究中心，一直是产业变化轨迹的不可或缺的见证者与推动者，长期致力于打造中国“互联网+产业”智库。我们的核心研究与服务领域专注于：制造业、零售业、服务业、金融业的互联网化。

中国电子商务研究中心是“互联网+”国家战略的长期倡导者

产业	商品	主流模式	典型企业
互联网+制造业 =网络贸易	大宗商品 工业品	B2B、B2B2C、网络批发、B2G、B2R、B2S、电子交易、外贸B2B等	生意宝 Toocle、慧聪网 HC360.com、中国服装网 Efu.com.cn、焦点科技 FOCUS、义乌购 YIWUGOU.COM、阿里巴巴 1688.com、Made-in-China.com 中国制造网、招标采购在线 www.chinabidding.com、我的钢铁 Mysteel.com、金银岛 www.315.com.cn
互联网+零售业 =网络零售	消费品	C2C、B2C、C2B、M2C、小额外贸、移动电商、微商、跨境电商等	淘宝网 Taobao.com、eHAY易迅、国美在线 www.gome.com.cn、Suning.com 苏宁、1号店、唯品会 VIPSHOP.COM、尚品网 dangdang.com、天猫 Tmall.com、聚美优品 JUMEL.COM、京东商城 JD.COM、口袋通、mmb.cn 买卖宝、店、洋码头 DHgate.com
互联网+服务业 =O2O电商	服务/商品	在线差旅、网络团购、网络订餐、移动医疗、打车软件、网络代驾、零售O2O等	去哪儿? Qunar.com、携程 Ctrip.com、大众点评 dianping.com、美团网 meituan.com、淘点点、春雨医生、滴滴打车、e代驾、Jia 齐家网
互联网+金融业 =互联网金融	金融产品	P2P、网络支付、众筹、电商金融、网络理财、互联网银行、互联网保险、互联网证券、虚拟货币等	陆金所 lufax.com、贝付通、众筹网 zhongchou.com、DEMO点名点时、蚂蚁金服 ANT FINANCIAL、京东金融 JD Finance、WeBank 微众银行、众安在线 www.zhongan.com、Bitcoin

图表编制：中国电子商务研究中心

中心官网：WWW.100EC.CN

中国电子商务研究中心(China e-Business Research Center)，于2006年底在“中国电子商务之都”杭州创办，是我国最早创办、也是目前唯一一家以研究、传播与服务电子商务、O2O、互联网金融为己任的第三方行业研究、服务机构。

核心用户包括：各类电商（B2B、C2C、B2C、O2O、跨境电商、移动电商等）、服务商，互联网金融（支付、银行、保险、理财、P2P、众筹、消费金融、征信）等类型的最全电商、O2O、互联网金融企业数据库。目前，中心内部数据与服务已全面覆盖了国民经济各主流行业，包括大宗品、工业品、消费品、生活服务、金融产品在内的供应商、制造商、贸易商、品牌商、渠道商、零售商、分销商、服务商、平台商在内的“全产业链矩阵”。

中心下属的100EC.CN电子商务门户网，拥有近**50个子网/频道/平台**，网站**坚持365天/12小时**滚动发布国内外电子商务领域的大量动态，为全国电商用户提供全面、及时、专业的资讯报道，日均PV达**30-100万**的电商门户网站（100EC.CN），为“互联网+产业”、电商、O2O、互联网金融学习研究“互联网+”的“入口级”平台。

截止目前，电商中心的“大数据平台”，不仅拥有“互联网+产业”领域最全面的数据库、案例库、报告库、会议库、图书库、信息图库、法规库、运营实战库等常备信息资料库，累计**30万+条**。还拥有**200+位**囊括企业实战专家、行业资深专家、第三方研究专家、电商培训机构讲师、高校商学院教授等在内的“互联网+”智囊团。

此外，中心建有**2000+位**覆盖天使投资人、VC/PE、产业资本、券商、基金等在内的投资者信息库，是电商企业投融资、上市公司投资价值研判的重要“智库”，成功帮助众多电商企业融资，帮助机构研判公司估值与股票走向，服务数十家券商基金，并为他们从资本市场带来了丰厚的回报。

中心还拥有长期关注互联网的**3000+**经实名注册认证的记者在内的媒体库，并运营电商研究中心（i100EC）、网购维权平台（dswq315）；互联网金融时代（hlwjrsd100）三大行业内知名微信公众号，累计覆盖**10万+位**高端用户。

目前中心主要针对以下三大类电商客户，提供极具针对性的三大类解决方案：**面向电商O2O、互联网金融类等“互联网+”企业提供：**数据报告、媒体发布、图书出版、融资顾问等系列服务；**面向传统“+互联网”企业类提供：**战略顾问、平台建设、实战培训等系列服务。**面向政府/园区/协会/院校/投资咨询机构等第三方单位提供：**课题调研、咨询顾问、产业规划、招商引资、数据库营销、城市营销、会议论坛、研修培训、评审鉴定、等系列服务。

6.2 研究报告

2014年-2015年度中国电子商务、O2O、互联网金融系列报告征订启动

一、电子商务领域

《2014年中国跨境出口电子商务年度报告》

《2014-2015年度全球电子商务研究报告》

《2014-2015年度中国行业电子商务网站调研报告》

《2014-2015年度中国B2B行业网站运营实战报告》

《2014-2015年度中国移动电子商务行业调研报告》

《2014-2015年度中国网民电子商务行为调研报告》

《2014-2015年度中国电子商务产业园区调研报告》

《2014-2015年度中国电子商务信用评估调研报告》

《2014-2015年度中国大宗商品电子交易市场调研报告》

《2014年度**市网络经济(电子商务)发展调研报告》

《2014-2015年度中国电子商务法律问题调研报告》

《2014-2015年度中国物流电子商务研究报告》

《2014-2015年度中国城市电子商务发展调研报告》

《2014-2015年度中国电子商务政策法规调研报告》

——上述报告联系人：张老师 电话：0571-85337328

二、互联网金融领域

《2014年度中国互联网金融发展研究报告》

-
- 《2014年度中国 P2P 网贷发展研究报告》
 - 《2014年度中国网销基金发展研究报告》
 - 《2014年度中国 B2B 电商金融发展研究报告》
 - 《2014年度中国 B2C 电商金融发展研究报告》
 - 《2014年度中国银行电商发展研究报告》
 - 《2014年度中国网销保险发展研究报告》
 - 《2014年度中国网络支付发展研究报告》
 - 《2014年度中国众筹模式发展研究报告》
 - 《2014年度中国虚拟货币发展研究报告》

——上述报告联系人：钱老师 电话：0571-85337218

三、O2O 领域

生活服务 O2O

- 《2014年度中国餐饮 O2O 发展研究报告》
- 《2014年度中国旅游 O2O 发展研究报告》
- 《2014年度中国家政 O2O 发展研究报告》
- 《2014年度中国教育 O2O 发展研究报告》
- 《2014年度中国婚嫁 O2O 发展研究报告》
- 《2014年度中国票务 O2O 发展研究报告》
- 《2014年度中国汽车服务 O2O 发展研究报告》
- 《2014年度中国美业 O2O 发展研究报告》

零售 O2O

- 《2014年度中国服饰 O2O 发展研究报告》
- 《2014年度中国商超百货 O2O 发展研究报告》
- 《2014年度中国 3C 家电 O2O 发展研究报告》
- 《2014年度中国家居建材 O2O 发展研究报告》
- 《2014年度中国酒水 O2O 发展研究报告》
- 《2014年度中国生鲜 O2O 发展研究报告》
- 《2014年度中国汽车 O2O 发展研究报告》
- 《2014年度中国母婴 O2O 发展研究报告》
- 《2014年度中国钻石珠宝 O2O 发展研究报告》
- 《2014年度中国房产 O2O 发展研究报告》

——上述报告联系人：莫老师 电话：0571-88228186

6.3 联系分析师

中国电子商务研究中心 法律权益部 分析师



姚建芳

主持开展中国电子商务法律求助服务平台相关法律求助、法律报告调研、法律法规研究、电商律专家认证等相关工作；以及主持开展中国电子商务投诉与维权公共服务平台涉及网络购物、网络团购、物流快递、网络支付、消费欺诈等电子商务消费过程的投诉受理、维权协调、消费提示、数据分析、案例研究。每年接受全国数十家媒体关于电商相关问题采访。参与编写《互联网+产业风口》、《互联网+普惠金融》等书。

为用户网购投诉提供法律援助，解决网购纠纷，维护用户权益；为大中小卖家提供法律问题咨询，帮助卖家增强法律维权意识；帮助电商企业提高售后服务、用户体验；为电商与“触电”企业提供法律培训、咨询；为立法与监管部门提供立法调研、数据支撑、实证研究等服务；为律师提供专家认证、平台展示、业务推荐等。

【联系电话】：0571-87397953

【E-mail】：yjf8936@NetSun.com

欢迎关注中国电子商务研究中心下属微信公众账号!



网购投诉平台
(DSWQ315)

中国网购维权第一平台



电子商务研究中心
(i100EC)

电商CEO、经理人必备神器



互联网金融时代
(HLWJRSD100)

“宝宝”理财者随身百宝箱

编制机构：中国电子商务研究中心

发布时间：2015年8月26日